

مجلة جامعة البعث

سلسلة العلوم الاقتصادية والسياحية



مجلة علمية محكمة دورية

المجلد 45 . العدد 6

1444 هـ - 2023 م

الأستاذ الدكتور عبد الباسط الخطيب

رئيس جامعة البعث

المدير المسؤول عن المجلة

| | |
|-------------------|-------------------|
| رئيس هيئة التحرير | أ. د. محمود حديد |
| 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 : 2138071 31 963 ++

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

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

ISSN: 1022-467X

شروط النشر في مجلة جامعة البعث

الأوراق المطلوبة:

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

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

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

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

آ . إذا كان المرجع أجنبياً:

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

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

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

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

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

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

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

رسوم النشر في مجلة جامعة البعث

1. دفع رسم نشر (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) منّا 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 |
|---------|--|---|
| 40-11 | عباس كعدة د. كندة ديب د. ديمة ماخوس | متطلبات تسويق الخدمات الحكومية دراسة ميدانية على خدمات مجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن |
| 76-41 | عباس كعدة د. كندة ديب د. ديمة ماخوس | جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية ودورها في تحقيق رضا العملاء دراسة حالة مركز خدمة المواطن الإلكتروني |
| 102-77 | فادي ابراهيم د. رضوان العمار د. هيفاء غدير | أثر المساعدات الإنمائية الرسمية المقدمة إلى سورية في عجز الموازنة الفعلي |
| 130-103 | فادي ابراهيم د. رضوان العمار د. هيفاء غدير | أثر المساعدات الإنمائية الرسمية المقدمة إلى سورية في النمو الإقتصادي خلال الفترة 2000-2020 |
| 168-131 | د. رشا ابراهيم سعيد | متطلبات الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها على رضا الزبائن دراسة ميدانية على زبائن المصارف في محافظة طرطوس |

متطلبات تسويق الخدمات الحكومية

دراسة ميدانية على خدمات مجلس مدينة اللاذقية

المقدمة عبر مركز خدمة المواطن

*** عباس رشيد كعده

*أ.د. كندة علي ديب *د. ديمة ماخوس

الملخص:

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد وتقييم متطلبات تسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن، وقد اعتمد الباحث على المقاربة الاستنباطية منهجاً عاماً للدراسة، وعلى المنهج الوصفي التحليلي وأسلوب البحث الميداني؛ حيث تم جمع البيانات الأولية باستخدام استبانة تم إعدادها بعد الاطلاع على الدراسات السابقة، وتمثلت عينة بالموظفين العاملين في مركز خدمة المواطن القائمين على تقديم الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية؛ حيث تم تحديد حجم العينة باستخدام المعاينة العشوائية البسيطة، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها عدم توافر متطلبات تسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن والمتمثلة بالثقافة والتنظيم والتخطيط والإدارة والمهارة والمعرفة ومعلومات التسويق والموارد والنتائج والمخرجات، كما قدمت الدراسة مجموعة من التوصيات من شأنها مساعدة مركز خدمة المواطن على توفير متطلبات ممارسة التسويق لخدمات مجلس مدينة اللاذقية

الكلمات المفتاحية: التسويق - تسويق الخدمات الحكومية- مجلس مدينة اللاذقية - مركز خدمة المواطن.

أستاذ - قسم إدارة الأعمال - كلية الاقتصاد - جامعة تشرين - اللاذقية - سورية

مدرس - قسم إدارة الأعمال كلية الاقتصاد - جامعة تشرين - اللاذقية - سورية **

طالب دراسات عليا (دكتوراه) - قسم إدارة الأعمال كلية الاقتصاد - جامعة تشرين - اللاذقية - سورية*

Government Services Marketing Requirements

A field study on the services of Lattakia City Council provided through the Citizen Service Center

***** Abbas Rashid Kaada**

*** Dr. Kinda Ali Deeb**

****Dr. Dima Makhous**

Abstract:

This study aimed at identifying and evaluating the requirements for marketing government services to Lattakia City Council provided through the Citizen Service Center. Where the primary data was collected using a questionnaire prepared after reviewing previous studies, and a sample of employees working in the Citizen Service Center who provide government services to the Lattakia City Council; Where the sample size was determined using simple random sampling, the study reached a set of results, the most important of which is the lack of requirements for marketing government services to the Lattakia City Council provided through the Citizen Service Center, represented by culture, organization, planning, management, skill, knowledge, marketing information, resources, results and outputs. The recommendations would help the Citizen Service Center to provide the requirements for practicing marketing for the services of Lattakia City Council

Keywords: Marketing - Marketing Government Services - Lattakia City Council - Citizen Service Center.

1_مقدمة:

واجهت المنظمات الحكومية خلال العقود الأخيرة في ظل الثورة الصناعية الرابعة وبشكل متزايد مجموعة من تحديات العمل؛ كان من أهمها انخفاض الموارد وخاصة المالية وعدم القدرة على تلبية احتياجات العملاء المتزايدة، ويرجع ذلك من جهة إلى التطورات الديموغرافية التي أدت إلى زيادة عدد السكان، ومن جهة أخرى إلى انخفاض رضا العملاء الذين يشاركون في تمويل المنظمات الحكومية من خلال الرسوم والضرائب التي يدفعونها، إضافة إلى زيادة المنافسة في العديد من قطاعات العمل بين المنظمات الحكومية ومنظمات الأعمال، إضافة إلى مجموعة من الانتقادات التي وُجّهت للمنظمات الحكومية من حيث عدم الكفاءة والبيروقراطية واتباع أنماط الإدارة الكلاسيكية؛ حيث ساهم كل ما سبق في الدفع بالمنظمات الحكومية للبحث عن حلول لمشكلاتها؛ حيث برزت منذ ثمانينيات القرن الماضي مجموعة من النماذج الإدارية الحديثة للمنظمات الحكومية؛ أُطلق عليها "الإدارة العامة الجديدة"، والتي ركزت على نقل واستخدام النماذج الإدارية المطبقة في منظمات الأعمال لتطبيقها بالشكل المناسب في المنظمات الحكومية، وبعدّ التسويق أحد أهم الممارسات الإدارية التي ساهمت في نجاح منظمات الأعمال، وشكلت عملية نقل وممارسة التسويق في المنظمات الحكومية موضوعاً جدلياً قابلاً للبحث والمناقشة لما للتسويق من دور في تحسين أداء المنظمات ونجاحها.

2_مشكلة الدراسة:

يقوم مجلس مدينة اللاذقية بتقديم مجموعة من خدماته للعملاء عبر مركز خدمة المواطن بهدف تسهيل عملية تقديم الخدمات للعملاء؛ على اعتبار أنّ مراكز خدمة المواطن أحد مبادرات الحكومة الإلكترونية؛ التي تعمل على دمج الخدمات الحكومية وتبسيط إجراءات الوصول إليها، وتحويل معاملات العملاء مع الحكومة من حركة العملاء إلى حركة الوثائق باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، حيث يتم تجميع الخدمات التي يقدمها مجلس مدينة اللاذقية لتقديمها للعملاء من خلال مركز خدمة المواطن، الأمر الذي يتطلب تبني أساليب إدارية جديدة تساعد في تقديم الخدمات بكفاءة وفعالية وفي مقدمتها التسويق، لما

له من دور في تحسين وتطوير الأداء، وهذا ما دفع بالباحث إلى التفكير في دراسة وتحليل مدى توافر متطلبات تسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن، والمتمثلة بمجموعة من الأبعاد تمت دراستها واختبارها سابقاً في مركز التميز الكندي للتسويق الحكومي في عام 2006 والمتمثلة بثمانية مقومات: (الثقافة، التنظيم، التخطيط، الإدارة، المعرفة والمهارة، الموارد، معلومات التسويق والقياس، النتائج والمخرجات)، وقد قام الباحث بصياغة مشكلة الدراسة وفق التساؤل الرئيسي الآتي:

ما مدى توافر متطلبات تسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر
مركز خدمة المواطن في اللاذقية؟

ويتفرع عنه التساؤلات الفرعية الآتية:

_ ما مدى توافر الثقافة اللازمة لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة
عبر مركز خدمة المواطن؟

_ ما مدى توافر التنظيم اللازم لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة
عبر مركز خدمة المواطن؟

_ هل هنالك عملية تخطيط لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر
مركز خدمة المواطن؟

_ هل هنالك عمليات إدارية لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر
مركز خدمة المواطن؟

_ ما مدى توافر المعرفة والمهارة اللازمة لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية
المقدمة عبر مركز خدمة المواطن؟

_ هل يتم توفير المعلومات اللازمة لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية
المقدمة عبر مركز خدمة المواطن؟

_ هل يتم تخصيص الموارد اللازمة لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن؟

_ هل يتم تقييم نتائج تسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن؟

3_ أهمية الدراسة وأهدافه:

3_1_ أهمية الدراسة:

- الأهمية العلمية: تأتي الأهمية العلمية للبحث من أهمية المتغيرات التي يتناولها والمتمثلة بمتطلبات تسويق الخدمات الحكومية، كأحد الأساليب الإدارية الحديثة التي تسعى المنظمات الحكومية لتبنيها؛ نظراً لأهمية التسويق ودوره في تحقيق نجاح المنظمات وتحسين أدائها. المطبقة في المنظمات الحكومية.
- الأهمية العملية: تأتي الأهمية العملية للدراسة؛ من إمكانية تحديد المتطلبات الأساسية اللازمة لتطبيق تسويق الخدمات الحكومية وتقييمها، بما يساعد في تعزيز ممارسة التسويق للخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن، ومن ثم تحسين أداء مجلس مدينة اللاذقية وتحسين جودة الخدمات التي يقدمها للعملاء، بما يساهم في تحقيق رضا المواطنين وتحسين جودة الحياة والرفاهية الاجتماعية.

3_2_ أهداف الدراسة:

- تحديد مدى توافر متطلبات تسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن.
- تحليل النتائج وتقديم مجموعة من التوصيات لتعزيز تسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن.

4_ فرضيات الدراسة:

لاختبار مدى توافر متطلبات تسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن قام الباحث بصياغة الفرضية الرئيسية الآتية:

الفرضية الرئيسية: لا توجد فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد العينة على متطلبات تسويق الخدمات الحكومية وبين متوسط الحياد في المقياس المستخدم (3)، بحيث يشير المتوسط المحسوب إلى عدم توافر متطلبات تسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن.

ويتفرع عنها الفرضيات الفرعية الآتية:

- **الفرضية الفرعية الأولى:** لا توجد فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد العينة على محور الثقافة وبين متوسط الحياد في المقياس المستخدم (3)، بحيث يشير المتوسط المحسوب إلى عدم توافر الثقافة اللازمة لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن.
- **الفرضية الفرعية الثانية:** لا توجد فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد العينة على محور التنظيم وبين متوسط الحياد في المقياس المستخدم (3)، بحيث يشير المتوسط المحسوب إلى عدم توافر التنظيم اللازم لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن.
- **الفرضية الفرعية الثالثة:** لا توجد فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد العينة على محور التخطيط وبين متوسط الحياد في المقياس المستخدم (3)، بحيث يشير المتوسط المحسوب إلى عدم توافر عمليات التخطيط اللازمة لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن.
- **الفرضية الفرعية الرابعة:** لا توجد فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد العينة على محور الإدارة وبين متوسط الحياد في المقياس المستخدم (3)، بحيث يشير

- المتوسط المحسوب إلى عدم توافر العمليات الإدارية اللازمة لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن.
- **الفرضة الفرعية الخامسة:** لا توجد فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد العينة على محور المعرفة والمهارة وبين متوسط الحياد في المقياس المستخدم (3)، بحيث يشير المتوسط المحسوب إلى عدم توافر المعرفة والمهارة اللازمة لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن.
- **الفرضة الفرعية السادسة:** لا توجد فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد العينة على محور معلومات التسويق وبين متوسط الحياد في المقياس المستخدم (3)، بحيث يشير المتوسط المحسوب إلى عدم توافر معلومات التسويق اللازمة لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن.
- **الفرضة الفرعية السابعة:** لا توجد فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد العينة على محور الموارد وبين متوسط الحياد في المقياس المستخدم (3)، بحيث يشير المتوسط المحسوب إلى عدم تخصيص الموارد اللازمة لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن.
- **الفرضة الفرعية الثامنة:** لا توجد فروق جوهرية بين متوسط إجابات أفراد العينة على النتائج والمخرجات وبين متوسط الحياد في المقياس المستخدم (3)، بحيث يشير المتوسط المحسوب إلى عدم استخدام النتائج والمخرجات بالشكل اللازم لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن.

5_حدود الدراسة:

- **الحدود الزمانية:** تم إعداد هذه الدراسة خلال الفترة الممتدة من شهر شباط إلى شهر أيار من عام 2022م
- **الحدود المكانية:** تم إعداد هذه الدراسة بالتطبيق على الخدمات الحكومية الإلكترونية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن.

6_مجتمع وعينة الدراسة:

- **مجتمع الدراسة:** الموظفون القائمون على تقديم الخدمات الحكومية الإلكترونية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن.
- **عينة الدراسة:** حيث بلغ عدد العاملين في مركز خدمة المواطن 52، وباستخدام المعاينة العشوائية البسيطة قام الباحث بتحديد حجم عينته وفق المعادلة التالية:

$$n = \frac{z^2(Pq)N}{z^2(pq)e^2N} = 46$$

وقد بلغ عدد الاستبانات القابلة للتحليل 40 استبانة

7_منهجية الدراسة:

اعتمد الباحث على المقاربة الاستنباطية كمنهج عام للدراسة، وعلى المنهج الوصفي وطريقة البحث الميداني؛ من خلال توزيع استبانة تتضمن مجموعة من العبارات التي تقيس متغيرات الدراسة، واستخدم أساليب التحليل المناسبة بالاعتماد على البرنامج الإحصائي SPSS 21 كاختبار ستودينت ومعامل الارتباط وتحليل التباين.

8_الدراسات السابقة:

8_1_الدراسات السابقة العربية:

- **دراسة:** مقورة، لمياء؛ زورتي، خلود. (2019) **بعنوان:** التوجه التسويقي في مؤسسات الخدمة العمومية: دراسة قطاع البريد والاتصالات بالمسيلة.

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى تواجد أساسيات تسويق الخدمات على مستوى مؤسسات الخدمة العمومية، ومعرفة وجهة نظر هذه المؤسسات حول ممارسة التسويق وما مدى تبنيها للفكر التسويقي في ظل السياسات والمفاهيم المتعلقة بمؤسسات الخدمة العمومية، واعتمدت الباحثتان المنهج الوصفي التحليلي ومنهج دراسة الحالة، كما تم جمع البيانات من خلال استبانة تم توزيعها على عينة مكونة من 50 مفردة من زبائن ومستخدمي

خدمة مؤسسة البريد والاتصالات في ولاية المسيلة، وأظهرت نتائج الدراسة توافر أساسيات تسويق الخدمات على مستوى مؤسسات الخدمة العمومية بدرجة مقبولة

- دراسة: براينيس، عبد القادر (2007) بعنوان: التسويق في مؤسسات الخدمة العمومية: دراسة على قطاع البريد والاتصالات في الجزائر.

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن مدى تطبيق المؤسسات العمومية للبريد في الجزائر للمفهوم التسويقي، بالإضافة الكشف عن العوامل التي تساعد على تطبيق المفهوم التسويقي وتفعيله، وتحديد العوامل التي تعيق تطبيق المفهوم التسويقي، واعتمدت الدراسة على المنهج الاستقرائي، كما تم جمع البيانات من خلال إجراء مقابلات شخصية مع مدراء عينة من مؤسسات البريد العاملة في المحافظات الغربية في الجزائر، والتي بلغ عددها 40 مؤسسة تم اختيارها من خلال أسلوب المعاينة القصدية؛ وأظهرت نتائج الدراسة: أنّ المؤسسات المدروسة بحاجة لممارسة التسويق مع مراعات الاختلاف في الأهداف، كما أنه لدى المؤسسات المدروسة توجه عام نحو ممارسة التسويق، وتعتبر نظم الإدارة وسلوكيات المدراء غير التخصصيين وعدم تخصيص موارد مالية كافية وعدم وجود سياسة واضحة لاستخدام وسائل الإعلام، وعدم إعمال وتشغيل نظم المعلومات التسويقية وافتقار المؤسسات لمؤشرات أداء تسويقي واضحة من أبرز معوقات ممارسة التسويق

8_2_دراسات السابقة الأجنبية:

- دراسة (laur et al, 2010): بعنوان

Public Marketing as A Strategic Component of Public Management. A Pilot Study in Cluj County on the Existence of Basic Marketing Condition in the Local Public Administration in Romania

التسويق العام كمكون استراتيجي للإدارة العامة "دراسة تجريبية في مقاطعة كلوج حول وجود ظروف التسويق الأساسية في الإدارة العامة المحلية في رومانيا"

هدفت هذه الدراسة إلى التحقق من توافر عناصر التسويق الأساسية في الإدارة العامة المحلية في المنطقة الشمالية الغربية من رومانيا، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي

التحليلي؛ حيث تم جمع البيانات من خلال استبيان تم إرساله إلى 102 إدارة محلية تابعة لمقاطعات في المنطقة الشمالية لرومانيا؛ حيث تم قياس حالة من خلال النظر في ثلاثة مؤشرات رئيسية "مدى توافر التسويق كوظيفة داخل المنظمات ومدى وجود موازنة مخصصة للنشاط التسويقي إضافة إلى مدى وجود أهداف تسويقية في المنظمات المدروسة، وجدت هذه الدراسة أنّ بنسبة تصل إلى 71% من المنظمات المدروسة ليس لديها إدارات تسويق متخصصة، كما أنّ نسبة 80% وأكثر من المنظمات المدروسة لم تخصص في ميزانياتها بنداً خاصاً بالنفقات التسويقية أبداً، كما أن نسبة تفوق 80% ليس لديها أهداف استراتيجية أو تشغيلية مرتبطة بالتسويق.

- دراسة (Zaheer; Rashid. 2016):

Analyzing the role of public sector marketing in improving social effectiveness: a case study from Anhui province, China

تحليل دور التسويق في المنظمات الحكومية في تحسين الفعالية الاجتماعي: دراسة حالة مقاطعة أنهوي في الصين.

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل دور التسويق في المنظمات الحكومية، من خلال التحقق من توافر العوامل الرئيسية للتسويق في الإدارة العامة كالتنظيم والثقافة والإدارة والمعلومات والعلاقة بين هذه العوامل والفعالية الاجتماعية، واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي؛ حيث تم جمع البيانات من خلال استبيان تم إرساله إلى 400 موظف في إدارات عامة رئيسية في مدينتين في مقاطعة أنهوي في الصين، وأشارت نتائج التحليل في الدراسة إلى انخفاض مستوى الثقافة الموجهة بالتسويق في المنظمات الحكومية وعدم تبني الإدارة في المنظمات المدروسة للتسويق وعدم وجود توصيف وظيفي وتنظيمي واضح للتسويق في تلك المنظمات إضافة إلى نقص المعلومات اللازمة لممارسة التسويق فيها، أظهرت تحليل البيانات في هذه الدراسة نية واضحة للمنظمات المدروسة لتبني ممارسات بهدف تعزيز الفعالية الاجتماعية وسد الفجوة بين الإدارة العامة والمواطنين، بالإضافة إلى أنّ الثقافة

والإدارة والتنظيم والمعلومات كعوامل مساعدة على ممارسة التسويق في المنظمات الحكومية تؤثر بشكل كبير على الفعالية الاجتماعية.

9_ الإطار النظري:

9_1_ مفهوم التسويق الحكومي:

يعرف التسويق بأنه عملية تشغيل الأصول والموارد للمنظمات لتحقيق علاقة تبادل مرضية مع السوق يستمد منه كلا الطرفين الفوائد التي يبحثون عنها (Baker, 1991, p6)، كما يعرف بأنه "العمليات التي تقوم من خلالها المنظمات بإشراك العملاء، وبناء علاقات قوية معهم لتقديم القيمة التي يريدون بهدف الحصول من العملاء على القيمة التي تريدها هذه المنظمات" (Kotler, Armstrong. 2018, P35-36)، ولا يختلف التسويق في المنظمات الحكومية من حي المفهوم عن التسويق في منظمات الأعمال؛ حيث أن جميع المنظمات التي تتطلب استجابات تجاه السوق يجب أن تستخدم تقنيات التسويق" (Kotler, 1969, p12)، ويعرف التسويق الحكومي حسب (Olivier Serrat) بأنه: "استخدام المنظمات الحكومية لمزيج تسويقي مخصص بالإضافة إلى تقنيات تسويق إضافية من أجل تحسين أدائهم واتصالاتهم مع الأطراف أصحاب المصلحة وإظهار عائد إيجابي على الموارد الممنوحة لهم" (Serrat. 2010, P3)، كما يعرف بأنه "تشاط أساسي للإدارة العامة الجديدة؛ حيث أنه أفضل نظام يمكن لمنظمات الحكومية من خلاله التخطيط لتلبية احتياجات المواطنين وتقديم قيمة حقيقية لهم" (Kotler, Lee, 2007, P11)، نلاحظ أنه بالرغم من وجود اختلافات جوهرية بين المنظمات الحكومية ومنظمات الأعمال إلى أن مضمون مفهوم التسويق متشابه، وأن ممارسة التسويق في المنظمات الحكومية بحاجة إلى مواءمة التسويق مع طبيعة المنظمات الحكومية، وهو ما أكده (Kiron, walsh, 1994) بأنه إذا كان سيتم تطوير التسويق فيما يخص المنظمات الحكومية؛ فإنه بحاجة إلى تطوير اللغة التي سيتم تعريفه بها انطلاقاً من خصوصية هذه المنظمات، وسيتعين إعادة النظر في طبيعة التسويق نفسه إذا أُريد أن يكون هنالك تسويق في المنظمات الحكومية بدلاً من تقليد منظمات الأعمال (Kiron, walsh, 1994, P70).

9_2_ أشكال التسويق الحكومي:

يرى الكثير من الباحثين أنَّ عملية نقل ممارسات التسويق إلى المنظمات الحكومية؛ مرتبطة بشكل مباشر بفهم الأشكال المتعددة للتسويق التي يمكن ممارستها في المنظمات الحكومية (Madill, 1998, P9):

- تسويق المنتجات والخدمات:

تقدم العديد من المنظمات الحكومية المنتجات إما مجاناً أو مقابل رسوم؛ وتكون إما على مبدأ استرداد تكلفة الإنتاج والموارد المستخدمة أو على أساس تحقيق ربح محدد لدعم عملها؛ حيث لا يختلف هنا التسويق عن التسويق في منظمات الأعمال، ولكن تناقش الأدبيات السابقة أن المنظمات الحكومية لطالما اقتصرَت التسويق على أنشطة الترويج؛ حيث أنها قامت بتطوير برامج وقنوات اتصال مع العملاء خارج الاستراتيجية التسويقية العامة وهو الأمر الذي يظهر التسويق بصورة منقوصة بالنسبة للمنظمات الحكومية من حيث مساواة التسويق بالإعلان؛ حيث يجب النظر إلى جميع العناصر الأساسية في المزيج التسويقي لتكوين استراتيجية تسويق فعالة للمنظمات الحكومية (Madill, 1998, P10).

- التسويق الاجتماعي:

وفقاً لكتابات (Kotler, Zaltman, 1971) والتي تُعدّ من أوائل الكتابات في التسويق الاجتماعي فإن التسويق الاجتماعي هو "تصميم وتنفيذ ومراقبة برامج محددة من أجل التأثير في مدى مقبولية أفكار اجتماعية محددة لتوجيه مواقف وسلوكيات الجمهور" ويأخذ التسويق الاجتماعي بعين الاعتبار تخطيط المنتج وتسعيه وتوزيعه وأدوات التواصل وبحوث التسويق ويتمثل الهدف الأساسي من التسويق الاجتماعي بتحقيق المصلحة العامة من خلال التأثير في سلوكيات المجتمع (Kotler, Zaltman, 1971, P5).

- التسويق السياسي:

يمثل هذا النوع من التسويق القيام بأنشطة تسويقية بهدف إقناع فئة محددة من الجمهور بقبول سياسات أو تشريعات جديدة أو قيادات جديدة، تقوم بها جهة إدارية أو سياسية أو تنظيمية في الحكومات كما هو الحال في الحملات الانتخابية (Madill, 1998, P11).

- التسويق لعدم الاستخدام:

يمكن التعبير عن هذا النوع بأنها الحملات التسويقية التي تهدف إلى تقديم المشورة وإقناع فئة محددة بالتوقف عن طلب أو استخدام البرامج والخدمات التي كانت متاحة مسبقاً، وفي بعض المراجعات الأدبية يطلق على هذا النوع بالتسويق العكسي. (Madill, 1998, P12).

9_3_ متطلبات التسويق في المنظمات الحكومية:

يعد الكثير من الباحثين أنّ متطلبات تطبيق وممارسة التسويق في المنظمات الحكومية؛ هي عبارة عن تذليل العقبات والمعوقات التي تحول دون القدرة على نقل ممارسات التسويق من منظمات الاعمال إلى المنظمات الحكومية؛ كالقيود التشريعية والقانونية التي تقيد أنشطة المنظمات الحكومية والفلسفات السياسية والثقافية والتنظيمية التي تحكم بيئة عملها، بالإضافة لمحدودية الموارد المتاحة المادية والبشرية والمالي والتكنولوجية لتسهيل ممارسة التسويق في منظمات القطاع العام (Bean, Hussey, 1997, P28)، وفي وجهة نظر أخرى يرى (Mintz, et al, 2006) أنه يمكن تصنيف متطلبات التسويق في المنظمات الحكومية إلى ثمانية مقومات أساسية:

● الثقافة:

تشير إلى مدى معرفة واهتمام المدراء بالتسويق والتزامهم به، ومدى انتشار الفهم الشامل لأهمية تطبيق التسويق داخل هذه المنظمات واعتباره من الأولويات واعتماد مبدأ التركيز على خدمة العملاء وتطوير المنتجات الجديدة، بالإضافة إلى تعاون الفرق الداخلية على خدمة العملاء.

• التنظيم:

يشير إلى الحالة التنظيمية لوظيفة التسويق داخل الهيكل التنظيمي وكيفية توزيع المسؤوليات المرتبطة بالتسويق، وآليات التعاون والتنسيق بين من يتحمل مسؤوليات التسويق والإدارة العليا والإدارات التنفيذية وصلاحيات اتخاذ القرارات الممنوحة لإدارة التسويق.

• التخطيط:

يشير إلى ضرورة وجود تخطيط للنشاط التسويقي يتناسب مع رؤية المنظمات ورسالتها وتحقق أهدافها، مع إمكانية قياس مدى التقدم والقدرة على تتبع تنفيذ الخطط؛ من خلال مؤشرات قياس محددة مع مراعات الاستراتيجيات والسياسات والموازنات العامة والمتغيرات البيئية الداخلية والخارجية بمختلف أبعادها.

• الإدارة:

تشير إلى ضرورة وجود إجراءات تسويقية محددة في المنظمات الحكومية متمثلة بشكل واضح في وجود مزيج تسويقي يتضمن تحديد واضح لمجموعة المنتجات التي يتم تقديمها ومنهجيات تطويرها وتسعيها وتوزيعها ووسائل التواصل المباشر وغير المباشر بين المنظمة والسوق والعملاء.

• المعرفة والمهارات:

تشير إلى ضرورة امتلاك المنظمات الحكومية معارف ومهارات أساسية مرتبطة بالأنشطة التسويقية، مع الأخذ بعين الاعتبار المهارات الرقمية التي باتت مرتبطة بشكل كبير بأدوات التسويق، بالإضافة إلى وجود برامج تدريبية مستمرة لتدعيم المعارف والمهارات التسويقية.

• معلومات التسويق:

يجب الانتباه والتركيز على اعتماد أبحاث التسويق لتقييم السوق ودراسة وتحليل الاحتياجات والرغبات وتقييم الأداء التسويقي والاستفادة من التغذية العكسية، إضافة إلى ذلك يجب أن يكون النشاط التسويقي دائماً ضمن نطاق الرصد والتقييم

• الموارد:

يحتاج التسويق بصورة عامة وبصرف النظر عن طبيعة نشاط المنظمة إلى توفير الموارد الأساسية اللازمة لممارسته من موارد مادية وموازنات نقدية إلى موارد بشرية ومعارف وخبرات.

• النتائج والمخرجات:

المنظمات التي تبحث عن ممارسة صحيحة وفعالة للتسويق يجب أن تعتمد على مجموعة من الأهداف لتكون قادرة على قياس النتائج وتقويم الأداء التسويقي؛ حيث تبني أهدافها انطلاقاً من رؤيتها واستراتيجيتها ومن ثم تقوم بوضع مؤشرات لقياسها (Mintz, et al, 2006, P7).

ويرى الباحث أنه لنقل ممارسات التسويق إلى المنظمات الحكومية يجب توفير المتطلبات الأساسية لممارسة التسويق، وبالدرجة الثانية إلى تذليل العقبات أمام ممارسة التسويق، ويمكن اعتبار المقومات الثمانية السابق ذكرها نقطة بداية لقياس حالة التسويق في المنظمات الحكومية المدروسة لوضع استراتيجية من أجل تعزيز ممارسة التسويق في المنظمات الحكومية.

10_ الدراسة الميدانية:

10-1 - أداة الدراسة:

اعتمد الباحث في الاستبانة على مقياس ليكرت الخماسي، مع اختبار صدق وثبات أداة الدراسة للتأكد من مدى صلاحيتها للدراسة، إضافة إلى استخدام اختبار الفرق بين المتوسطات.

10-1-1-1 مقياس الصدق:

قام الباحث باختبار صدق الاستبانة من خلال استخدام (مصفوفة الارتباط) للتأكد من اتساق عبارات الاستبانة وملائمتها للدراسة كما يظهر في الجدول التالي:

الجدول رقم (1) نتائج اختبار صدق الاستبانة باستخدام مصفوفة الارتباط

| النتائج والمخرجات | محور الموارد | معلومات التسويق | المعرفة والمهارة | الإدارة | التخطيط | التنظيم | الثقافة | متوسط الإجابات | |
|-------------------|--------------|-----------------|------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|----------------|-------------------|
| **911.000 | **675.000 | **821.000 | **677.000 | **698.000 | **711.000 | **832.000 | 1 | Pearson Sig | الثقافة |
| **743.000 | **694.000 | **833.000 | **901.000 | **757.000 | **810.000 | 1 | **914.000 | Pearson Sig | التنظيم |
| **671.000 | **903.000 | **676.000 | **826.000 | **815.000 | 1 | **738.000 | **657.000 | Pearson Sig | التخطيط |
| **817.000 | **759.000 | **617.000 | **906.000 | 1 | **875.000 | **778.000 | **811.000 | Pearson Sig | الإدارة |
| **699.000 | **758.000 | **871.000 | 1 | **839.000 | **763.000 | **651.000 | **915.000 | Pearson Sig | المعرفة والمهارة |
| **866.000 | **904.000 | 1 | **873.000 | **749.000 | **744.000 | **821.000 | **688.000 | Pearson Sig | معلومات التسويق |
| **755.000 | 1 | **801.000 | **855.000 | **791.000 | **752.000 | **738.000 | **816.000 | Pearson Sig | الموارد |
| 1 | **809.000 | **741.000 | **852.000 | **915.000 | **753.000 | **759.000 | **864.000 | Pearson Sig | النتائج والمخرجات |

المصدر: نتائج التحليلي الإحصائي باستخدام برنامج SPSS نسخة 21

من خلال الجدول السابق؛ نلاحظ أنّ عبارات الاستبانة تتمتع بالصدق المطلوب؛ وذلك لأن قيمة احتمال الدلالة هي أصغر من مستوى الدلالة sig=.000

10-1-1-2 مقياس الثبات:

تم احتساب معامل الثبات ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha) لجميع عبارات الاستبانة وعددها 39 عبارة؛ كما هو موضح في الجدول الآتي:

الجدول رقم (2) نتائج اختبار الثبات لعبارات الاستبانة

| Cronbach Alpha | N of Items |
|----------------|------------|
| 0.912 | 40 |

من خلال الجدول السابق نجد أنَّ قيمة معامل الثبات تساوي 0.912 وهو ما يدل على مستوى عالٍ من الثبات الداخلي للإجابات؛ ومن ثم يمكن الاعتماد على هذه العبارات في اختبار فرضيات.

10-2- اختبار الفرضيات:

يتم اختبار الفرضيات عبر حساب متوسط إجابات أفراد العينة على المحاور المكونة لمتغير الدراسة، ومن ثم اختبار وجود فروقات بين متوسط الإجابات ومتوسط الحياد (3) باستخدام (T-test).

10-2-1- متوسطات إجابات أفراد العينة:

الجدول رقم (3) متوسط إجابات أفراد العينة

| Std. Deviation | Mean | N | المحور |
|----------------|------|----|---|
| Std. Deviation | Mean | N | محور الثقافة |
| .659 | 1.5 | 40 | كبار المديرين التنفيذيين على دراية بالتسويق وملتزمون به. |
| .805 | 2.1 | 40 | هنالك فهم مشترك داخل المنظمة بين العاملين لأدوارهم التسويقية. |
| .951 | 2.2 | 40 | يركز العاملون في على تقديم خدمات أفضل للعملاء. |
| .694 | 1.7 | 40 | العمل موجه وفق مبادئ تسويقية تساعد في تحسين خدمة العملاء. |
| .686 | 2.1 | 40 | تتعاون فرق العمل داخل من أجل خدمة العملاء كافة بنفس السوية. |

متطلبات تسويق الخدمات الحكومية دراسة ميدانية على خدمات مجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن

| | | | |
|-----------------------|-------------|----------|---|
| .759 | 1.9 | 40 | متوسط إجابات أفراد العينة على محور الثقافة |
| Std. Deviation | Mean | N | محور التنظيم |
| .660 | 0.8 | 40 | هنالك منصب في إداري يتحمل مسؤوليات التسويق |
| .703 | 0.9 | 40 | يعمل مدير التسويق بشكل مباشر مع مدير المنظمة. |
| .850 | 1.9 | 40 | تتجاوز صلاحية التسويق إنشاء الإعلانات أو مراقبة خدمة العملاء. |
| .714 | 3.1 | 40 | يعمل الموظفون بشكل وثيق مع باقي فرق العمل من المستويات الإدارية الأخرى من أجل تعزيز خدمة العملاء. |
| .731 | 1.6 | 40 | متوسط إجابات أفراد العينة على محور التنظيم |
| Std. Deviation | Mean | N | محور التخطيط |
| .672 | 1.2 | 40 | هنالك عملية تخطيط تسويقية رسمية |
| .714 | 1.8 | 40 | تتماشى خطة التسويق مع رسالة العمل ورؤيته. |
| .812 | 0.7 | 40 | هنالك رؤية واستراتيجية محددة بوضوح لتطوير الأداء التسويقي. |
| .694 | 1.5 | 40 | هنالك أهداف تسويقية محددة وقابلة للقياس. |
| .661 | 1.1 | 40 | تتم عملية متابعة تنفيذ الخطط والبرامج التسويقية بشكل مستمر. |
| .710 | 1.26 | 40 | متوسط إجابات أفراد العينة على محور التخطيط |
| Std. Deviation | Mean | N | محور الإدارة |
| .711 | 1.6 | 40 | يتم تطوير الخدمات بالاعتماد على قيمتها بالنسبة للعملاء. |
| .803 | 1.7 | 40 | يتم تصميم الخدمات بما يلبي احتياجات ورغبات العملاء. |
| .675 | 0.9 | 40 | يتم تقديم الخدمات بما يتناسب مع العملاء في الزمان والمكان |
| .753 | 2.3 | 40 | يتم تنسيق العمل بين جميع المستويات لتقديم أفضل الخدمات للعملاء |

| | | | |
|-----------------------|-------------|----------|---|
| .823 | 1.4 | 40 | يعتمد التسعير على مستوى الاستخدام وأهمية الخدمات بدلاً من استرداد تكلفة الخدمة وتغطية التكاليف. |
| .741 | 1.2 | 40 | يتم توفير المعلومات للعملاء عبر مجموعة كبيرة من قنوات الاتصال |
| .654 | 2.2 | 40 | يتم استخدام التقنيات الحديثة في التواصل مع العملاء |
| .737 | 1.61 | 40 | متوسط إجابات أفراد العينة على محور الإدارة |
| Std. Deviation | Mean | N | محور المعرفة والمهارة |
| .625 | 2.2 | 40 | يمتلك الموظفون معرفة تسويقية تساعدهم في التسويق للخدمات. |
| .784 | 1.8 | 40 | يتم توفير البرامج التدريبية لتعزيز المهارات التسويقية للموظفين. |
| .682 | 0.7 | 40 | يتلقى الموظفون الدعم اللازم لتعزيز معارفهم التسويقية. |
| .811 | 2.1 | 40 | لدى الموظفين مهارات ومعرفة تمكنهم من الاستجابة الفعالة للعملاء |
| .792 | 1.8 | 40 | يتم تبادل الخبرات والمهارات التسويقية بين الموظفين. |
| .738 | 1.72 | 40 | متوسط إجابات أفراد العينة على محور المعرفة والمهارة |
| Std. Deviation | Mean | N | محور معلومات التسويق |
| .644 | 1.3 | 40 | يتم استخدام أبحاث التسويق لكشف احتياجات السوق والعملاء. |
| .746 | 1.6 | 40 | يتم استخدام بحوث التسويق لتقييم فعالية الخدمات. |
| .673 | 1.9 | 40 | يتم تحليل ومشاركة بيانات السوق لتقديم القيمة المناسبة للعملاء |
| .896 | 1.8 | 40 | يتم الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات للوصول إلى احتياجات العملاء الحقيقية وفهمها. |
| .748 | 1.2 | 40 | يتم بناء الأهداف والخطط التسويقية بالاعتماد على معلومات التسويق. |

متطلبات تسويق الخدمات الحكومية دراسة ميدانية على خدمات مجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن

| Std. Deviation | Mean | N | متوسط إجابات أفراد العينة على محور معلومات التسويق |
|----------------|------|----|---|
| .741 | 1.56 | 40 | |
| Std. Deviation | Mean | N | محور الموارد |
| .759 | 1.2 | 40 | يتم تخصيص التسويق بميزانية متناسبة مع استراتيجيات العمل. |
| .827 | 1.9 | 40 | يتم توفير الأدوات والبنى التحتية اللازمة لممارسة النشاط التسويقي. |
| .691 | 1.1 | 40 | يتم توفير الموارد الترويجية اللازمة لتسويق الخدمات للعملاء. |
| Std. Deviation | Mean | N | متوسط إجابات أفراد العينة على محور الموارد |
| .759 | 1.4 | 40 | |
| Std. Deviation | Mean | N | محور النتائج والمخرجات |
| .719 | 1.7 | 40 | يتم تقييم النشاط التسويقي من باستخدام مؤشرات دقيقة ونوعية. |
| .876 | 1.8 | 40 | يتم قياس رضا العملاء بشكل دوري. |
| .633 | 1.6 | 40 | يساعد النشاط لتسويق في تنمية الإيرادات وخفض التكلفة. |
| .647 | 1.5 | 40 | يساهم التسويق في تحسين الأداء وتحسين العلاقة مع العملاء |
| .704 | 1.4 | 40 | يتم الاستفادة من تقييم النتائج في تطوير خدمة العملاء |
| Std. Deviation | Mean | N | متوسط إجابات أفراد العينة على محور النتائج والمخرجات |
| .715 | 1.6 | 40 | |

المصدر: نتائج التحليلي الإحصائي باستخدام برنامج SPSS نسخة 21

من خلال الجدول (3) نجد ما يلي:

- بلغ متوسط إجابات أفراد العينة على محور الثقافة (1.9) وهذا يدل على أنَّ إجابات أفراد العينة تميل إلى عدم الموافقة على توافر الثقافة اللازمة لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن.
- بلغ متوسط إجابات أفراد العينة على محور التنظيم (1.6) وهذا يدل على أنَّ إجابات أفراد العينة تميل إلى عدم الموافقة على توافر التنظيم اللازم لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن.

- بلغ متوسط إجابات أفراد العينة على محور التخطيط (1.26) وهذا يدل على أنّ إجابات أفراد العينة تميل إلى عدم الموافقة على توافر عمليات التخطيط اللازمة لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن.
- بلغ متوسط إجابات أفراد العينة على محور الإدارة (1.61) وهذا يدل على أنّ إجابات أفراد العينة تميل إلى عدم الموافقة على توافر العمليات الإدارية اللازمة لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن.
- بلغ متوسط إجابات أفراد العينة على محور المعرفة والمهارة (1.72) وهذا يدل على أنّ إجابات أفراد العينة تميل إلى عدم الموافقة على توافر المعرفة والمهارة اللازمة لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن.
- بلغ متوسط إجابات أفراد العينة على محور معلومات التسويق (1.56) وهذا يدل على أنّ إجابات أفراد العينة تميل إلى عدم الموافقة على توافر معلومات التسويق اللازمة لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن.
- بلغ متوسط إجابات أفراد العينة على محور الموارد (1.40) وهذا يدل على أنّ إجابات أفراد العينة تميل إلى عدم الموافقة على توافر الموارد اللازمة لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن.
- بلغ متوسط إجابات أفراد العينة على محور النتائج والمخرجات (1.60) وهذا يدل على أنّ إجابات أفراد العينة تميل إلى عدم الموافقة على استخدام النتائج والمخرجات بالشكل اللازم لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن.

10-2-2- اختبار الفروق بين متوسطات إجابات أفراد العينة ومتوسط المقياس:

للتأكد من أن الفروق بين متوسطات إجابات أفراد العينة ومتوسط المقياس؛ هي فروق دالة إحصائياً قام الباحث باستخدام اختبار (T-test):

الجدول (4) اختبار (T-test)

| T-test | | | | |
|-----------------|------|----|-------|-------------------|
| Mean difference | sig | df | T | المحور |
| 1.1- | .000 | 39 | 6.91- | الثقافة |
| 1.4- | .000 | 39 | 4.57- | التنظيم |
| 1.74- | .000 | 39 | 7.21- | التخطيط |
| 1.39- | .000 | 39 | 6.67- | الإدارة |
| 1.28- | .000 | 39 | 5.14- | المعرفة والمهارة |
| 1.44- | .000 | 39 | 4.89- | معلومات التسويق |
| 1.6- | .000 | 39 | 5.21- | الموارد |
| 1.4- | .000 | 39 | 7.02- | النتائج والمخرجات |

من خلال الجدول (4) نجد ما يلي:

الفرضية الفرعية الأولى: قيمة احتمال الدلالة $\text{sig} = .000$ هي أصغر من قيمة مستوى الدلالة 0.05 لذا نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة؛ أي أن الفرق بين متوسط إجابات أفراد العينة ومتوسط المقياس هو فرق جوهري يشير إلى عدم توافر الثقافة اللازمة لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن.

الفرضية الفرعية الثانية: قيمة احتمال الدلالة $\text{sig} = .000$ هي أصغر من قيمة مستوى الدلالة 0.05 لذا نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة؛ أي أن الفرق بين متوسط إجابات أفراد العينة ومتوسط المقياس هو فرق جوهري يشير إلى عدم توافر التنظيم اللازم لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن.

الفرضية الفرعية الثالثة: قيمة احتمال الدلالة $sig=0.000$ هي أصغر من قيمة مستوى الدلالة 0.05 لذا نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة؛ أي أنّ الفرق بين متوسط إجابات أفراد العينة ومتوسط المقياس هو فرق جوهري يشير إلى عدم توافر عمليات التخطيط اللازمة لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن.

الفرضية الفرعية الرابعة: قيمة احتمال الدلالة $sig=0.000$ هي أصغر من قيمة مستوى الدلالة 0.05 لذا نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة؛ أي أنّ الفرق بين متوسط إجابات أفراد العينة ومتوسط المقياس هو فرق جوهري يشير إلى عدم توافر العمليات الإدارية اللازمة لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن.

الفرضية الفرعية الخامسة: أنّ قيمة احتمال الدلالة $sig=0.000$ هي أصغر من قيمة مستوى الدلالة 0.05 لذا نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة؛ أي أنّ الفرق بين متوسط إجابات أفراد العينة ومتوسط المقياس هو فرق جوهري يشير إلى عدم توافر المعرفة والمهارة اللازمة لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن.

الفرضية الفرعية السادسة: قيمة احتمال الدلالة $sig=0.000$ هي أصغر من قيمة مستوى الدلالة 0.05 لذا نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة؛ أي أنّ الفرق بين متوسط إجابات أفراد العينة ومتوسط المقياس هو فرق جوهري يشير إلى عدم توافر معلومات التسويق اللازمة لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن.

الفرضية الفرعية السابعة: أنّ قيمة احتمال الدلالة $sig=0.000$ هي أصغر من قيمة مستوى الدلالة 0.05 لذا نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة؛ أي أنّ الفرق بين متوسط إجابات أفراد العينة ومتوسط المقياس هو فرق جوهري يشير إلى عدم توافر الموارد اللازمة لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن.

الفرضية الفرعية الثامنة: قيمة احتمال الدلالة $\text{sig}=0.000$ هي أصغر من قيمة مستوى الدلالة 0.05 لذا نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة؛ أي أنّ الفرق بين متوسط إجابات أفراد العينة ومتوسط المقياس هو فرق جوهري يشير إلى عدم استخدام النتائج والمخرجات بالشكل اللازم لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن.

10_3_ النتائج والتوصيات:

10_3_1_ النتائج:

- عدم توافر الثقافة اللازمة لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن؛ حيث تبين وجود ضرورة لنشر ثقافة التسويق ومبادئه بين الموظفين القائمين على تقديم الخدمات، بما يعزز من إمكانية تطبيق التسويق بشكل فعال وتقديم الخدمات للعملاء بفعالية.
- عدم توافر التنظيم اللازم لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن؛ حيث تبين ضرورة وجود وظيفة تخصصية مسؤولة عن القيام بأنشطة التسويق للخدمات، مع تخصيص فريق تسويقي ومنحه الصلاحيات للتنسيق مع باقي فرق العمل لتعزيز خدمة العملاء.
- عدم توافر التخطيط اللازم لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن؛ حيث تبين وجود حاجة لبناء خطة تسويقية تتناسب مع رؤية العمل واستراتيجيته وتضمن تحقيق الأهداف، ومتابعة تنفيذ الخطة بشكل دوري لتقومها بما يتناسب مع ظروف العمل والأهداف.
- عدم توافر العمليات الإدارية اللازمة لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن؛ حيث هنالك ضرورة لتطوير الخدمات بما يلبي احتياجات العملاء وتسعيها وتوزيعها بما يحقق القيمة المتوقعة، إضافة

- إلى ضرورة بناء اتصالات فعالة لنقل المعلومات من وإلى العملاء بهدف تعزيز العلاقة معهم وتحقيق رضاهم.
- عدم توافر المعرفة والمهارة اللازمة لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن؛ حيث هنالك ضرورة لتعزيز معارف ومهارات الموظفين التسويقية، وتعزيز مشاركة المعرفة بين فرق العمل بما يسهم في تعزيز وتطوير الأنشطة التسويقية.
 - عدم توافر معلومات التسويق اللازمة لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن؛ حيث هنالك حاجة لتفعيل بحوث التسويق لتوفير البيانات اللازمة عن الأسواق والعملاء، بما يمكن المركز من بناء استراتيجية تسويقية فعالة لخدمات مجلس مدينة اللاذقية.
 - عدم تخصيص الموارد اللازمة لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن؛ حيث يجب تخصيص الموارد المادية والمالية والبشري واللوجستية اللازمة لممارسة الأنشطة التسويقية للخدمات الحكومية التي يقدمها المركز.
 - عدم استخدام النتائج والمخرجات بالشكل اللازم لتسويق الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن؛ حيث يجب تصميم مؤشرات لقياس النشاط التسويقي ووضع آليات للاستفادة من مخرجات القياس في تعزيز التسويق للخدمات التي يقدمها المركز للعملاء.
 - تبين من خلال الإحصاءات الوصفية ونتائج اختبار الفرضيات؛ عدم توافر المقومات الأساسية لممارسة التسويق في المنظمات الحكومية بالتطبيق على الخدمات الحكومية لمجلس مدينة اللاذقية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن.

10_3_2_ التوصيات:

- نشر ثقافة التسويق وأهميته على مستوى الإدارة العليا والموظفين القائمين على تقديم الخدمات للعملاء من خلال ورشات العمل وتشجيع الموظفين على تقديم الأفكار الإبداعية لتحسين خدمة العملاء.
- إنشاء وظيفة إدارية خاصة بالتسويق ورفدها بالموارد البشري المتخصص ومنحه الصلاحيات والموارد اللازمة لتفعيل النشاط التسويقي في المركز وفق أسس منهجية.
- صياغة أهداف تسويقية محددة وقابلة للتحقيق والقياس ضمن خطة تسويقية ونشرها عبر كافة الموظفين ومتابعة تنفيذها بشكل دوري للتحقق من عملية التنفيذ وتطوير الخطة بما يتناسب مع ضرورات العمل.
- تطوير الخدمات بما يتناسب مع احتياجات العملاء المتجددة، من خلال الاستفادة من تجارب العملاء وبحوث التسويق.
- تسعير الخدمات بالاعتماد على قدرة العملاء على الدفع والسعي لخفض تكلفة الحصول على الخدمات بالنسبة للعملاء، مع التركيز على خفض التكاليف النقدية وغير النقدية كالزمن اللازم للحصول على الخدمات وتكلفة الوصول إلى مركز تقديم الخدمات.
- تطوير وسائل وقنوات توزيع الخدمات وجعلها أكثر راحة بالنسبة للعملاء وأكثر ملائمة مع نوعية الخدمة.
- تطوير الممارسات الترويجية والاعتماد على مزيج ترويجي متنوع يضمن تحقيق اتصال فعال مع العملاء لتطوير العلاقة معهم، والاستفادة من تقنيات الاتصال ومنصات التواصل الاجتماعي لنقل المعلومات من وإلى العملاء عن الخدمات وآليات الحصول عليها.
- تنظيم برامج تدريبية تخصصية لتنمية مهارات الموظفين التسويقية، وخصوصاً فيما يتعلق بخدمة العملاء ومعالجة الشكاوى.

- تحفيز الموظفين على تبادل الخبرات والمعارف فيما يتعلق بآليات تسويق الخدمات وخدمة العملاء، من خلال عمليات التدريب الداخلي بين الموظفين والاجتماعيات الدورية.
- إنشاء وتفعيل نظام متكامل لبحوث التسويق من خلال عملاء المركز بالدرجة الأولى وباستخدام تقنيات الاتصال الحديثة؛ من شأنه توفير المعلومات اللازمة لبناء استراتيجية تسويق فعالة واستخدام الأدوات التسويقية المناسبة.
- توفير الموارد المالية والبشرية واللوجستية اللازمة لتفعيل النشاط التسويقي؛ من خلال تخصيص موازنة دورية للنشاط التسويقي، واستقطاب الموارد البشرية المؤهلة وتوفير التجهيزات والتقنيات اللازمة لتفعيل ممارسات التسويق التي تتناسب مع طبيعة عمل وخدمات المركز.
- صياغة مقاييس محددة للأداء التسويقي تساعد في تتبع نشاطها التسويقي وقياس العائد على الاستثمار في النشاط التسويقي الذي تمارسه.
- الاستفادة من تقارير الأداء واستطلاعات الرأي وردود الفعل والاقتراحات والشكاوى من أجل تقييم وقياس كفاءة الأداء، واستخدام نتائج عمليات القياس في تطوير النشاط التسويقي للخدمات التي يقدمها المركز.
- تذليل العقبات التي تحول دون إمكانية نقل ممارسات التسويق وتفعيلها في مركز خدمة المواطن، من خلال توفير مقومات التسويق، ووضع استراتيجية عمل لتوفير المتطلبات الأساسية وبرنامج تنفيذي، مع ضرورة تقويم عملية التنفيذ وتتبعها باستخدام مؤشرات شفافة وواضحة وقابلة للقياس تسمح بتصحيح الانحرافات ومحاسبة المقصرين.

المراجع:

المراجع العربية:

1. براينيس، عبد القادر (2007). التسويق في مؤسسات الخدمة العمومية: دراسة على قطاع البريد والاتصالات في الجزائر. أطروحة دكتوراه غير منشورة، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر: الجزائر.
2. غدير، باسم غدير(2012). تحليل البيانات المتقدم باستخدام " IBM SPSS **Statistics 20**". سورية: وزارة الإعلام.
3. مقورة، لمياء؛ زورتي، خلود (2019). التوجه التسويقي في مؤسسات الخدمة العمومية: دراسة قطاع البريد والاتصالات بالمسيلة، رسالة ماجستير غير منشورة. قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، جامعة محمد بوضياف-المسيلة: الجزائر.
4. وزارة الإدارة المحلية والبيئة. (2017). دليل مراكز خدمة المواطن. دمشق: وزارة الإدارة المحلية والبيئة.

المراجع الأجنبية:

1. Baker, Michael. (1991). **Marketing strategy and management**. London: Macmillan Publishers Ltd.
2. Bean, Jennifer; Hussey, Lascelles. (1997). **Marketing Public Sector Services**. London: HB Publications.
3. Butler, Patrick; Collins, Neil (1995). 'Marketing Public Sector Services: Concepts and Characteristics', *Journal of Marketing Management*, 11(1-3), pp 83-96
4. Kieron Walsh, Marketing and Public Sector Management, *European Journal of Marketing*, Vol. 28 Iss 3, 1994,p 63-71.
5. Kotler, P. Levy, S. 1969, 'Broadening the Concept of Marketing', *journal of marketing*, 88, p10-15
6. Kotler, P; Lee, N .(2007). **Marketing in the Public Sector: A Roadmap for Improved Performance**, New Jersey. USA: Pearson Education, Inc.
7. Kotler, Philip; Armstrong, Gary (2018). **Principles of marketing 17 th ed**. United Kingdom: Pearson Education.
8. Kotler; Philip, Zaltman; Gerald (1971). Social Marketing: An Approach to Planned Social Change, *Journal of Marketing*. 35, pp 3-12.
9. Madill, Judith . (1998), Marketing in Government, *The Journal of Public Sector Management*, vol. 28, no. 4, pp 9-18.
10. Mintz, James; Church, Doug; Colterman, Bernie (2006). *The Case for Marketing in the Public Sector*. Optimum, *The Journal of Public Sector Management*, 36(4), pp 1-18
11. Serrat, Olivier. (2010). **Knowledge solutions " Tools, Methods and Approaches to Drive Development Forward and Enhance its Effects**. Philippines: Asian Development Bank.
12. Ticlau, Tudor; MORA, Cristina; Tiganas, Andrei; Bacali, Laura. (2010). Public Marketing as A Strategic Component of

- Public Management. A Pilot Study in Cluj County on the Existence of Basic Marketing Condition in the Local Public Administration in Romania. *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 31E, pp 147-167.
13. Wright, Gillian H; Chew, Celine; Hines, Anthony (2012). The Relevance and Efficacy of Marketing in Public and Non-Profit Service Management, *Public Management Review*, 14(4), pp 433-450
14. Zaheer, Ahmad Nawaz; Rashid, Audil (2016). Analyzing the role of public sector marketing in improving social effectiveness: a case study from Anhui province in China, *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 14, pp 57-71.

جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية ودورها في تحقيق رضا

العملاء

دراسة حالة مركز خدمة المواطن الإلكتروني

*** عباس رشيد كعده

** د. ديمة ماخوس

* أ.د. كنده علي ديب

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى تقييم جودة الخدمات الإلكترونية المقدمة للعملاء عبر مركز خدمة المواطن الإلكتروني، ودور جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية في تحقيق رضا العملاء، ولتحقيق أهداف الدراسة اعتمد الباحث على المنهج الوصفي؛ حيث تم جمع البيانات الأولية من خلال استبانة تم اعدادها بعد الاطلاع على الدراسات السابقة، كما تمثلت عينة الدراسة بمجموعة من عملاء مركز خدمة المواطن الإلكتروني في محافظة دمشق بلغت 324 مفردة تم اختيارها بأسلوب المعاينة الميسرة، وكان عدد الاستبانات الصالحة للتحليل 300 استبانة، وتم إجراء الدراسة العملية باستخدام الاساليب الإحصائية المناسبة، وتوصلت الدراسة من خلال التحليل الإحصائي إلى مجموعة من النتائج؛ كان من أبرزها، مستوى جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني كان مرتفعاً من وجهة نظر عملاء المركز، كما أن العملاء راضون عن الخدمات التي يقدمها المركز لها، إضافة إلى وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني لعملائه ومستوى رضا العملاء عن هذه الخدمات؛ حيث كانت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية ورضا العملاء 0.776.

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية - رضا العملاء - مركز خدمة المواطن الإلكتروني.

* أستاذ - قسم إدارة الأعمال - كلية الاقتصاد - جامعة تشرين - اللاذقية - سورية

** مدرس - قسم إدارة الأعمال كلية الاقتصاد - جامعة تشرين - اللاذقية - سورية

*** طالب دراسات عليا (دكتوراه) - قسم إدارة الأعمال كلية الاقتصاد - جامعة تشرين - اللاذقية - سورية

The Quality of E-government Services and Their Role in Achieving Customer Satisfaction Case Study Of The E-citizen Service Center

*** Abbas Rashid Kaada

* Dr. Kinda Ali Deeb

**Dr. Dima Makhous

Abstract

This study aimed to assess the quality of electronic services provided to customers through the e-citizen service center, and the role of the quality of e-government services in achieving customer satisfaction. To achieve the objectives of the study, the researcher relied on the descriptive approach. Where the primary data was collected through a questionnaire that was prepared after reviewing the previous studies, and the study sample was represented by a group of clients of the e-Citizen Service Center in Damascus governorate, amounting to 324 items that were chosen using the soft sampling method, and the number of questionnaires valid for analysis was 300, and the study was conducted The process using appropriate statistical methods, and the study reached, through statistical analysis, a set of results; Most notably, the level of quality of e-government services provided by the e-citizen service center was high from the point of view of the center's customers, and the customers are satisfied with the services provided by the center to them, in addition to the presence of a positive significant correlation between the quality of e-government services provided by the service center e-citizen of its customers and the level of customer satisfaction with these services; Where the Pearson correlation coefficient value between the quality of e-government services and customer satisfaction was 0.776.

Keywords: quality of e-government services - customer satisfaction - e-citizen service center.

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

**Teacher - Department of Business Administration, Faculty of Economics - Tishreen University - Lattakia - Syria

***Postgraduate Student (PhD) - Department of Business Administration, Faculty of Economics - Tishreen University - Lattakia - Syria

1_المقدمة:

تعتبر الحكومة الإلكترونية أحد أهم نتائج الثورة التكنولوجية المتعلقة بمجال عمل الحكومات ومنظمتها، و تشير الحكومة الإلكترونية إلى استخدام الحكومات لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتعزيز الوصول إلى العملاء وتوفير المعلومات وتقديم الخدمات الحكومية للأفراد والشركات بالشكل الأمثل، ويمكننا القول بأنّ الحكومة الإلكترونية هي وسيلة لجعل الحكومات أصغر حجماً وأكثر ذكاءً، من خلال تحسين جودة الخدمات التي تقدمها المنظمات لعملائها وإشراك العملاء في عملية إنتاج وتقديم الخدمات للوصول إلى درجة الرضا، ومع انتشار الوعي عالمياً بأهمية الخدمات الحكومية الإلكترونية باعتبارها تمثل الشكل الجديد للخدمات الحكومية، سعت الجمهورية العربية السورية إلى إرساء مقومات الحكومة الإلكترونية وتوفير متطلباتها وتطوير الخدمات الحكومية وتوفيرها ضمن البيئة الإلكترونية، ومن بين أهم المشاريع الحكومية لتقديم الخدمات الحكومية الإلكترونية مركز خدمة المواطن الإلكتروني الذي يمثل نقطة انطلاق لخدمات الحكومة الإلكترونية وأحد أهم قنواتها لتحسين جودة الخدمات الحكومية وتحقيق رضا العملاء.

2_مشكلة الدراسة:

يتزايد التوجه نحو الحكومة الإلكترونية في سورية بشكل ملحوظ خصوصاً بعد إطلاق منظومة الدفع الإلكتروني، والتحول في تقديم بعض الخدمات الحكومية من نحو الخدمات الحكومية الإلكترونية، وانتشار العديد من التطبيقات الإلكترونية لتعزيز انتشار الوسائل الإلكترونية بين الناس، وقد فرض هذا التحول في تقديم الخدمات الحكومية ضرورة تقييم الخدمات الحكومية الإلكترونية ودورها في تحقيق رضا العملاء، ومن هنا قام الباحث بصياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيس التالي:

ما هو دور جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية في تحقيق رضا العملاء عن الخدمات التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني؟

ويتفرع عنه مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- ما هو دور بعد سهولة الاستخدام في تحقيق رضا العملاء عن الخدمات التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني؟
- ما هو دور بعد سرعة الاستجابة في تحقيق رضا العملاء عن الخدمات التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني؟
- ما هو دور بعد توفر وشمولية المعلومات في تحقيق رضا العملاء عن الخدمات التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني؟
- ما هو دور بعد الخصوصية والأمان في تحقيق رضا العملاء عن الخدمات التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني؟
- ما هو دور بعد أداء وتصميم الموقع الإلكتروني في تحقيق رضا العملاء عن الخدمات التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني؟

3_ أهمية الدراسة:

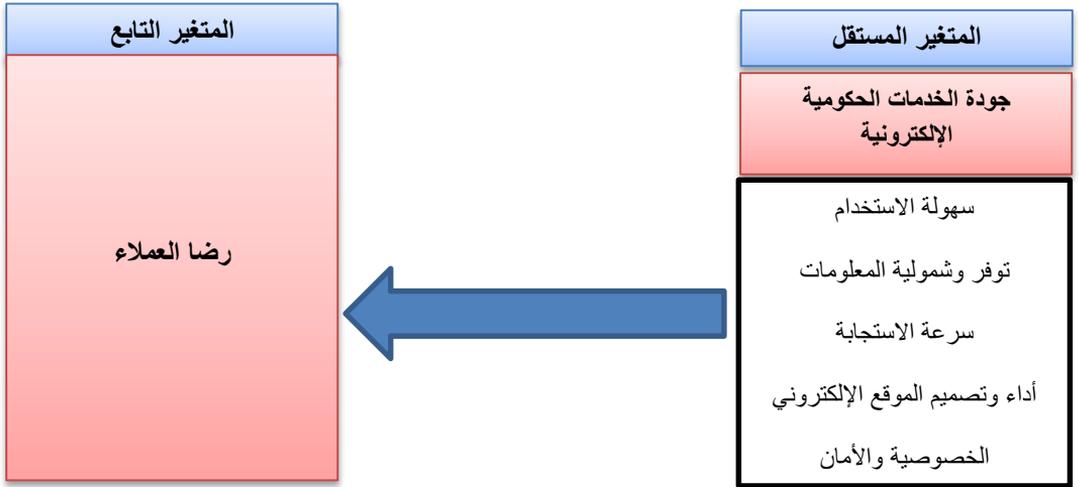
الأهمية النظرية: تتمثل الأهمية النظرية للبحث في بناء إطار نظري حول جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية المقدمة في مركز خدمة المواطن الإلكتروني، خصوصاً بعد التحول نحو تقديم الخدمات الإلكترونية في المنظمات الحكومية في سورية، وعلاقة جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية وتأثيرها على رضا العملاء.

الأهمية العملية: تتمثل الأهمية العملية للبحث في البناء على نتائجه؛ وذلك بقياس جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية المقدمة في مركز خدمة المواطن الإلكتروني؛ من خلال مجموعة من المؤشرات من وجهة نظر العملاء للتعرف على فجوات الجودة، وتحديد دور جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية في تحقيق رضا العملاء، وتقديم مجموعة من التوصيات لتحسين جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية من خلال معالجة فجوات الجودة، والذي بدوره يؤثر على مستوى رضا العملاء عن الخدمات الحكومية الإلكترونية التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني.

4_ أهداف الدراسة:

- تقييم جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية المقدمة في مركز خدمة المواطن الإلكتروني من وجهة نظر العملاء.
- قياس مستوى رضا العملاء عن الخدمات التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني.
- دراسة العلاقة بين جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية ورضا العملاء عن الخدمات التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني.

5_ أنموذج الدراسة ومتغيراتها:



الشكل (1) أنموذج الدراسة

فرضيات الدراسة:

المتغير المستقل: جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية: ويتكون من مجموعة من الأبعاد (سهولة الاستخدام، توفر وشمولية المعلومات، سرعة الاستجابة، أداء وتصميم الموقع الإلكتروني، الخصوصية والأمان)

- المتغير التابع: رضا العملاء

6_فرضيات الدراسة:

الفرضية الأساسية: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية بأبعادها ورضا العملاء عن الخدمات التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني.

يتفرع عن الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية:

1. الفرضية الفرعية الأولى: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين سهولة الاستخدام ورضا العملاء عن الخدمات الحكومية الإلكترونية
2. الفرضية الفرعية الثانية: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين سرعة الاستجابة ورضا العملاء عن الخدمات الحكومية الإلكترونية
3. الفرضية الفرعية الثالثة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين توفر وشمولية المعلومات ورضا العملاء عن الخدمات الحكومية الإلكترونية
4. الفرضية الفرعية الرابعة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين الخصوصية والأمان ورضا العملاء عن الخدمات الحكومية الإلكترونية
5. الفرضية الفرعية الخامسة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين أداء وتصميم الموقع الإلكتروني ورضا العملاء عن الخدمات الحكومية الإلكترونية

7_ حدود الدراسة:

الحدود الزمانية: أجريت هذه الدراسة خلال مدة شهري آذار ونيسان من عام 2022.

الحدود المكانية: أجريت هذه الدراسة على مركز خدمة المواطن الإلكتروني في سورية.

الحدود البشرية: أجريت هذه الدراسة على عينة من العملاء المستفيدين من الخدمات الحكومية الإلكترونية المقدمة في مركز خدمة المواطن الإلكتروني في محافظة دمشق.

8_ مجتمع الدراسة وعينته:

يتكون مجتمع الدراسة من مجموعة من العملاء الذين يستخدمون موقع مركز خدمة المواطن الإلكتروني في محافظة دمشق، حيث تم تحديد عينة الدراسة بالاعتماد على المعاينة الميسرة، باختيار مجموعة من العملاء بلغ عددها 324 تم توزيع الاستبانة عليها باستخدام البريد الإلكتروني، وبلغ عدد الاستبانات المستردة الصالحة للتحليل 300 استبانة.

9_ منهجية الدراسة:

اعتمد البحث على المنهج الوصفي من خلال اتباع أسلوب دراسة الحالة؛ حيث تم جمع البيانات الثانوية المتعلقة بالبحث من خلال مجموعة من الدراسات والمراجع العربية والأجنبية التي تخدم بناء الإطار النظري للبحث، أما البيانات الأولية المتعلقة باختبار فرضيات البحث، فقد تم الحصول عليها من خلال استبانة موجهة لعينة ميسرة من عملاء مركز خدمة المواطن الإلكتروني في محافظة دمشق؛ بهدف قياس جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية المقدمة لهم واختبار علاقة الارتباط بين جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية ورضا العملاء عنها باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS V23.

10_الدراسات السابقة:

10_1_الدراسات العربية:

- دراسة (غيايد، 2021) بعنوان: أثر جودة الخدمات الإلكترونية في تحقيق رضا الزبائن: دراسة على عينة من زبائن مؤسسة بريد الجزائر، مجلة دراسات وأبحاث اقتصادية في الطاقات المتجددة: سكيكدة.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمات الإلكترونية التي يقدمها موقع بريد الجزائر على رضا زبائنه المستخدمين للموقع الإلكتروني، من خلال الاعتماد على مقياس (Netqual) المصمم لقياس جودة الخدمات الإلكترونية؛ وتكونت عينة الدراسة من عدد من مستخدمي الخدمات الإلكترونية بلغت 88 مفردة تم اختيارها باستخدام المعاينة العشوائية، وباستخدام المنهج الوصفي التحليلي توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها؛ رضا الزبائن عن الخدمات الإلكترونية المقدمة لهم في مؤسسة بريد الجزائر مع اختلاف درجة الرضا عن أبعاد جودة الخدمة الإلكترونية، بالإضافة إلى وجود علاقة ارتباط طردية بين جودة الخدمات الإلكترونية ورضا الزبائن في مؤسسة بريد الجزائر.

- دراسة (طحان، عباس، 2020) بعنوان: مدى رضا المستخدمين عن الخدمات الحكومية الإلكترونية (دراسة تجريبية على الإدارات العامة في الجمهورية اللبنانية)، المجلة الدولية لضمان الجودة.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مستوى رضا المستخدمين في لبنان عن الخدمات المقدمة إلكترونياً في الإدارات العامة، وقد تم جمع البيانات باستخدام استبانة تم توزيعها على عينة من المستخدمين للخدمات الإلكترونية بلغ عددها 384 مفردة باستخدام المعاينة العشوائية البسيطة، وباستخدام المنهج الوصفي التحليلي توصلت الدراسة إلى

مجموعة من النتائج من أهمها؛ وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين إمكانات المستخدمين للحصول على الخدمات الإلكترونية المتمثلة بما يلي (الحصول على الوسائل التكنولوجية والقدرة على استخدام البرمجيات والشبكات وجودة المعلومات) ورضا المستخدمين للخدمات الحكومية الإلكترونية المقدمة في الإدارات العامة في لبنان.

10_2_ الدراسات الأجنبية:

- دراسة (Chandio, 2019) بعنوان:

E-Government In Pakistan: Framework Of Opportunities And Challenges

خدمات الحكومة الإلكترونية في باكستان: إطار نظري للفرص والتحديات.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة توقعات المواطنين حول مستوى جودة الخدمات الإلكترونية التي تقدمها الحكومة في باكستان، وتقييم الوسائل التي يستطيع من خلالها المواطنون الحصول على الخدمات الإلكترونية التي تقدمها الحكومة في باكستان ومستوى فاعليتها، ولتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي؛ من خلال جمع البيانات باستخدام المقابلة الشخصية واستبانة تم توزيعها على عينة مؤلفة من 350 مستخدم لوسائل وتطبيقات الحكومة الإلكترونية للحصول على الخدمات الحكومية، وأظهرت نتائج الدراسة أنّ تجربة حكومة باكستان لا تزال دون المستوى المتوسط قياساً بالتجارب العالمية للحكومة الإلكترونية، وأنّ معظم المواطنين غير مهتمين باستخدام الخدمات، كما بينت الدراسة أنّ ثقة المواطنين بالخدمات الإلكترونية ومدى قابليتها لتحقيق توقعاتهم جاءت بمستوى منخفض، كما كان تقييم المواطنين لجودة الخدمات الإلكترونية منخفض بسبب عدم الاستخدام.

- دراسة (Liang, S, W. 2015) بعنوان:

Adoption of e-government services: an empirical study of the online tax filing system in Taiwan

اعتماد خدمات الحكومة الإلكترونية: دراسة تجريبية لنظام الإيداع الضريبي عبر الإنترنت في تايوان.

هدفت هذه الدراسة إلى التحقيق في العوامل التي تؤثر في رغبة الجمهور لتبني الخدمات الإلكترونية للضريبة في تايوان، وتقييم جودة هذه الخدمات من وجهة نظر الجمهور، ولتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي؛ من خلال توزيع استبانة على عينة الدراسة المكونة من 70 مفردة يتعاملون مع الخدمات الإلكترونية للضريبة في تايوان، وتوصلت الدراسة إلى أن مستوى تبني الجمهور للخدمات الإلكترونية مستوى منخفض ويعود السبب في ذلك إلى العادات والمعايير الاجتماعية السائدة بين الجمهور في تايوان.

10_3_ الاختلاف عن الدراسات السابقة:

تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في بيئة التطبيق، فهذه الدراسة مطبقة على مركز خدمة المواطن الإلكتروني في الجمهورية العربية السورية، وتأتي أهمية الدراسة من أهمية تقييم جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية لمركز خدمة المواطن الإلكتروني، ومدى مساهمة جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية في تحقيق رضا العملاء.

11_الإطار النظري:

11_1_جودة الخدمات الإلكترونية:

11_1_1_الخدمات الإلكترونية:

يعتبر توظيف واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أحد أهم الأهداف التي تسعى المنظمات لتحقيقها وخصوصاً المنظمات الخدمية، لما لذلك من دور في تحسين أدائها وتحسين جودة الخدمات التي تقدمها لعملائها، وتسهم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحويل تقديم الخدمات من الطريقة التقليدية إلى الطريقة الإلكترونية بما يحقق الفائدة للمنظمات والعملاء، ويمكن تعريف الخدمات الإلكترونية بأنها "خدمات تستند إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي يشارك فيها العملاء ويقوم بدور تفاعلي، وبالتالي يكون قادر على الاستفادة منها والتعامل معها إلكترونياً" (Kasper, 2006, p321).

11_2_1_1_الخدمات الحكومية الإلكترونية:

يشير مصطلح الخدمات الحكومية الإلكترونية إلى تقديم الخدمات الحكومية عبر شبكة الانترنت؛ فتقوم الحكومات باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من أجل دعم وتطوير الخدمات التي تقدمها للعملاء وتعزيز مشاركة وتفاعل العملاء مع الخدمات التي تقدمها، وقد تكون الخدمات الحكومية الإلكترونية عبارة عن تقديم معلومات أو تسديد مستحقات أو أنشطة أخرى تتم عبر شبكة الانترنت، وتعرف بأنها "استخدام الحكومات لتقنيات المعلومات والاتصالات الأكثر ابتكاراً؛ لخدمة العملاء والمنظمات مع ضمان سهولة الوصول إلى المعلومات والخدمات الحكومية؛ بهدف تحسين نوعية الخدمات وتوفير فرص أكبر للمشاركة والتفاعل (Fang, 2002, P9)، وتعرف أيضاً بأنها "مجموعة الخدمات الحكومية التي يتم تقديمها من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛ لتعزيز الأداء الحكومي بطريقة أكثر فاعلية وأكثر كفاءة في جميع الأوقات ومن مختلف الأماكن وضمان تفاعل العملاء ورفع مستوى رضاهم عن الخدمات

الحكومية (العابد، الحموي، 2019، ص44)، ويمكن تصنيف الخدمات الحكومية الإلكترونية إلى أربعة تصنيفات:

- خدمات مقدمة من الحكومة إلى العملاء.
- خدمات مقدمة من الحكومة إلى منظمات الأعمال.
- خدمات مقدمة من الحكومة إلى العاملين.
- خدمات مقدمة من الحكومة إلى الحكومة (Jabbar, et al, 2018, P1258).

11_1_3_ جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية:

تعتبر جودة الخدمات الإلكترونية عاملاً في نجاح المنظمات الحكومية التي تقوم بتقديم الخدمات الإلكترونية للعملاء، باعتبار أنّ الهدف من تقديم الخدمات الحكومية الإلكترونية هو تحقيق رضا العملاء وتسهيل تقديم الخدمات، وقدّم (Parasuraman et al, 2005, P220) تعريفاً لجودة الخدمات الإلكترونية بأنها مدى اتصاف الموقع الإلكتروني الذي يقدم الخدمات الإلكترونية بالكفاءة والفعالية في جميع عملياته، ويرى (Rowley, 2006, P345) أنّ جودة الخدمات الإلكترونية تنبع من جودة البيئة الإلكترونية المرتبطة بتقديم الخدمات مثل الموقع الإلكتروني، بينما عرفها (المحارب، العضائلة، 2017، ص310) بأنها قدرة الخدمة الإلكترونية على تحقيق المنفعة المستهدفة للعملاء والوصول إلى رضا في ضوء معايير محددة.

11_1_4_ أبعاد جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية:

تعتبر جودة الخدمات الإلكترونية أحد أهم المحددات لرضا العملاء والوصول إلى ولاء العملاء؛ حيث تلعب جودة الخدمات الإلكترونية في تلبية احتياجات ورغبات العملاء وتطوير العلاقة معهم، وقد تعرضت العديد من الدراسات السابقة إلى جودة الخدمات الإلكترونية؛ وقد اعتمدت كل دراسة على مجموعة من الأبعاد المتناسبة مع بيئة التطبيق لقياس وتقييم جودة الخدمات الإلكترونية، وفيما يلي أهم الأبعاد التي تم اعتمادها لتقييم جودة الخدمات الإلكترونية (Ojasalo, 2010, P130):

- (Barnes, Vidgen, 2002) تم الاعتماد على الأبعاد التالية في قياس وتقييم جودة الخدمات الإلكترونية: (سهولة الاستخدام، التصميم، توفر المعلومات، الثقة، التعاطف).
- (Santos, 2003) تم الاعتماد على الأبعاد التالية في قياس وتقييم جودة الخدمات الإلكترونية: (سهولة الاستخدام، المظهر، الربط، الهيكل والتخطيط، المحتوى، الموثوقية، الكفاءة، الدعم، الاتصالات، الأمن، الحوافز).
- (Wolfenbarger, Gilly, 2003) تم الاعتماد على الأبعاد التالية في قياس وتقييم جودة الخدمات الإلكترونية: (الوفاء والموثوقية، تصميم الموقع، خدمة العملاء، الأمان والخصوصية).
- (Ribbink, van Riel, et al, 2004) تم الاعتماد على الأبعاد التالية في قياس وتقييم جودة الخدمات الإلكترونية: (سهولة الاستخدام، تصميم الموقع، التخصيص، الاستجابة، الضمان).
- (Raman, et al, 2008) تم الاعتماد على الأبعاد التالية في قياس وتقييم جودة الخدمات الإلكترونية: (سهولة الاستخدام، المظهر، الموثوقية، التخصيص، الاتصالات، الحوافز).

وخلال هذه الدراسة اعتمد الباحث على الأبعاد التالية لقياس جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية: (سهولة الاستخدام، سرعة الاستجابة، توفر وشمولية المعلومات، الخصوصية والأمان، أداء وتصميم الموقع الإلكتروني):

- **سهولة الاستخدام:** يقصد بسهولة الاستخدام سهولة التصفح عبر الموقع الإلكتروني، وسهولة الوصول إلى المعلومات المطلوبة، من خلال قابلية التفاعل مع الموقع وسهولة الدخول إليه وسهولة تقديم طلبات الخدمات والحصول عليها وتتناسب طبيعة الاستخدام مع كافة شرائح العملاء (الطراونة، 2011، ص11).
- **سرعة الاستجابة:** تعني القدرة على التعامل الفعال مع متطلبات العملاء والاستجابة لمشكلاتهم والعمل على معالجتها بسرعة وكفاءة، بحيث يكون

العملاء محل تقدير واهتمام واحترام المنظمة التي يتعاملون معها، وتلعب الاستجابة دوراً رئيسياً في تحسين جودة الخدمات الإلكترونية؛ من خلال تحديد نوعية المعلومات وأساليب الدعم المطلوب توفيرها في مواقع تقديم الخدمات، ليكون موقع تقديم الخدمات قادر على توفير الدعم الفني والتقني الفوري للعملاء بما يساعد في تحقيق رضا العملاء (رمان، 2016، ص590).

- **توفر وشمولية المعلومات:** يقصد به توفر المعلومات اللازمة عن الخدمات المقدمة إضافة إلى بساطة المعلومات وسهولة فهمها وتكاملها بما يضمن حصول العملاء على الخدمات، وبالتالي فإنَّ محتوى ومعلومات الموقع الذي يوفر الخدمات يجب أن تكون كاملة وواضحة وسهلة بالنسبة للعملاء (المجاني، 2016، ص24-25).

- **الخصوصية والأمان:** تقديم الخدمات الإلكترونية يتضمن طلب الوصول إلى بعض معلومات العملاء الخاصة والتي تعتبر من خصوصيات العملاء؛ وبالتالي يجب أن يوفر الموقع آليات عمل للمحافظة على هذه الخصوصيات، بحيث يشعر العملاء بالأمان أثناء عملية تقديم الخدمات والحصول عليها، بالإضافة للتركيز على خلو الخدمات الإلكترونية من الأخطاء أو المخاطر التشغيلية أو التقنية (رمان، 2016، ص590).

- **أداء وتصميم الموقع الإلكتروني:** يمثل الموقع الإلكتروني واجهة تقديم الخدمات الإلكترونية التي يتعامل معها العملاء للحصول على الخدمات، حيث يتم من خلال توفير المعلومات واستلام الطلبات والشكاوى وعرض الخدمات وتسليمها للعملاء، وبالتالي فإنَّ التصميم الجيد للموقع الإلكتروني من حيث واجهة الاستخدام وسرعة الموقع وتصميم صفحات الموقع له دور مهم في تحسين جودة الخدمات الإلكترونية وتحقيق رضا العملاء (شحيبر، 2017، ص52).

11_2_ رضا العملاء:

يعرف رضا العميل بأنه الحالة التي تتقابل فيها توقعات العميل مع إدراكاته المرتبطة بالخدمة المقدمة له (Kotler, Keller, 2012, P128)، وفي ذات السياق يعرف أيضاً بأنه الانطباع الإيجابي أو السلبي الذي يشعر به العميل بشأن تجربة الشراء أو الاستهلاك وينتج عن مقارنة التوقعات مع أداء المنتج (Kotler, et al, 2019,P130)، ويرى (Kotler) أنّ المنظمات التي تريد النجاح يجب عليها التركيز في عملياتها بشكل مباشر على تحقيق رضا العملاء، حيث يمثل العملاء نقطة البداية في عمليات المنظمات من خلال فهم احتياجاتهم ورغباتهم، ونقطة النهاية من خلال تقديم المنتجات التي تشبع تلك الاحتياجات والرغبات، وتجمع غالبية الدراسات حول مجموعة من المحددات لرضا العملاء (دخيلي، 2022، ص211):

- **التوقعات:** وهي التصورات التي يكونها العميل في عقله قبل الحصول على المنتجات ومدى تحقيقها للمنافع التي يرغب بالحصول عليها، وتؤثر مجموعة من العوامل في توقعات العملاء منها الاتصال بالآخرين والاحتياجات الشخصية والخبرات التراكمية والنشاط التسويقي للمنظمات وأسعار المنتجات.
- **الأداء الفعلي:** مجموعة المنافع الفعلية التي يحصل عليها العملاء من شراء أو استخدام المنتجات، وتأتي أهمية الأداء الفعلي من كونه معياراً لتحديد مدى تحقق توقعات العملاء.
- **المطابقة وعدم المطابقة:** تنتج من خلال مقارنة العملاء للأداء الفعلي للمنتجات مع التوقعات المراد الحصول عليها، فإذا كانت النتيجة الفعلي لأداء المنتج مساوية للتوقعات يمكن القول بأن الرضا قد تحقق.

وتسعى جميع المنظمات من خلال تحقيق رضا العملاء إلى الوصول بهم إلى درجة الولاء، حيث يمثل الولاء أحد أهم الأصول الاستراتيجية للمنظمات باختلاف أنواعها، وعلى المنظمات أن تُدرك كل أنواع الولاء لتعمل على توظيف استراتيجية الخدمة بالاتجاه الصحيح والمناسب، ويمكن تصنيف ولاء العملاء إلى سبعة أنواع:

- ولاء عاطفي: مرتبط بما تقدمه الخدمات للعملاء من مشاعر وخصوصية.
- ولاء للاسم: ارتباط العملاء بالمنظمة ومنتجاتها وشعورهم بأنهم جزء منها.
- الولاء للصفات الحاكمة: مرتبط بالقيمة المدركة من قبل العميل لمواصفات الخدمة الأساسية
- ولاء الارتباط: عندما يشعر العملاء بأنَّ الحصول على الخدمات يمنحهم مزايا إضافية في المجتمع.
- الولاء الناتج عن ارتفاع تكلفة التغيير: عندما تكون تكلفة التحول باتجاه آخر أكبر من تكلفة الاستمرار في الحصول على نفس الخدمة.
- الولاء الناتج عن الاستخدام المستمر: الولاء الناتج عن اعتياد العملاء الحصول على الخدمات.
- الولاء المرتبط بالراحة: وهو الولاء المرتبط بشعور العملاء أثناء عملية طلب وشراء واستخدام الخدمات (أبو علفة، 2002، ص98).

11_3_ مركز خدمة المواطن الإلكتروني:

يمثل مركز خدمة المواطن الإلكتروني في الجمهورية العربية السورية نقطة انطلاق لخدمات الحكومة الإلكترونية وأحد قنواتها، حيث بدأ مشروع مركز خدمة المواطن الإلكتروني من خلال تقديم مجموعة من الخدمات الحكومية الإلكترونية المرتبطة بعمل الجهات الحكومية عن طريق الانترنت كجزء من تطبيقات الحكومة الإلكترونية، وتتمثل

رؤية المركز في بناء بوابة إلكترونية مرتبطة ومتكاملة مع برنامج مركز خدمة المواطن الموحد في مراكز خدمة المواطن، والتي تسمح بتقديم الطلبات ومتابعتها والدفع إلكترونياً وصولاً لاستلام نتيجة المعاملة من مركز خدمة المواطن أو من خلال البريد. ليتمكن المواطن من تقديم المعاملات التي تنفذ في المركز، ومتابعة تنفيذ هذه المعاملات بغض النظر عن مكان تواجده الحقيقي، مما يتيح تسريع المعاملات ومتابعتها، بالإضافة إلى تخفيف الازدحام الناتج عن تواجد المواطنين، ويهدف مركز خدمة المواطن الإلكتروني لتحقيق مجموعة من الأهداف:

- تجميع كافة الأنشطة والخدمات المعلوماتية لمراكز خدمة المواطن في موقع رسمي موحد
- تحقيق سرعة التنسيق والإنجاز بين المواطن والمراكز والجهات المزودة للخدمات
- اتصال دائم بالمواطنين
- القدرة على تأمين كافة الاحتياجات الاستعلامية والخدمية للمواطن
- تقليل الاعتماد على العمل الورقي في المعاملات الحكومية
- المرونة في التعامل مع المواطنين
- كسر الحواجز الجغرافية بين المواطن والحكومة

12_ الدراسة العملية:

12_1_ أداة الدراسة:

استخدم الباحث لأغراض الدراسة العملية استبانة تم تصميمها من خلال الاطلاع الموسع على الدراسات السابقة والاستفادة منها، كما قام الباحث باختبار صدق وثبات الاستبانة للتأكد من صلاحيتها للدراسة؛ حيث بلغت النسبة الإجمالية (0.972) والتي تشير إلى درجة موثوقية عالية، والجدول التالي يوضح قيمة ألفا كرونباخ لكل متغير من متغيرات

جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية ودورها في تحقيق رضا العملاء
دراسة حالة مركز خدمة المواطن الإلكتروني

الدراسة كما هو موضح بالجدول (1)، وشملت الاستبانة قسماً خاصاً بالبيانات الديموغرافية لعينة الدراسة، وقسماً خاصاً بمتغيرات الدراسة المستقل والتابع، كما قام الباحث باختبار وثبات الاستبانة من خلال:

الجدول رقم (1) - معامل ثبات الفا مرونباخ

| المحور | عدد العبارات | ألفا مرونباخ |
|-------------------------------|--------------|--------------|
| سهولة الاستخدام | 6 | 0.981 |
| سرعة الاستجابة | 6 | 0.962 |
| توفر وشمولية المعلومات | 3 | 0.965 |
| الخصوصية والأمان | 3 | 0.976 |
| أداء وتصميم الموقع الإلكتروني | 4 | 0.977 |
| رضا العملاء | 8 | 0.972 |
| الإجمالي | 30 | 0.972 |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss v23

2_12_ الخصائص الديموغرافية:

الجدول رقم (2) - الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

| النسبة المئوية | التكرار | التصنيف | الخصائص الديموغرافية |
|----------------|---------|------------------|----------------------|
| 56.6% | 170 | ذكر | الجنس |
| 43.4% | 130 | أنثى | |
| 25% | 75 | أقل من 25 سنة | العمر |
| 45% | 135 | من 26 حتى 35 سنة | |
| 23.3% | 70 | من 36 حتى 45 سنة | |
| 6.7% | 20 | أكثر من 45 سنة | |
| 16.7% | 50 | معهد | المؤهلات العلمية |
| 76.3% | 229 | جامعة | |
| 7% | 10 | دراسات عليا | |
| 24% | 72 | طالب | موظف |
| 29% | 87 | القطاع الخاص | |
| 20% | 60 | القطاع العام | |
| 27% | 81 | عمل حر | |

المصدر: من إعداد الباحث

من خلال جدول المتغيرات الديموغرافية لعينة الدراسة يمكننا ملاحظة ما يلي:

- كانت نسبة الذكور الذين يستخدمون الخدمات الإلكترونية التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني هي أكبر من نسبة الإناث اللاتي يستخدمن الخدمات الإلكترونية التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني؛ حيث بلغت نسبة الذكور 56.6% مقابل الإناث التي بلغت 43.4%.

جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية ودورها في تحقيق رضا العملاء
دراسة حالة مركز خدمة المواطن الإلكتروني

- تشكل فئة الشباب ممن أعمارهم دون 35 سنة النسبة الأكبر من العملاء الذين يستخدمون خدمات مركز خدمة المواطن الإلكتروني حيث بلغت نسبتهم 70%.
- تشير البيانات في الجدول (2) إلى أنّ النسبة الأكبر لمستخدمي خدمات مركز خدمة المواطن الإلكتروني هي من حملة الإجازة الجامعية حيث بلغت نسبتهم 76.3%.
- هنالك تنوع في المهن بين عملاء مركز خدمة المواطن الإلكتروني بين الطلاب والعاملين في القطاع الخاص والعام والمهن الحرة؛ حيث كانت النسب متقاربة فيما بينهم.

3_12_ توصيف متغيرات الدراسة:

توصيف متغيرات الدراسة من خلال إجابات أفراد العينة على الأسئلة المتعلقة بالمتغيرات واستخراج المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومستوى قبول الإجابات على مقياس ليكرت الخماسي على النحو التالي:

| | | |
|------------------|------------------|------------------|
| 5-3.66 | 3.66-2.33 | 2.33-1 |
| مستوى قبول مرتفع | مستوى قبول متوسط | مستوى قبول منخفض |

- متوسطات إجابات أفراد العينة على المتغير المستقل (جودة الخدمات الإلكترونية):

الجدول رقم (3) - المتوسطات الحسابية لمحاور المتغير المستقل (جودة الخدمات الإلكترونية)

| العبارات | المتوسط الحسابي | الانحراف المعياري | الأهمية النسبية | درجة القبول |
|--|-----------------|-------------------|-----------------|-------------|
| سهولة الاستخدام | 3.80 | 0.819 | 5 | مرتفع |
| يعتبر استخدام الخدمات الإلكترونية سهل وأقل جهد | 3.80 | 0.698 | 4 | مرتفع |
| يساعد استخدام الخدمات الإلكترونية على إنجاز المطلوب دون الحاجة إلى الذهاب لموقع تقديم الخدمة | 3.61 | 0.712 | 6 | متوسط |
| يوفر الموقع المساعدة الفورية لتسهيل العمليات على العملاء | 3.92 | 0.679 | 2 | مرتفع |
| تتميز اللغة والمصطلحات المستخدمة في الخدمات الإلكترونية بالوضوح | 3.82 | 0.722 | 3 | مرتفع |
| يمكن البحث عن الخدمات الإلكترونية والوصول إليها بسهولة | 3.95 | 0.706 | 1 | مرتفع |
| يوفر الموقع دليلاً كافياً واضحاً يوضح كيفية التعامل مع الخدمات الإلكترونية | 3.71 | 0.684 | 5 | مرتفع |
| سرعة الاستجابة | 3.82 | 0.728 | 3 | مرتفع |
| يتم احترام الوعود بشأن تسليم الخدمات | 4.21 | 0.777 | 1 | مرتفع |
| يتم تقديم الخدمات بشكل دقيق كما تم طلبها. | 4.08 | 0.725 | 2 | مرتفع |
| يتم الاستجابة لطلبات العملاء على الخدمات الإلكترونية كما هو متوقع | 3.72 | 0.688 | 4 | مرتفع |
| يمكن للعملاء طلب الخدمات والوصول إليها من أي متصفح إلكتروني أو عبر الهاتف النقال | 3.95 | 0.722 | 3 | مرتفع |
| يوفر المركز خدمة الرد السريع عن طريق الهاتف أو البريد الإلكتروني أو وسائل التواصل الاجتماعي | 3.59 | 0.717 | 5 | متوسط |

جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية ودورها في تحقيق رضا العملاء
دراسة حالة مركز خدمة المواطن الإلكتروني

| | | | | |
|--------------|----------|--------------|-------------|--|
| متوسط | 6 | 0.741 | 3.52 | يتم الاستجابة للمشكلات والشكاوى ومعالجتها بالشكل المطلوب |
| مرتفع | 1 | 0.766 | 4.27 | توفر وشمولية المعلومات |
| مرتفع | 3 | 0.779 | 4.11 | يعرض الموقع معلومات حديثة متناسبة مع ما يقدمه من خدمات إلكترونية |
| مرتفع | 2 | 0.778 | 4.21 | تتوفر الخدمات الإلكترونية على معلومات دقيقة ومفهومة حول مضمونها |
| مرتفع | 1 | 0.743 | 4.51 | يوفر الموقع معلومات إرشادية لكيفية طلب الخدمات والتسجيل عليها ومتطلباتها ومواعيد استلامها |
| مرتفع | 4 | 0.697 | 3.81 | الخصوصية والأمان |
| مرتفع | 1 | 0.690 | 4.20 | لدي شعور بالثقة والأمان فيما يخص عملية إدخال معلوماتي الشخصية لطلب الخدمات الإلكترونية |
| مرتفع | 2 | 0.684 | 3.75 | لدي ثقة بعدم إساءة استخدام معلوماتي الشخصية |
| مرتفع | 3 | 0.701 | 3.72 | أشعر بالثقة والأمان أثناء طلب الخدمات الإلكترونية لما يوفره المركز من تقنيات حماية وأمان للعملاء |
| مرتفع | 2 | 0.719 | 3.97 | أداء وتصميم الموقع الإلكتروني |
| مرتفع | 4 | 0.723 | 3.83 | يعتبر شكل وتصميم وصفحات الموقع حديثة وجذابة |
| مرتفع | 2 | 0.714 | 4.06 | يوفر الموقع أيقونات وقوائم واضحة وسهلة الاستخدام |
| مرتفع | 1 | 0.723 | 4.10 | يمكن استخدام الموقع والانتقال بين صفحاته بسهولة |
| مرتفع | 3 | 0.718 | 3.92 | صفحات الموقع مترابطة لتوفير الخدمات بالسرعة المطلوبة |
| مرتفع | | 0.756 | 3.93 | الإجمالي |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss v23

من خلال الجدول السابق يمكن استخلاص النتائج التالية:

- جاء بُعد "توفر وشمولية المعلومات" بالمرتبة الأولى من ناحية الأهمية النسبية المعطاة له من قبل عملاء مركز خدمة المواطن الإلكتروني للخدمات التي

يقدمها؛ حيث بلغ متوسط إجابات أفراد العينة 4.27 بانحراف معياري قدره 0.766، وهذا ما يؤكد أنّ توفير المعلومات اللازمة للعملاء حول الخدمات الحكومية الإلكترونية التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني باعتبارها تجربة جديدة؛ من حيث آلية طلب الخدمة ومواعيد استلامها له دور مهم في الحكم على جودة الخدمات من وجهة نظر العملاء

- كان تقييم العملاء لأبعاد جودة الخدمة الإلكترونية التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني مرتفع حيث جاءت المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد العينة ضمن التقييم المرتفع.

- جاء بعد "سهولة الاستخدام" من ناحية الأهمية النسبية المعطاة له من قبل عملاء مركز خدمة المواطن الإلكتروني في الترتيب الأخير بين أبعاد جودة الخدمات الإلكترونية بمتوسط حسابي بلغ 3.80 وانحراف معياري 0.819، ويُرجع الباحث السبب في ذلك إلى أنّ تجربة الخدمات الإلكترونية عبر مركز خدمة المواطن الإلكتروني لا زالت تجربة جديدة، ولم يكتسب العملاء المعرفة والخبرة الكافية للتعامل معها وبالتالي ليس من السهل استخدام العملاء لهذه الخدمات.

- نجد من خلال الإحصاءات الوصفية لمحاور المتغير المستقل أنّ المتوسط الإجمالي لأبعاد جودة الخدمات الإلكترونية التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني 3.93 بانحراف معياري قدره 0.756، وتشير هذه النسب إلى موافقة عملاء مركز خدمة المواطن الإلكتروني على توافر أبعاد جودة الخدمات الإلكتروني في الخدمات التي يقدمها المركز لعملائه بمستوى مرتفع.

جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية ودورها في تحقيق رضا العملاء
دراسة حالة مركز خدمة المواطن الإلكتروني

متوسطات إجابات أفراد العينة على المتغير التابع (رضا العملاء):

الجدول رقم (4) - المتوسطات الحسابية للمتغير التابع (رضا العملاء)

| الانحراف المعياري | المتوسط الحسابي | العبارات |
|-------------------|-----------------|--|
| 0.698 | 4.06 | أنا راضٍ عن أداء الخدمات التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني |
| 0.710 | 4.15 | تسرتني تجربتي في استخدام خدمات مركز خدمة المواطن الإلكتروني |
| 0.764 | 4.02 | سوف أستمر باستخدام موقع مركز خدمة المواطن الإلكتروني للحصول على الخدمات الإلكترونية |
| 0.759 | 4.05 | جودة الخدمات الإلكترونية التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني تفوق الجودة التي أتوقعها |
| 0.742 | 3.90 | يقدم مركز خدمة المواطن الإلكتروني الخدمات الإلكترونية بكفاءة وفعالية |
| 0.729 | 3.85 | الخدمات التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني تلبي متطلباتي واحتياجاتي |
| 0.699 | 3.95 | يتم تطوير موقع مركز خدمة المواطن الإلكتروني بشكل مستمر لضمان تقديم الخدمات التي يطلبها العملاء |
| 0.818 | 4.25 | سوف أقوم بدعوة معارفي للحصول على الخدمات الإلكترونية التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني |
| 0.739 | 4.02 | الإجمالي |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss v23

من خلال الجدول السابق يمكن استخلاص النتائج التالية:

- درجة رضا العملاء عن الخدمات الإلكترونية التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني مرتفعة حيث بلغ متوسط إجابات العملاء على رضا العملاء 4.02 بانحراف معياري قدره 0.739، وهذا يدل على رضا العملاء عن تجربة الخدمات

الإلكترونية التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني؛ نظراً لما توفره من جهد وتكلفة على العملاء.

12_4_ اختبار الفرضيات:

الجدول (5) اختبار الفرضيات

| الفرضيات | المتغيرات | Pearson Correlation | Sig. (1-tailed) | الترتيب حسب قوة معامل الارتباط |
|-------------------------|-----------------------------------|---------------------|-----------------|--------------------------------|
| الفرضية الفرعية الأولى | سهولة الاستخدام | **.835 | .000 | 1 |
| | رضا العملاء | | | |
| الفرضية الفرعية الثانية | سرعة الاستجابة | **.698 | .000 | 5 |
| | رضا العملاء | | | |
| الفرضية الفرعية الثالثة | توفر وشمولية المعلومات | **.823 | .000 | 2 |
| | رضا العملاء | | | |
| الفرضية الفرعية الرابعة | الأمان والخصوصية | **.701 | .000 | 4 |
| | رضا العملاء | | | |
| الفرضية الفرعية الخامسة | أداء وتصميم الموقع الإلكتروني | **.822 | .000 | 3 |
| | رضا العملاء | | | |
| الفرضية الرئيسية | جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية | **.776 | .000 | |
| | رضا العملاء | | | |
| | | | | |

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج spss v23

1- اختبار الفرضية الفرعية الأولى: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين سهولة الاستخدام ورضا العملاء عن الخدمات الإلكترونية التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني.

وجدَ الباحث من خلال الجدول (5) أنَّ قيمة معامل الارتباط بيرسون بين سهولة الاستخدام ورضا العملاء (0.835) أي أنَّ هنالك علاقة طردية قوية بينهما، كما كانت القيمة الاحتمالية $\text{sig} < 0.05$ وهذا يدل على أنَّ الارتباط بين المتغيرين هو ارتباط معنوي؛ وبالتالي نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة القائلة بوجود علاقة ذات دلالة معنوية بين المتغيرين؛ حيث أنه يزداد رضا العملاء عن الخدمات الحكومية الإلكترونية التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني عبر موقعه كلما كانت عمليات الحصول على الخدمات أسهل.

2- الفرضية الفرعية الثانية: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين سرعة الاستجابة ورضا العملاء عن الخدمات التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني.

وجدَ الباحث من خلال الجدول (5) أنَّ قيمة معامل الارتباط بيرسون بين سرعة الاستجابة ورضا العملاء (0.698) أي أنَّ هنالك علاقة طردية قوية بينهما، كما كانت القيمة الاحتمالية $\text{sig} < 0.05$ وهذا يدل على أنَّ الارتباط بين المتغيرين هو ارتباط معنوي؛ وبالتالي نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة القائلة بوجود علاقة ذات دلالة معنوية بين المتغيرين؛ حيث أنه يزداد رضا العملاء عن الخدمات الحكومية الإلكترونية التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني عبر موقعه كلما تمكن المركز من تحقيق استجابة أفضل لاحتياجات العملاء ورغباتهم وتقديم المساعدة لهم.

3- اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($a \leq 0.05$) بين توفر وشمولية المعلومات ورضا العملاء عن الخدمات الإلكترونية التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني.

وجدَ الباحث من خلال الجدول (5) أنّ قيمة معامل الارتباط بيرسون بين توفر وشمولية المعلومات ورضا العملاء (0.823) أي أنّ هنالك علاقة طردية قوية بينهما، كما كانت القيمة الاحتمالية $sig < 0.05$ وهذا يدل على أنّ الارتباط بين المتغيرين هو ارتباط معنوي؛ وبالتالي نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة القائلة بوجود علاقة ذات دلالة معنوية بين المتغيرين؛ حيث أنه يزداد رضا العملاء عن الخدمات الحكومية الإلكترونية التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني عبر موقعه كلما استطاع المركز توفير المعلومات اللازمة حول استخدام العملاء للخدمات الحكومية الإلكترونية التي يقدمها.

4- اختبار الفرضية الفرعية الرابعة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($a \leq 0.05$) بين الخصوصية والأمان ورضا العملاء عن الخدمات الإلكترونية التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني.

وجدَ الباحث من خلال الجدول (5) أنّ قيمة معامل الارتباط بيرسون بين الخصوصية والأمان ورضا العملاء (0.701) أي أنّ هنالك علاقة طردية قوية بينهما، كما كانت القيمة الاحتمالية $sig < 0.05$ وهذا يدل على أنّ الارتباط بين المتغيرين هو ارتباط معنوي؛ وبالتالي نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة القائلة بوجود علاقة ذات دلالة معنوية بين المتغيرين؛ حيث أنه يزداد رضا العملاء عن الخدمات الحكومية الإلكترونية التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني عبر موقعه كلما تمكن المركز من توفير درجة أكبر من الخصوصية والأمان للعملاء فيما يتعلق بطلب الخدمات والحصول عليها والمعلومات الشخصية الخاصة بالعملاء.

5- اختبار الفرضية الفرعية الخامسة: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين أداء وتصميم الموقع الإلكتروني ورضا العملاء عن الخدمات التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني.

وجدَ الباحث من خلال الجدول (5) أنَّ قيمة معامل الارتباط بيرسون بين أداء وتصميم الموقع الإلكتروني ورضا العملاء (0.822) أي أنَّ هنالك علاقة طردية قوية بينهما، كما كانت القيمة الاحتمالية $\text{sig} < 0.05$ وهذا يدل على أنَّ الارتباط بين المتغيرين هو ارتباط معنوي؛ وبالتالي نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة القائلة بوجود علاقة ذات دلالة معنوية بين المتغيرين؛ حيث أنه يزداد رضا العملاء عن الخدمات الحكومية الإلكترونية التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني عبر موقعه كلما كان أداء وتصميم الموقع الإلكتروني متناسباً مع طبيعة الخدمات التي يقدمها، بحيث يوفر السهولة والمعلومات للعملاء أثناء طلب الخدمات.

- اختبار الفرضية الرئيسية: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) بين جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية ورضا العملاء عن الخدمات التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني.

وجدَ الباحث من خلال الجدول (5) أنَّ قيمة معامل الارتباط الإجمالي بين جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية ورضا العملاء عن الخدمات التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني عبر موقعه (0.776) أي أنَّ هنالك علاقة طردية قوية بين جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية ورضا العملاء عن الخدمات التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني عبر موقعه، كما كانت القيمة الاحتمالية $\text{sig} < 0.05$ وهذا يدل على أنَّ الارتباط بين المتغيرين هو ارتباط معنوي يعتد به؛ وبالتالي نرفض فرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة القائلة بوجود علاقة بين المتغيرين

13_النتائج والتوصيات:

13_1_النتائج:

1. بينت نتائج الدراسة العملية أن تقييم عملاء مركز خدمة المواطن الإلكتروني لجودة الخدمات الحكومية الإلكترونية التي يقدمها المركز كان مرتفعاً وجاء ترتيب أبعاد جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية حسب الأهمية بالنسبة لعملاء المركز على النحو التالي:

- توفر وشمولية المعلومات في الترتيب الأول بمتوسط حسابي بلغ 4.27
- أداء وتصميم الموقع الإلكتروني في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي بلغ 3.97

- سرعة الاستجابة في الترتيب الثالث بمتوسط حسابي بلغ 3.82
- الخصوصية والأمان في الترتيب الرابع بمتوسط حسابي بلغ 3.81
- سهولة الاستخدام في الترتيب الخامس بمتوسط حسابي بلغ 3.80

ويُرجع الباحث الترتيب السابق إلى أنّ الخدمات الحكومية الإلكترونية لا تزال تجربة جديدة وبالتالي فإنّ حكم العملاء على جودتها يتأثر بدرجة كبيرة وأساسية بمدى توفر المعلومات حول هذه الخدمات وآليات طلبها واستلامها، ومن ثم يلعب الموقع الإلكتروني دور مهم في التأثير على إدراك العملاء لجودة الخدمات المقدمة لهم من خلال ما يوفره تصميم الموقع للعملاء أثناء طلبهم الخدمات والحصول عليها، بالإضافة إلى استجابة الموقع لاستفسارات العملاء وطلباتهم واحتياجاتهم التي قد تكون كثيرة باعتبار أنّ تجربة الخدمات الحكومية الإلكترونية هي تجربة جديدة قد يجد العملاء بعض الصعوبات في استخدامها، ومن ثم تتأثر جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية بدرجة الأمان والخصوصية التي يوفرها المركز لعملائه حيث أنّ عملية الخدمة من البداية إلى النهاية تتم عبر البيئة

الافتراضية حيث تعتبر درجة الخصوصية والأمان مهمة جداً للعملاء، وأخيراً يأتي تقييم سهولة الاستخدام الذي يتأثر بجميع الأبعاد السابقة من وجهة نظر العملاء في الحكم على جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية.

2. تتصف الخدمات الحكومية الإلكترونية التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني للعملاء بأنها سهلة الاستخدام من خلال تصميم الموقع الإلكتروني وأدائه ودرجة الخصوصية والأمان التي يوفرها للعملاء أثناء عمليات الخدمات، إضافة إلى توفير المعلومات اللازمة والكافية للعملاء لطلب الخدمات والحصول عليها، مع توفير درجة عالية من الاستجابة لمتطلبات العملاء ومعالجتها بالسرعة المطلوبة.

3. بينت نتائج الدراسة العملية أنّ الخدمات الحكومية الإلكترونية التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني لعملائه تتصف بدرجة عالية من الجودة من وجهة نظر العملاء حيث بلغ المتوسط الإجمالي لأبعاد جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية 3.93

4. بينت نتائج الدراسة العملية أن مستوى رضا العملاء عن الخدمات الحكومية الإلكترونية التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني لعملائه كان مرتفعاً حيث بلغ متوسط إجابات أفراد العينة على رضا العملاء 4.02

5. بينت نتائج اختبار الفرضيات وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني لعملائه ومستوى رضا العملاء عن هذه الخدمات؛ حيث كانت قيمة معامل ارتباط بيرسون بين جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية ورضا العملاء 0.776

6. توجد علاقة ارتباط معنوية بين أبعاد جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية وتحقيق رضا العملاء عن الخدمات التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني مع اختلاف درجة ومستوى العلاقة كما أظهرت نتائج التحليل الإحصائي:

▪ سهولة الاستخدام في المرتبة الأولى فقد بلغت قيمة معامل الارتباط 0.835.

▪ توفر وشمولية المعلومات في المرتبة الثانية فقد بلغت قيمة معامل الارتباط 0.823.

▪ أداء وتصميم الموقع الإلكتروني في المرتبة الثالثة فقد بلغت قيمة معامل الارتباط 0.822.

▪ الأمان والخصوصية في المرتبة الرابعة فقد بلغت قيمة معامل الارتباط 0.701.

▪ سرعة الاستجابة في المرتبة الخامسة فقد بلغت قيمة معامل الارتباط 0.698.

ويرى الباحث أنّ نتائج اختبار الفرضيات تُبين ارتباط مستوى رضا العملاء بأبعاد جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية بدرجات مختلفة، ويعتبر الباحث أنّ ترتيب العملاء لدرجة الارتباط يتأثر بشكل كبير بتجربة العملاء للخدمات الحكومية الإلكترونية، باعتبارها تجربة جديدة فلا يزال العملاء بحاجة إلى توفير درجة أكبر من سهولة الاستخدام والراحة مع توفير معلومات أشمل عن ميزات الخدمات التي يتم تقديمها وآليات الحصول عليها وتطوير أداء الموقع الإلكتروني ليتناسب مع طبيعة الخدمات والعملاء المستخدمين له واعتماد معايير تضمن توفير أعلى درجات الخصوصية والأمان والاستجابة للعملاء.

13_2_ الاقتراحات:

بناء على النتائج التي تم الوصول إليها يقترح الباحث مجموعة المقترحات لتحسين جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية وتحقيق رضا العملاء:

1. ضرورة اهتمام إدارة مركز خدمة المواطن الإلكتروني بتسهيل استخدام العملاء للموقع أثناء عملية طلب الخدمات والحصول عليها من خلال توفير دليل كامل للاستخدام، ونشر فيديوهات توضيحية لكيفية استخدام الموقع الإلكتروني أثناء طلب الخدمات واستلامها، وتطوير النماذج الإلكترونية الخاصة بالخدمات بما يتناسب وطبيعة العملاء ويسهل عليهم طلب الخدمات.
2. تعزيز وتطوير المعلومات ضمن الموقع الإلكتروني عن الخدمات التي يتم تقديمها، بحيث يكون العملاء قادرين على معرفة ما يلزم لعملية الحصول على الخدمات بشكل بسيط ومباشر، وضرورة إتاحة المعلومات الخاصة بالخدمات التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني في المواقع الإلكترونية الخدمية الأخرى الخاصة بالحكومة لتسهيل وصول العملاء إلى المعلومات المطلوبة.
3. العمل على تحديث الموقع الإلكتروني بشكل مستمر وتعزيز قدرته وسرعته وتطوير واجهات الاستخدام والقوائم الخاصة بعمليات الخدمات بما يسهل على العملاء عملية استخدام الموقع ويضمن وصولهم للخدمات بفعالية.
4. تطوير سياسة الاستخدام والخصوصية بما يزيد من شعور الأمان لدى العملاء فيما يخص معلوماتهم الشخصية، وضرورة تثقيف العملاء حول كل المخاطر التقنية والتشغيلية التي يمكن أن تعترضهم أثناء استخدام الموقع الإلكتروني الخاص بمركز خدمة المواطن الإلكتروني والخدمات التي يقدمها.
5. تعزيز سرعة استجابة الموقع الإلكتروني لطلبات العملاء على الخدمات، وتوظيف الخبراء والمتخصصين وموظفي خدمة العملاء لتحقيق استجابة أكبر لطلبات العملاء ومشكلاتهم؛ حيث يمكن إضافة خدمة المحادثة المباشرة عبر

تقنية الذكاء الاصطناعي للموقع الإلكتروني بما يحقق استجابة مستدامة للعملاء أثناء عمليات الخدمات الخاصة بهم.

6. زيادة وعي العملاء حول استخدام الخدمات الحكومية الإلكترونية التي يقدمها مركز خدمة المواطن الإلكتروني وكيفية استخدام الموقع والتطبيقات الملحقه به، لما لذلك من أهمية كبيرة في تحقيق رضا العملاء التي يتم تقديمها.

7. اعتماد معايير واضحة وشفافة لقياس وتقييم جودة الخدمات الحكومية الإلكترونية بشكل دوري من وجهة نظر العملاء، والاعتماد على عمليات التقييم لاكتشاف فجوات الخدمة وأسبابها، واتخاذ الإجراءات اللازمة لمعالجتها بما يؤثر على تحسين جودتها ورضا العملاء وولائهم.

المراجع:

المراجع العربية:

- أبو علفة، صام الدين أمين. التسويق المفاهيم -الاستراتيجيات -النظرية والتطبيق، مصر، الاسكندرية: مؤسسة حورس الدولية للنشر والتوزيع، 2002.
- دخيلي، خالد. دور إدارة العلاقة مع الزبون الإلكترونية في كسب رضا الزبائن: دراسة حالة بعض البنوك بسطيف، مجلة الاقتصاد والتنمية المستدامة، 2022، (2)5، 206-225.
- رمان، أسعد حامد. أثر جودة الخدمات الإلكترونية في تعزيز ولاء العملاء: دراسة عينة من عملاء البنوك التجارية الأردنية، مجلة دراسات العلوم الإدارية، 2016، (1)43، 585-600.
- شحبير، سناء مرزوق محمد. دور الثقافة التكنولوجية في تحسين الخدمات الإلكترونية من وجهة نظر مقدم الخدمة "دراسة تطبيقية على الوزارات الحكومية، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية: فلسطين، 2017.
- طحان، أليسار علي. عباس، نبيلة. مدى رضا المستخدمين عن الخدمات الحكومية الإلكترونية (دراسة تجريبية على الإدارات العامة في الجمهورية اللبنانية)، المجلة الدولية لضمان الجودة، 2020، (2)3، 128-148.
- الطراونة، نعيم عبد الكريم. أثر جودة الخدمات الإلكترونية في تحقيق الرضا لدى المنشأة الخاضعة للضمان الاجتماعي الأردني، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط: الأردن، 2011.

- العايد، سرى ابراهيم. الحموي، سلوى عبد الصالح. تقييم تطبيق الخدمات الحكومية الإلكترونية في المملكة العربية السعودية من وجهة نظر المستخدمين منها، المجلة العربية للإدارة، 2019، 39(4)، 41-64.
- العضائلة، محمد علي. المحارب، نهى خال. أثر تطبيق معايير جودة الخدمات الإلكترونية وأثرها على رضا الطلاب في امعة الأميرة في المملكة السعودية العربية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، 2017، 13 (3)، 307-329.
- غياد، كريمة. أثر جودة الخدمات الإلكترونية في تحقيق رضا الزبائن: دراسة على عينة من زبائن مؤسسة بريد الجزائر سكيكدة ، مجلة دراسات وأبحاث اقتصادية في الطاقات المتجددة، 2021، 8 (2)، 109-134.
- المجاني، عبد الله قايد. أثر أبعاد جودة الخدمات الإلكترونية على القرار الشرائي لعملاء موقع التجارة الإلكترونية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط: الأردن، 2016.

- Chandio, Abdul Rahim. E-Government In Pakistan: Framework Of Opportunities And Challenges, Global Scientific Journals, 2019, 6(12), 490-501.
- Fang, Z. E-Government in Digital Era: Concept, Practice, and Development. International Journal of the Computer, the Internet and Management, 2002, (10), 1-22.
- Jabbar, W. Al-nidawi, A. al-wassiti, S. Maan, M. Othman, M. A Review in E-Government Service Quality Measurement. Indonesian Journal of Electrical Engineering and Computer Science, 2018, 10 (3): 1257-1265.
- Kasper, H. Helsdingen, P. Gabbott, M. Services marketing management : a strategic perspective. 2rded. John Wiley & Sons. England, 2006. P321.
- Kottler, P. Keller, K.. Marketing Management, 14ed. New Jersey, USA: Pearson Education. 2012, P128.
- Liang, S, w. Adoption of e-government services: an empirical study of the online tax filing system in Taiwan. Online Information Review, 2015, 37(3), 424-442.
- Ojasalo, Jukka. E-Service Quality: A Conceptual Model, International Journal of Arts and Sciences, 2010, 3(7), 127-143.
- Parasuraman, A. Zeithaml, V. A. Malhotra, A. ES-QUAL a multiple-item scale for assessing electronic service quality. Journal of service research, 2005 7(3), 213-233.
- Rowley, J. "An analysis of the e-service literature: towards a research agenda." Internet Research, 2006, 16(3): 339-359.

أثر المساعدات الإنمائية الرسمية المقدمة إلى سورية في عجز الموازنة الفعلي

الدكتور رضوان العمار[□] الدكتورة هيفاء غدير[□] فادي ابراهيم[□]

المخلص:

يهدف هذا البحث إلى دراسة أثر المساعدات الإنمائية الرسمية المقدمة إلى سورية في عجز الموازنة الفعلي خلال الفترة 1990-2018. حيث تم الاعتماد على المنهج القياسي في تحليل السلاسل الزمنية الخاصة بمتغيرات البحث والمتمثلة بالمساعدات الإنمائية الرسمية المقدمة إلى سورية وعجز الموازنة الفعلي خلال الفترة 1990-2018، وقد تم استخدام اختبار OLS في إختبار العلاقة طويلة الأجل بين متغيرات البحث، في حين تم الإعتماد على إختبار Toda&Yamamoto Test لإختبار سببية العلاقة طويلة الأجل، وإختبار سببية كرانجر القياسي في إختبار العلاقة قصيرة الأجل بين متغيرات البحث، كما تم اكتشاف أثر المساعدات الإنمائية الرسمية المقدمة إلى سورية على عجز الموازنة الفعلي من خلال دوال الاستجابة النبضية وتحليل التباين. وقد أظهرت نتائج اختبار OLS و Toda&Yamamoto Test بأنه توجد علاقة سببية طويلة الأجل وبتجاهين بين المساعدات الإنمائية الرسمية المقدمة إلى سورية وعجز الموازنة الفعلي، كما أظهرت نتيجة اختبار سببية كرانجر القياسي بأنه توجد علاقة قصيرة الأجل بين المساعدات الإنمائية الرسمية المقدمة إلى سورية وعجز الموازنة الفعلي، وقد بينت دوال الاستجابة النبضية وتحليل التباين بأن هنالك أثراً للمساعدات الإنمائية الرسمية المقدمة إلى سورية على عجز الموازنة الفعلي ولكن هذا الأثر كان ضعيفاً جداً.

الكلمات المفتاحية: المساعدات الإنمائية الرسمية، عجز الموازنة الفعلي، طريقة المربعات الصغرى العادية (OLS Regression)، (Toda&Yamamoto Test 1995)، إختبار سببية كرانجر القياسي، دوال الاستجابة النبضية، تحليل التباين.

¹ أستاذ - قسم العلوم المالية والمصرفية - كلية الاقتصاد - جامعة تشرين - اللاذقية - سورية.

² مدرس - قسم العلوم المالية والمصرفية - كلية الاقتصاد - جامعة تشرين - اللاذقية - سورية.

³ طالب دراسات عليا (دكتوراه) - قسم العلوم المالية والمصرفية - كلية الاقتصاد - جامعة تشرين - اللاذقية - سورية.

The Impact of Official Development AID Provided to Syria on the Actual Budget Deficit

Dr. Radwan Al-Ammar¹

Dr. Haifaa Ghadeer²

Fadi Ibrahim³

ABSTRACT:

This research aims to study the impact of Official Development AID provided to Syria on the actual budget deficit during the period 1990-2018. Where the standard approach was relied on in analyzing the time series of the research variables represented by the Official Development AID provided to Syria and the actual budget deficit during the period 1990-2018. The OLS test was used to test the long-term relationship between the research variables, while the Toda & Yamamoto Test was used to test the causality of the long-term relationship, and the Granger Causality test in testing the short-term relationship between the research variables, and the effect of Official Development AID provided to Syria on the actual budget deficit was discovered through the Impulse Response Functions (IRF) and Forecast Error Variance Decomposition (FEVD). The results of the OLS and Toda & Yamamoto Test showed that there is a long-term and two-way causal relationship between the Official Development AID provided to Syria and the actual budget deficit, and the result of the Granger Causality test showed that there is a short-term relationship between the Official Development AID provided to Syria and the actual budget deficit. The impulse response functions and the Forecast Error Variance Decomposition showed that there is an impact of the Official Development AID provided to Syria on the actual budget deficit, but this effect was very weak.

Key Words: official development aid, actual budget deficit, OLS Regression test, Toda & Yamamoto Test 1995, Granger Causality Tests, Impulse Response Functions (IRF), Forecast Error Variance Decomposition (FEVD).

¹ Professor- Department of Banking and financial sciences- Faculty of Economics- Tishreen university- Lattakia- Syria.

² Lecturer- Department of Banking and Finance Sciences- Faculty of Economics- Tishreen university- Lattakia- Syria.

³ Postgraduate student (Ph.D) -Department of Banking and financial sciences- Faculty of Economics- Tishreen university- Lattakia- Syria.

1- المقدمة:

حظيت المساعدات الإنمائية الرسمية باهتمام كبير على المستويين الدولي والوطني وذلك من خلال عقد المؤتمرات الدولية السنوية لمتابعة سبل تفعيلها وقيام كل من الدول المانحة والمتلقية بإنشاء الأطر المؤسسية لمتابعتها وإدارتها، حيث تبنت الجمعية العامة للأمم المتحدة قراراً يقضي بتخصيص ما نسبته 0.7% من إجمالي الناتج القومي للدول المانحة كمساعدات خارجية تقدم للدول النامية. وعلى اعتبار أن المساعدات الإنمائية الرسمية أصبحت تشغل حيزاً مهماً في الفكر الاقتصادي، وذلك لأن الكثير من دول العالم أصبحت تتلقى المنح والمساعدات الخارجية ومنها دولاً عربية كالأردن ومصر ولبنان واليمن وسورية وفلسطين، بحيث باتت هذه المساعدات تمثل أحد المصادر الخارجية الهامة والضرورية لتحقيق التنمية الاقتصادية في الدول النامية، وذلك من خلال الدور الهام الذي تلعبه في تحويل الأموال والموارد من الدول الغنية والمتقدمة والمؤسسات الدولية والإقليمية والخاصة إلى الدول النامية (مساعدة والزعبي، 2020). فضلاً عن كونها تشكل أداة لتعزيز التعاون الدولي، وإقامة مجتمع عالمي يرتكز على العون المتبادل بين دوله. حيث شهدت بداية القرن الحادي والعشرين تحولاً جوهرياً في أهمية ودور المساعدات المالية الإنمائية في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية وخصوصاً بعد إعلان الأمم المتحدة للألفية الذي وقعه (189) رئيس دولة أو حكومة من مختلف أنحاء العالم، والذي أكد على أن تكون الدول المتقدمة أكثر سخاءً في تقديمها للمساعدات الإنمائية الرسمية للدول النامية وخصوصاً تلك الدول الملزمة بتخفيض الفقر (مجلس التخطيط القطري، 2005).

وبالإضافة إلى ذلك، فإن الإيرادات الخارجية، على شكل مساعدات إنمائية رسمية، أصبحت تشكل بنداً مهماً من بنود الميزانية العامة للدولة في العديد من الدول النامية (Mayr, 2010)، وذلك على اعتبار أن الميزانية العامة للدولة تحتاج إلى تمويل سواءً أكان من مصادر محلية أو أجنبية (Njarara, 2017). وعلى اعتبار أن المساعدات الإنمائية الرسمية تشكل مصدرًا مهمًا للدخل في معظم الدول النامية كونها تساعد في تنفيذ المشاريع الخاصة بالقطاع العام، بالإضافة إلى سد فجوة الموارد المحلية (الفجوة القائمة بين الإستثمارات المطلوب تنفيذها والمدخرات القومية المتاحة)، بالإضافة إلى مساهمتها في تحقيق النمو الاقتصادي والاجتماعي في الدول النامية (Onakoya, 2016). (Aworinde and

ونظراً للإهتمام الكبير الذي حظيت به المساعدات الإنمائية الرسمية، وخاصةً مع بداية الألفية الجديدة 2000، بالإضافة إلى إعتبار أن هذه المساعدات تمثل مصدراً مهماً من مصادر التمويل الخارجي والتي تدعم جهود الدول النامية على تحقيق النمو والتنمية الاقتصادية والاجتماعية، وعلى إعتبار أن سورية تتلقى هي أيضاً المساعدات الإنمائية الرسمية كغيرها من الدول النامية التي تسعى جاهدةً إلى تحقيق النمو والتنمية الاقتصادية والاجتماعية، فقد جاء هذا البحث ليوضح مفهوم المساعدات الإنمائية الرسمية وأثرها في عجز الموازنة الفعلي في سورية وذلك خلال الفترة 1990-2018.

2- مشكلة البحث:

تكمن المشكلة الرئيسية في هذا البحث في وجود عجز مزمن في الموازنة العامة السورية الأمر الذي يؤكد على ضرورة إعادة هيكلة الموازنة العامة بهدف تخفيض هذا العجز. وعلى إعتبار أن معظم الدول النامية، ومنها سورية، تعاني من عجز في مصادرها المحلية اللازمة لتأمين التمويل الكافي للقيام بالمشاريع الإستثمارية التي تتطلبها عملية النمو الاقتصادي والاجتماعي، الأمر الذي دفع بهذه الدول، ومنها سورية، إلى الإعتتماد على مصادر التمويل الخارجي لسد هذا العجز. إلا أن سورية تعرضت في مطلع عام 2011 لأزمة كبيرة وجملة متتالية من العقوبات الاقتصادية والتي كان لها أثر كبير على الواقع الاقتصادي والاجتماعي فيها، وعلى قدرتها على استقطاب المزيد من القروض، بالإضافة إلى هروب معظم رؤوس الأموال الأجنبية إلى خارج سورية مما إنعكس وبشكلٍ سلبي على واقع الإستثمار بشكلٍ عام في سورية. وعلى إعتبار أن سورية تتلقى المنح والمساعدات الخارجية كغيرها من الدول النامية التي تسعى إلى تحقيق النمو الاقتصادي والاجتماعي، فقد جاء هذا البحث لبيان أثر المساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية في عجز الموازنة الفعلي، وذلك من خلال الاجابة على التساؤلات التالية والتي تمثل مشكلة هذا البحث:

1- ما هي العلاقة (طويلة وقصيرة الأجل) بين المساعدات الإنمائية الرسمية وعجز الموازنة الفعلي في سورية خلال الفترة 1990-2018؟

2- ما هو أثر المساعدات الإنمائية الرسمية في عجز الموازنة الفعلي في سورية وذلك خلال الفترة 1990-2018؟

3- أهمية البحث:

تتبع الأهمية النظرية لهذا البحث بأنه سيسمح لنا بتسليط الضوء على مفهوم المساعدات الإنمائية الرسمية كأحد مصادر التمويل الخارجي الذي تعتمد عليه العديد من الدول النامية في تحقيق النمو والتنمية الاقتصادية والاجتماعية، بالإضافة إلى توضيح أثر هذه المساعدات في عجز الموازنة الفعلي في سورية، وخاصةً خلال فترة الأزمة التي تعرضت لها سورية في مطلع عام 2011. وبالإضافة إلى ذلك، فإن دراسة الآثار الاقتصادية للمساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية لم تحظ بالاهتمام الكافي من قبل الباحثين، حيث لا يوجد، على حد علم الباحثون، أية دراسة سابقة تناولت أثر المساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية في عجز الموازنة الفعلي مما يشكل قيمة مضافة للدراسة الحالية.

أما الأهمية العملية لهذا البحث فتكمن في تحديد مدى فعالية وأثر المساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية في عجز الموازنة الفعلي وذلك خلال الفترة 1990-2018، بما يمكن من تقديم بعض التوصيات التي يمكن لصناع السياسة المالية والمسؤولين عنها الاسترشاد بها من أجل إتخاذ القرارات السليمة فيما يخص التمويل الخارجي، وخاصةً أن سورية مقدمة على مرحلة جديدة وهي مرحلة إعادة إعمار ما خلفته الحرب من آثار سلبية عمرانياً واقتصادياً واجتماعياً.

4- أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى:

1- دراسة العلاقة السببية (طويلة وقصيرة الأجل) بين المساعدات الإنمائية الرسمية وعجز الموازنة الفعلي في سورية خلال الفترة 1990-2018.

2- دراسة أثر المساعدات الإنمائية الرسمية في عجز الموازنة الفعلي في سورية خلال الفترة 1990-2018.

5- فرضيات البحث:

يقوم هذا البحث على اختبار الفرضيات التالية:

H1: لا توجد علاقة طويلة الأجل بين المساعدات الإنمائية الرسمية وعجز الموازنة الفعلي في سورية خلال الفترة 1990-2018.

H2: لا توجد علاقة سببية باتجاهين في الأجل الطويل بين المساعدات الإنمائية الرسمية وعجز الموازنة الفعلي في سورية خلال الفترة 1990-2018.

H3: لا توجد علاقة قصيرة الأجل بين المساعدات الإنمائية الرسمية وعجز الموازنة الفعلي في سورية خلال الفترة 1990-2018.

H4: يوجد أثر قوي وذو دلالة إحصائية للمساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية في عجز الموازنة الفعلي في سورية خلال الفترة 1990-2018.

6- طرائق البحث وموارده:

1.6- البيانات: تتكون البيانات المستخدمة في هذا البحث من السلاسل الزمنية الخاصة بالمساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية خلال الفترة الممتدة من عام 1990 ولغاية عام 2018 والتي تم الحصول عليها من قاعدة بيانات البنك الدولي، بالإضافة إلى السلسلة الزمنية الخاصة بعجز الموازنة الفعلي في سورية للفترة الممتدة من عام 1990 ولغاية عام 2018، والتي تم الحصول عليها من قاعدة بيانات صندوق النقد الدولي ووزارة المالية في سورية، كما تم الاعتماد على الموقع الرسمي لمصرف سورية المركزي للحصول على نشرات أسعار صرف الدولار الأمريكي مقابل الليرة السورية. ويوضح الجدول رقم (1) وصفاً لمتغيرات البحث وذلك على الشكل التالي:

الجدول رقم (1): وصف متغيرات البحث

| مصدر البيانات | طريقة القياس | رمز المتغير | متغير البحث |
|--|--|-------------|---|
| قاعدة بيانات البنك الدولي | صافي المساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية (بالليرة السورية) | AID | المساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية خلال الفترة 1990-2018 |
| قاعدة بيانات صندوق النقد الدولي (1990-2010)، ووزارة المالية في سورية (2011-2018) | عجز الموازنة الفعلي (بالليرة السورية) | ABD | عجز الموازنة الفعلي |

المصدر: من إعداد الباحثون.

2.6- منهجية البحث: تم تقسيم هذا البحث إلى قسمين:

- الجانب النظري: تم إنجاز هذا القسم بالإعتماد على المراجع العربية والأجنبية والمقالات والدراسات والأبحاث والرسائل العلمية بما يخدم الإطار النظري والتأصيل العلمي للبحث.

- الجانب العملي: تم إنجاز هذا القسم من خلال الاعتماد على المنهج القياسي وذلك من خلال استخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لتحليل بيانات السلاسل الزمنية الخاصة بمتغيرات البحث. كما تم الإعتماد على البرنامج الإحصائي Eviews 10 في تحليل البيانات واختبار الفرضيات، حيث تم استخدام اختبار (ADF) للتأكد من إستقرار السلاسل الزمنية الخاصة بمتغيرات البحث. واختبار طريقة المربعات الصغرى (OLS) لاختبار العلاقة طويلة الأجل بين المتغيرين، وفي حال وجود علاقة طويلة الأجل سيتم استخدام اختبار (Toda&Yamamoto Test 1995) لاختبار سببية العلاقة طويلة الأجل. كما سيتم استخدام Granger Causality Tests لاختبار العلاقة السببية قصيرة الأجل بين المتغيرين. أما لإختبار أثر المساعدات الإنمائية الرسمية في عجز الموازنة الفعلي في سورية خلال الفترة 1990-2018، فإنه سيتم استخدام أداتين تحليليتين من نموذج (VAR) هما: دوال الاستجابة النبضية (IRF) والتي توضح أثر المساعدات التي حصلت عليها سورية (من حيث طبيعة التأثير وحجمه) في عجز الموازنة الفعلي في سورية، وتحليل تباين الأخطاء المتوقعة (FEVD) والذي يحدد كم من التغير في متغير ما (عجز الموازنة الفعلي في سورية خلال الفترة 1990-2018) سيتم تفسيره من قبل المتغير الآخر (المساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية خلال الفترة 1990-2018)، وبمعنى آخر، يوضح هذا الاختبار الأهمية النسبية للمساعدات التي حصلت عليها سورية على تقلبات عجز الموازنة الفعلي في سورية خلال الفترة 1990-2018.

7- الدراسات السابقة:

1.7. الدراسات العربية:

1- دراسة (صبيح، 2017) بعنوان:

"أثر المنح والمساعدات الخارجية في تمويل النفقات الحكومية والعجز في الموازنة العامة الفلسطينية (للفترة 1996-2015)"

هدفت هذه الدراسة إلى البحث في أهمية وأثر المساعدات والمنح الخارجية في تمويل الإنفاق الحكومي والعجز في موازنة الحكومة الفلسطينية. حيث اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي في تحليل السلاسل الزمنية السنوية الخاصة بمتغيرات البحث والمتمثلة بالمنح والمساعدات الخارجية كمتغير مستقل والعجز الجاري للموازنة العامة الفلسطينية، العجز الكلي للموازنة العامة الفلسطينية، النفقات العامة للموازنة الفلسطينية والنفقات الجارية للموازنة العامة الفلسطينية كمتغيرات تابعة والتي تم الحصول عليها من وزارة المالية والتقارير السنوية المنشورة لسلطة النقد الفلسطينية وذلك خلال الفترة 1996-2015. وإعتمد الباحث على نموذج الانحدار الخطي البسيط في دراسة أثر المنح والمساعدات الخارجية على النفقات الحكومية والعجز في الموازنة العامة الفلسطينية. وتوصل الباحث إلى وجود أثر إيجابي للمنح والمساعدات الخارجية في تمويل النفقات العامة والعجز المالي للسلطة الفلسطينية حيث أن زيادة المنح والمساعدات الدولية بمقدار 1 دولار سيؤدي إلى انخفاض العجز الجاري بمقدار 0.854 دولاراً، وإلى انخفاض العجز الكلي بمقدار 0.835 دولاراً، وإلى ارتفاع النفقات العامة بمقدار 1.720 دولاراً وارتفاع النفقات الجارية بمقدار 1.723 دولاراً.

2- دراسة (التميمي، 2008) بعنوان:

"أثر المساعدات والمنح الخارجية في رقد الموازنة العامة في الأردن (1990-2006 م)"

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تطور المنح والمساعدات الخارجية الواردة للموازنة العامة الأردنية خلال الفترة (1990-2006) وأثرها على الموازنة العامة الأردن. حيث اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي في تحليل السلاسل الزمنية السنوية الخاصة بمتغيرات البحث والمتمثلة بالمنح والمساعدات الخارجية، النفقات العامة، الإيرادات

المحلية بدون مساعدات والإيرادات المحلية مع المساعدات، والتي تم الحصول عليها من التقارير السنوية ونشرات البنك المركزي الأردني، كما استخدم الباحث النسب المئوية لإيجاد معدلات النمو خلال فترة الدراسة، كما قام الباحث بإجراء تحليل الانحدار البسيط. وكان من أبرز النتائج التي تم التوصل إليها من خلال هذا البحث هو وجود أثر ذو دلالة إحصائية لمعدل نمو المساعدات والمنح الخارجية على معدل نمو الإيرادات المحلية، وعلى معدل نمو النفقات العامة، وعلى خفض عجز الموازنة العامة للدولة.

2.7. الدراسات الأجنبية :

1- دراسة (Aworinde and Onakoya,2016) بعنوان:

" Foreign AID and Government Expansion: Evidence from low and middle income countries"

هدفت هذه الدراسة إلى البحث في علاقة المساعدات الإنمائية الرسمية بالإنفاق الحكومي في 65 دولة من الدول منخفضة ومتوسطة الدخل وذلك خلال الفترة 1970-2012. واعتمد الباحثان على السلاسل الزمنية المقطعية بانل الخاصة بمتغيرات البحث والمتمثلة بنسبة الإنفاق الحكومي إلى الناتج المحلي الإجمالي، المساعدات كنسبة مئوية من الدخل القومي الإجمالي، المساعدات كنسبة مئوية من الإنفاق الحكومي، المساعدات كنسبة مئوية من الواردات، الإيرادات الحكومية كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي ونسبة خدمة الدين إلى صادرات والتي تم الحصول عليها من قاعدة بيانات البنك الدولي. كما اعتمد الباحثان على المنهج القياسي في تبيان العلاقة بين المساعدات الإنمائية الرسمية والإنفاق الحكومي وذلك باستخدام نموذج تصحيح الخطأ. وكانت أبرز النتائج التي تم التوصل إليها من خلال هذا البحث هو وجود علاقة ذو دلالة إحصائية بين المساعدات كنسبة مئوية من إجمالي الدخل القومي والمساعدات كنسبة مئوية من الإنفاق الحكومي والمساعدات كنسبة مئوية من الواردات والإنفاق الحكومي.

2- دراسة (Mayr,2010) بعنوان:

"Optimal Deficit and Debt in the Presence of Foreign Aid"

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد العجز والدين الأمتل في ظل وجود المساعدات الخارجية في 182 دولة نامية وذلك خلال الفترة 1991-2006. وقد اعتمد الباحث على المنهج التحليلي والرسوم البيانية في تحليل السلاسل الزمنية السنوية الخاصة بمتغيرات البحث والمتمثلة بالدين العام كنسبة مئوية من الناتج المحلي، عجز الموازنة كنسبة مئوية من الناتج المحلي، المساعدات الانمائية الرسمية كنسبة مئوية من الناتج المحلي، عائدات الضرائب، خدمة الدين كنسبة مئوية من الناتج المحلي وتخفيف عبء الديون كنسبة مئوية من الناتج المحلي والتي تم الحصول عليها من قاعدة البيانات المشتركة للأمم المتحدة وقاعدة بيانات منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية. كما قام الباحث ببناء نموذج خاص بالإتفاق العام الأمتل في ظل وجود الإيرادات الخارجية. وكان من أبرز النتائج التي تم التوصل إليها من خلال هذا البحث هو أن المساعدات الخارجية في شكلها الحالي لها أثر سلبي على العجز في البلدان المتلقية لهذه المساعدات، كما توصل هذا البحث إلى أن توزيع المساعدات الخارجية يجب أن لا يكون مرهوناً بمستويات الديون، كما يجب تمويل بعض القطاعات الخدمية مثل التعليم والصحة والتي تساهم في تحقيق النمو الاقتصادي.

8- الإطار النظري للبحث:

1.8- تفسير الحاجة إلى التمويل الخارجي باستخدام نموذج الفجوتين:

ظهرت على ساحة الفكر الاقتصادي بعض النماذج والأبحاث الرياضية التي حاولت أن تربط بين مشكلة نقص الموارد المحلية في الدول النامية وبين العجز في موازينها التجارية. وكان من بين هذه النماذج نموذج الفجوتين، حيث يعتبر هذا النموذج من أبسط النماذج وأكثرها دلالةً في بيان العلاقة بين هاتين المشكلتين. حيث إن الفكرة الأساسية لهذا النموذج هي وجود علاقة وثيقة بين مستوى المدخرات المحلية ومستوى التمويل الخارجي. فكلما كان مستوى المدخرات المحلية منخفضاً مقارنةً بمستوى الاستثمار المطلوب تحقيقه للوصول إلى معدل النمو المستهدف، كلما زادت الحاجة إلى التمويل الخارجي والعكس صحيح، وبالتالي يتم اللجوء إلى التمويل الخارجي لسد فجوة الموارد

المحلية. كما يتم اللجوء إلى التمويل الخارجي لسد فجوة التجارة الخارجية الناتجة عن زيادة قيمة الواردات عن قيمة الصادرات خلال فترة زمنية معينة. ومن خلال نموذج الفجوتين يمكن إثبات بأن هنالك تطابق بين فجوة الموارد المحلية وفجوة التجارة الخارجية، وإن هاتين الفجوتين لأبد وأن تتساوى في أي مدة سابقة (جنوحات، 2006).

2.8- مفهوم وتطور حجم المساعدات الإنمائية الرسمية في سورية:

يمكن النظر إلى المساعدات الإنمائية الرسمية على أنها أداة تمويل لسد الإحتياجات الأساسية في الدول الأكثر فقراً، كما يمكن النظر إليها على إعتبارها وسيلة لتحقيق أهداف التنمية والتنمية المستدامة في الدول النامية (عبد العزيز، 2018)، كما إن مصطلح المساعدات الخارجية لا يقتصر على المساعدات الإغاثية والإنسانية المقدمة في حالة الكوارث أو التدفقات النقدية غير المستردة، وإنما يشمل أيضاً المنح الرسمية والقروض الحكومية الميسرة والتي تستهدف نقل الموارد من الدول المتقدمة إلى الدول الأقل تقدماً (سماره، 2013). وعليه فقد عرفت المساعدات الخارجية على أنها: تدفقات رؤوس الأموال التي تقدم بشروط ميسرة إلى الدول النامية، وخاصةً غير النفطية منها، والتي تعاني من صعوبات في تحقيق تراكمات رأسمالية كافية عن طريق تجارتها الخارجية نظراً للمشاكل العديدة التي تواجهها. ويقصد بالمساعدات الخارجية هنا المساعدات الإنمائية الرسمية ((Official Development Aid (ODA) (الحسني، 2002).

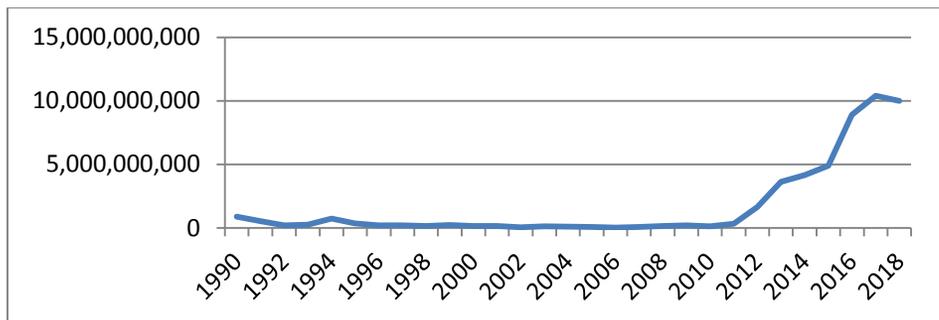
كما عرفت المساعدات الخارجية على أنها: المنح والهبات المكونة من التحويلات النقدية والعينية التي تقدمها الدول الصناعية المتقدمة أو الدول المنتجة والمصدرة للنفط أو الجهات متعددة الأطراف، إلى الدول النامية سواءً لإعتبرات إقتصادية أو سياسية أو إنسانية، وهي تحويلات لا ترد ولا تتضمن المساعدات العسكرية، وهذه تمثل المنح والهبات المباشرة. أما غير المباشرة فتأخذ صوراً غير تقليدية مثل التعريفات الجمركية التفضيلية أو الإعفاءات التي تقدمها الدول الصناعية لبعض صادرات الدول النامية (حسين، 2002).

كما عرف التقرير الإقتصادي العربي الموحد المساعدات الإنمائية الرسمية على أنها: المنح والقروض المقدمة بشروط مالية ميسرة، من قبل مصادر رسمية بهدف تشجيع

التممية الإقتصادية والإجتماعية. وتشمل قيمة المعونات والمساعدات الفنية. وتعد التدفقات المالية ميسرة عندما تكون شروط الإقراض الخاصة بها أكثر ملاءمة للمقترض، من تلك التي يمكن الحصول عليها من خلال معاملات السوق العادية، وتعرف التدفقات الميسرة بأنها تلك التي تحتوي على عنصر المنحة الذي يبلغ 25% على الأقل. كما أوضح التقرير الإقتصادي العربي الموحد عنصر المنحة على أنه: الفرق بين القيمة الإسمية الأصلية للقروض والقيمة الحالية المخصومة لخدمة الدين كنسبة مئوية من القيمة الإسمية الأصلية، ويقاس باحتساب الفرق بين القيمة الإسمية لمبلغ القرض وبين مجموع القيم الحالية لمبالغ خدمة القرض، الأقساط والفوائد، التي تدفع منذ بدء عقد القرض حتى إنتهاء أجل السداد، مخصومة على أساس سعر خصم معين، منسوباً إلى القيمة الإسمية للقرض. علماً بأن سعر الخصم المستخدم تقليدياً في حساب القيم الحالية لمبالغ خدمة القرض هو 10% (التقرير الإقتصادي العربي الموحد، 2018).

أما لجنة المساعدات التنموية التابعة لمنظمة التعاون الإقتصادي والتنمية (OECD) فقد عرفت المساعدات الإنمائية الرسمية الخارجية على أنها: التدفقات المالية والمساعدة التقنية والبضائع المقدمة من الحكومات الرسمية أو وكالاتها إلى الدول النامية أو لصالحها والتي تهدف إلى تعزيز التنمية الإقتصادية والرفاهية الإجتماعية كهدف رئيسي لها، وتكون تلك المساعدات على شكل منح أو قروض ميسرة، وفي حالة القرض فإنه يجب أن يكون ما لا يقل عن 25% من قيمة القرض عبارة عن منحة، وتشمل تلك المساعدات أيضاً برامج التنمية السياسية والإنسانية والإعفاء من الديون، هذا مع إستثناء المنح أو المساعدات المقدمة لأهداف غير تنموية مثل المعونة العسكرية أو الأمنية والإستثمارات الأجنبية المباشرة وغيرها.

ويوضح الشكل رقم(1) تطور حجم المساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية وذلك خلال الفترة الممتدة من عام 1990 ولغاية عام 2018.



المصدر: من إعداد الباحثون بالإعتماد على بيانات World Bank وبرنامج Excel.

الشكل رقم(1): تطور حجم المساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية خلال الفترة 1990-2018.

من خلال الشكل رقم (1) يمكن أن نلاحظ بأن المساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية قد إزدادت وبشكلٍ ملحوظ خلال السنوات التي تلت الأزمة التي تعرضت لها في مطلع عام 2011 بحيث أصبحت بآلاف ملايين الدولارات الأمريكية مقارنةً بما كانت عليه قبل الأزمة والتي كانت بمئات ملايين الدولارات الأمريكية. حيث بلغ صافي المساعدات الإنمائية الرسمية المقدمة إلى سورية (883) مليون دولار أمريكي في عام 1990 و(160) مليون دولار أمريكي في عام 2000 و(131) مليون دولار أمريكي في عام 2010. ولكن الملفت للنظر هو أن حجم هذه المساعدات تضاعف وبشكلٍ كبير ليصل إلى (4167) مليون دولار أمريكي في عام 2014، وإلى (8900) مليون دولار أمريكي في عام 2016، ليصل إلى(9995) مليون دولار أمريكي في عام 2018.

3.8- مفهوم وتعريف الموازنة العامة:

يمكن الإشارة إلى الموازنة العامة بأنها أداة مالية تستخدمها الدولة لتحقيق مجموعة من الأهداف السياسية والاقتصادية، كما أن لها أهداف اجتماعية كبيرة فهي وسيلة لإعادة توزيع الدخل القومي. وبالتالي فإن تعريف الموازنة العامة تختلف بحسب الزاوية التي ينظر إليها، بالإضافة إلى أولويات ووظائف الموازنة المرتبطة بالنظم الاقتصادية والاجتماعية السائدة في الدولة وبالفلسفة السياسية التي تؤمن بها، وهذا ما يختلف من دولة إلى أخرى. وعليه فقد عرفت الموازنة العامة على أنها: تقدير كمي لحجم الإيرادات والنفقات العامة المتوقعة خلال فترة محددة من الزمن عادةً ما تكون سنة. كما عرفت

الموازنة العامة على أنها: خطة معبر عنها بشكل كمي، تكون عادةً نقدية تغطي فترة زمنية تقدر عادةً بسنة واحدة. كما عرفت على أنها: خطة مالية لفترة زمنية مستقبلية. كما عرفت على أنها: برنامج مفصل لنفقات السلطة الوطنية وإيراداتها لسنة مالية معينة ويشمل التقديرات السنوية لإيرادات السلطة الوطنية والمنح والقروض والمتحصلات الأخرى لها والنفقات والمدفوعات المختلفة (عناية، 2014).

وبناءً على ما سبق، فإنه عندما تزداد النفقات العامة للدولة على إيراداتها يحدث عجز في الموازنة العامة، وهو ما يعرف بالعجز النقدي وفي هذه الحالة تسعى الدولة إلى تغطية هذا العجز إما بالاقتراض الداخلي أو الخارجي. وهذا العجز هو انعكاس لعدم قدرة الإيرادات على تغطية النفقات، وهو يختلف عن العجز الكلي الذي يساوي العجز النقدي مضافاً إليه أو مطروحاً منه صافي حيازة الأصول المالية.

وقد أشار دليل "إحصاءات مالية الحكومات" الصادر عن صندوق النقد الدولي إلى أن عجز الموازنة العامة يمثل حجم الاقتراض الحكومي المطلوب إلى جانب الإيرادات والمنح لتغطية إجمالي النفقات وصافي الاقتراض، وذلك لتحقيق أهداف السياسة العامة. ويمثل العجز أو الفائض الفرق بين إجمالي الإيرادات والمنح، وإجمالي النفقات وصافي الاقتراض، أي أن العجز في الموازنة العامة للدولة ينمو ويتفاحم من خلال التباين بين نمو النفقات العامة للدولة من ناحية، ونمو الإيرادات العامة من ناحية أخرى (إبراهيم، 2015).

4.8- آليات معالجة العجز في الموازنة العامة:

هناك الكثير من الآليات والسياسات التي يمكن اتباعها لمعالجة العجز في الموازنة العامة للدولة ومنها (محمد، 2020):

1- اتباع سياسة نقدية انكماشية تستند إلى النظرية النقدية لفريدمان، فهي ترى إن أساس المشكلة يكمن بإفراط البنوك المركزية للدول النامية بالإصدار النقدي مما يؤدي إلى التضخم وبالتالي فلا بد من تقييد الائتمان الممنوح للحكومة، وتحديد حد أعلى له ورفض الاستعانة بالتمويل بالعجز، فضلاً عن رفع أسعار الفائدة لتحقيق أمران أساسيان هما: تحفيز الأفراد على الإدخار والحد من عرض النقد وامتصاص التضخم.

2- ترشيد الإنفاق العام: يعتبر ترشيد الإنفاق العام من أبرز الطرق المستعملة في تخفيض وعلاج عجز الموازنة العامة للدولة، ولذلك تقوم الدولة عند مواجهتها لعجز حاد في موازنتها إلى ترشيد نفقاتها للتخفيف من حدته.

3- سياسة التمويل الداخلي لتغطية العجز في الموازنة العامة: تلجأ بعض الدولة النامية إلى الاقتراض الداخلي عوضاً عن طلب القروض من الأسواق العالمية، ولتحقيق ذلك تصدر تلك الدول سندات الخزينة لتمويل العجز في الميزانية العامة، إلا أن هذه السياسة قد يترتب عليها بعض الآثار السلبية كزيادة حجم الدين العام الداخلي عندما تكون أسعار الفائدة مرتفعة.

4- سياسة التمويل الخارجي لتغطية عجز الموازنة العامة: يهدف هذا الإجراء إلى التأثير في ميزان المدفوعات وذلك من خلال دعم رصيد احتياطي العملة الأجنبية التي يتم الحصول عليها من القروض، أو المحافظة على أسعار صرف العملة المحلية ضمن الحدود التي لا تؤدي إلى حدوث خلل في الموازنة العامة، نتيجة ارتفاع قيمة الدين العام الناتج عن انخفاض قيمة العملة المحلية.

9- النتائج والمناقشة:

1.9. إختبار جذر الوحدة:

بما أننا نستخدم سلاسل زمنية للتليل، فإن الخطوة الأولى يجب أن تكون إختبار جذر الوحدة لهذه السلاسل من أجل تجنب الإنحدار الزائف الناتج عن السلاسل غير المستقرة (BROOKS,2008). وسيتم استخدام اختباري ديكي-فولر الموسع (ADF) للتحقق من استقرار السلاسل الزمنية، علماً بأن الفرض العدم والفرض البديل لهذا الاختبار هما (BROOKS,2008):

H0: إن السلسلة تحوي على جذر وحدة، وبالتالي فهي غير مستقرة.

H1: إن السلسلة لا تحوي على جذر الوحدة، وبالتالي فهي مستقرة.

ويظهر الجدول رقم (2) نتائج إختبار (ADF)، حيث يمكن أن نلاحظ من خلال النتائج التي تم التوصل إليها بأن قيمة (Prob.) لمتغيرات الدراسة هي أصغر من (0.05) وذلك عند المستوى (Level) مع ثابت واتجاه، وبالتالي سيتم رفض الفرض العدم وقبول

الفرض البديل الذي ينص على أن السلسلة لا تحوي على جذر الوحدة، وبالتالي فهي مستقرة عند المستوى (Level).

الجدول رقم (2): نتائج إختبار (ADF) لمتغيرات البحث عند المستوى (level)

| اختبار (ADF) | | | |
|--------------|---------------------|--------|---------|
| AID | | Prob. | النتيجة |
| (level) | Trend and intercept | 0.0001 | مستقرة |
| | intercept | - | - |
| | none | - | - |
| ABD | | Prob. | النتيجة |
| (level) | Trend and intercept | 0.0033 | مستقرة |
| | intercept | - | - |
| | none | - | - |

المصدر: من إعداد الباحثون بالإعتماد على مخرجات برنامج EViews 10.

2.9. إختبار الفرضيات:

1.2.9- إختبار طريقة المربعات الصغرى العادية (OLS Regression) :

بما أن السلاسل الزمنية للمتغيرات الداخلة في الدراسة هي مستقرة عند المستوى (Level)، فإنه يمكن الإعتماد على معادلات الإنحدار وفقاً لطريقة المربعات الصغرى العادية (OLS Regression) لدراسة العلاقة طويلة الأجل بين المساعدات الإنمائية الرسمية وعجز الموازنة الفعلي في سورية (Ismaiel and Al-Ahmad, 2014). ويظهر الجدول رقم (3) نتائج إختبار (OLS Regression)، حيث يمكن أن نلاحظ من خلال النتائج التي تم التوصل إليها بأن قيمة (Prob.) هي أصغر من 0.05، وبالتالي سيتم رفض الفرض العدم وقبول الفرض البديل الذي ينص على أن هنالك علاقة طويلة الأجل بين المساعدات الإنمائية الرسمية وعجز الموازنة الفعلي في سورية خلال الفترة 1990-2018. وبناءً عليه فإنه سيتم رفض الفرضية الأولى (H1) القائلة بأنه لا توجد علاقة طويلة الأجل بين المساعدات الإنمائية الرسمية وعجز الموازنة الفعلي في سورية خلال الفترة 1990-2018.

الجدول رقم(3): نتائج إختبار (OLS Regression)

| Dependent Variable: ABD | | | | |
|----------------------------|-------------|-----------------------|-------------|-----------|
| Method: Least Squares | | | | |
| Date: 11/01/22 Time: 19:15 | | | | |
| Sample: 1990 2018 | | | | |
| Included observations: 29 | | | | |
| Variable | Coefficient | Std. Error | t-Statistic | Prob. |
| AID | -0.033845 | 0.014118 | -2.397253 | 0.0234 |
| R-squared | -0.224745 | Mean dependent var | | -7.14E+10 |
| Adjusted R-squared | -0.224745 | S.D. dependent var | | 1.05E+11 |
| S.E. of regression | 1.16E+11 | Akaike info criterion | | 53.83356 |
| Sum squared resid | 3.80E+23 | Schwarz criterion | | 53.88071 |
| Log likelihood | -779.5866 | Hannan-Quinn criter. | | 53.84833 |
| Durbin-Watson stat | 1.337540 | | | |

المصدر: مخرجات برنامج 10.EViews.

2.2.9 - إختبار (Toda&Yamamoto Test 1995) :

بما أن السلاسل الزمنية الخاصة بالمتغيرات الداخلة في الدراسة مستقرة عند المستوى (Level)، فإنه لا يمكن الاعتماد على نموذج شعاع تصحيح الخطأ (VECM) في تحديد سببية العلاقة طويلة الأجل بين المساعدات الإنمائية الرسمية وعجز الموازنة الفعلي في سورية خلال الفترة 1990-2018. ولذلك سيتم الاعتماد على إختبار (Toda&Yamamoto Test 1995) في تحديد العلاقة السببية بين متغيرات الدراسة في الأجل الطويل، حيث يعتمد هذا الاختبار على نموذج (VAR)، ويأخذ بعين الاعتبار رتب استقرار السلاسل الزمنية الداخلة في النموذج بالإضافة إلى عدد فترات الإبطاء المناسبة لنموذج (VAR)، حيث يتم إضافة المتغيرات الداخلة في الدراسة على النموذج المستخدم بدرجة إبطاء تأخذ الشكل التالي $(k+d_{max})$ حيث أن: k هي عدد فترات الإبطاء المناسبة لنموذج (VAR) والتي يتم تحديدها بالاعتماد على المعايير (LR, FPE, AIC, SC, GQ)، d_{max} هي أعلى رتبة استقرار للسلاسل الزمنية المستخدمة في النموذج والمحددة باستخدام اختبار جذر الوحدة (ADF)

(Dritsaki,2017; Alimi and Ofonyelu,2013) ويوضح الجدول رقم (4) المعايير المستخدمة في اختيار عدد فترات الإبطاء المناسبة لنموذج (VAR)، حيث يمكن أن نلاحظ بأن درجة الإبطاء المناسبة لنموذج (VAR) هي (2)، وبناءً عليه فإنه سيتم إدخال متغيرات الدراسة على النموذج بدرجة إبطاء تساوي (2=0+2). ويوضح الجدول رقم (5) نتائج اختبار (Toda&Yamamoto Test 1995)، حيث يمكن أن نلاحظ بأن قيمة (Prob.) للعلاقة السببية بين المساعدات الإنمائية الرسمية وعجز الموازنة الفعلي في سورية والبالغة (0.0000) هي أصغر من 0.05 وبالتالي سنرفض فرضية العدم ونقبل الفرض البديل والذي ينص على أن المساعدات الإنمائية الرسمية تسبب عجز الموازنة الفعلي في سورية في الأجل الطويل. كما يمكن أن نلاحظ بأن قيمة (Prob.) للعلاقة السببية بين عجز الموازنة الفعلي في سورية والمساعدات الإنمائية الرسمية والبالغة (0.0000) هي أصغر من 0.05 وبالتالي سنرفض فرضية العدم ونقبل الفرض البديل والذي ينص على أن عجز الموازنة الفعلي في سورية يسبب المساعدات الإنمائية الرسمية في الأجل الطويل. وبناءً عليه فإننا سنرفض الفرضية الثانية (H2) القائلة بأنه لا توجد علاقة سببية باتجاهين في الأجل الطويل بين المساعدات الإنمائية الرسمية وعجز الموازنة الفعلي في سورية خلال الفترة 1990-2018.

الجدول رقم(4):اختيار عدد فترات الإبطاء المناسبة لنموذج (VAR)

VAR Lag Order Selection Criteria

Endogenous variables: ABD AID

Exogenous variables: C

Date: 11/01/22 Time: 19:30

Sample: 1990 2018

Included observations: 27

| Lag | LogL | LR | FPE | AIC | SC | HQ |
|-----|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| 0 | -1517.462 | NA | 2.61e+46 | 112.5527 | 112.6487 | 112.5813 |
| 1 | -1492.027 | 45.21769 | 5.34e+45 | 110.9650 | 111.2529 | 111.0506 |
| 2 | -1462.966 | 47.35927* | 8.40e+44* | 109.1086* | 109.5885* | 109.2513* |

المصدر: مخرجات برنامج EViews 10.

* 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

الجدول رقم(5): نتائج اختبار (Toda&Yamamoto Test 1995)

| VAR Granger Causality/Block Exogeneity Wald Tests | | | |
|---|----------|----|--------|
| Date: 11/01/22 Time: 19:39 | | | |
| Sample: 1990 2018 | | | |
| Included observations: 25 | | | |
| Dependent variable: ABD | | | |
| Excluded | Chi-sq | df | Prob. |
| AID | 50.95899 | 2 | 0.0000 |
| All | 50.95899 | 2 | 0.0000 |
| Dependent variable: AID | | | |
| Excluded | Chi-sq | df | Prob. |
| ABD | 26.47378 | 2 | 0.0000 |
| All | 26.47378 | 2 | 0.0000 |

المصدر: مخرجات برنامج EViews 10.

3.2.9- اختبار سببية كرانجر القياسي (Granger Causality Test):

لإختبار العلاقة قصيرة الأجل بين المساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية وعجز الموازنة الفعلي في سورية خلال الفترة 1990-2018، قمنا بتطبيق اختبار سببية كرانجر القياسي. حيث يعرض الجدول رقم (6) نتائج هذا الإختبار حيث يمكن أن نلاحظ، وفيما يتعلق بسببية العلاقة قصيرة الأجل بين AID و ABD ، بأن قيمة (Prob.) للفرضية العدم التي تنص على أن AID لا تسبب ABD في الأجل القصير تساوي (0.3475) وهي أكبر من 5% وبالتالي فإننا لن نتمكن من رفض الفرضية العدم التي تنص على أن AID لا تسبب ABD في الأجل القصير. كما يمكن أن نلاحظ بأن قيمة (Prob.) للفرضية العدم التي تنص على أن ABD لا تسبب AID في الأجل القصير تساوي (2.E-09) وهي أصغر من 5% وبالتالي فإننا سنرفض الفرضية العدم ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على أن ABD تسبب AID في الأجل القصير. وبناءً عليه

فإننا سنرفض الفرضية الثالثة (H3) القائلة بأنه لا توجد علاقة قصيرة الأجل بين المساعدات الإنمائية الرسمية وعجز الموازنة الفعلي في سورية خلال الفترة 1990-2018.

الجدول رقم(6): نتائج اختبار سببية كرانجر القياسي

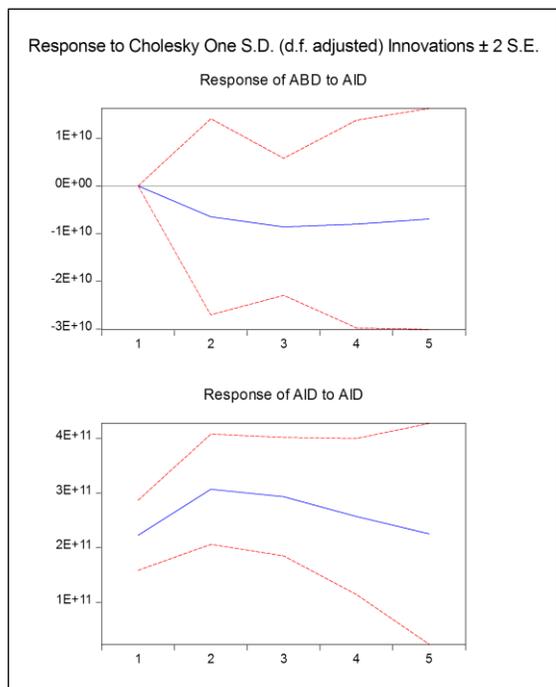
| Pairwise Granger Causality Tests | | | |
|----------------------------------|-----|-------------|--------|
| Date: 11/01/22 Time: 19:54 | | | |
| Sample: 1990 2018 | | | |
| Lags: 2 | | | |
| Null Hypothesis: | Obs | F-Statistic | Prob. |
| AID does not Granger Cause ABD | 27 | 1.10946 | 0.3475 |
| ABD does not Granger Cause AID | | 55.9150 | 2.E-09 |

المصدر: مخرجات برنامج 10 EViews.

4.2.9- دوال الاستجابة النبضية (IRF):

تعتبر دوال الاستجابة أداة تحليلية تفيد في تقييم طبيعة وحجم استجابة متغير ما للصدمة في متغيرات أخرى (خزام، 2015). ويظهر الجدول رقم (7) والشكل رقم (2) استجابة عجز الموازنة الفعلي في سورية للصدمة (التغير في الانحراف المعياري بمقدار واحد) في حجم المساعدات الإنمائية الرسمية المقدمة لسورية. حيث يمكن أن نلاحظ بأن صدمة في المساعدات (الزيادة بمقدار واحد في الانحراف المعياري) لا تؤثر على عجز الموازنة الفعلي بعد سنة واحدة من الصدمة، ولكنها تؤثر وبشكل سلبي على عجز الموازنة الفعلي في السنوات التالية، حيث بلغت ذروتها (-8570) مليون ليرة سورية في السنة الثالثة.

الجدول رقم (7): استجابة عجز الموازنة الفعلي



| Period | ABD | AID |
|--------|------------------------|-----------------------|
| 1 | 0.000000 (0.00000) | 2.23E+11 (3.1E+10) |
| 2 | -6.46E+09 (8.9E+09) | 3.07E+11 (4.8E+10) |
| 3 | -8.57E+09 (6.2E+09) | 2.93E+11 (5.3E+10) |
| 4 | -7.99E+09 (9.6E+09) | 2.57E+11 (6.4E+10) |
| 5 | -6.93E+09 (1.2E+10) | 2.25E+11 (9.4E+10) |

Cholesky Ordering: ABD AID
Standard Errors: Monte Carlo (100 repetitions)

ملاحظة: تعبر القيم بين الأقواس عن الأخطاء المعيارية.

المصدر: مخرجات برنامج EViews 10.

الشكل رقم (2): استجابة عجز الموازنة الفعلي

المصدر: مخرجات برنامج EViews 10.

5.2.9 - تحليل التباين (FEVD):

على الرغم من أن دوال الإستجابة تعتبر أداة مفيدة في تقييم طبيعة وحجم الصدمات المختلفة، إلا أن الأهمية النسبية للصدمات المختلفة في تفسير التذبذبات في متغير معين يمكن تقييمها بشكل أفضل من خلال تحليل التباين (خزام، 2015). ويظهر الجدول رقم (8) تحليل التباين لعجز الموازنة الفعلي. حيث يمكن أن نلاحظ بأن صدمة في المساعدات تفسر حوالي 0.339035% من التغيير في عجز الموازنة الفعلي بعد سنتين من الصدمة، ثم يزداد أثر الصدمة وبشكل تدريجي ليفسر حوالي 1.732463% من التغيير في عجز الموازنة الفعلي بعد خمس سنوات من الصدمة. وبالتالي يمكن القول بأن صدمة في المساعدات لها تأثير على عجز الموازنة الفعلي ولكن هذا التأثير ضعيف

جداً، وبناءً عليه فإننا سنرفض الفرضة الرابعة (H4) القائلة بأنه يوجد أثر قوي وذو دلالة إحصائية للمساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية في عجز الموازنة الفعلي خلال الفترة 1990-2018.

الجدول رقم (8): تحليل التباين لعجز الموازنة الفعلي

| Period | S.E. | ABD | AID |
|--------|----------|-----------------------|-----------------------|
| 1 | 1.10E+11 | 100.0000 (0.00000) | 0.000000 (0.00000) |
| 2 | 1.11E+11 | 99.66096 (1.79485) | 0.339035 (1.79485) |
| 3 | 1.11E+11 | 99.07026 (2.10585) | 0.929745 (2.10585) |
| 4 | 1.12E+11 | 98.58202 (1.92409) | 1.417982 (1.92409) |
| 5 | 1.14E+11 | 98.26754 (3.01790) | 1.732463 (3.01790) |

Cholesky Ordering: ABD AID
Standard Errors: Monte Carlo (100 repetitions)

المصدر: مخرجات برنامج EViews 10.

10- الاستنتاجات والتوصيات:

❖ الاستنتاجات:

- 1- توجد علاقة طويلة الأجل بين المساعدات الإنمائية الرسمية وعجز الموازنة الفعلي في سورية خلال الفترة 1990-2018.
- 2- توجد علاقة سببية باتجاهين في الأجل الطويل بين المساعدات الإنمائية الرسمية وعجز الموازنة الفعلي في سورية خلال الفترة 1990-2018.
- 3- توجد علاقة قصيرة الأجل بين المساعدات الإنمائية الرسمية وعجز الموازنة الفعلي في سورية خلال الفترة 1990-2018.
- 4- هنالك أثر للمساعدات الإنمائية الرسمية على عجز الموازنة الفعلي في سورية خلال الفترة 1990-2018 ولكن هذا الأثر كان ضعيفاً، حيث أوضح تحليل التباين لعجز

الموازنة الفعلية بأن صدمة في المساعدات الإنمائية الرسمية تقدر حوالي 1.732463% من التغيير في عجز الموازنة الفعلية بعد خمس سنوات من الصدمة.

❖ التوصيات:

يوصي الباحثون، وعلى ضوء النتائج التي تم التوصل إليها من خلال هذا البحث، على ضرورة استغلال المساعدات التي تحصل عليها سورية بالشكل الأمثل، وذلك من خلال توجيه جزء كبير من هذه المساعدات نحو دعم المشاريع والاستثمارات الإنتاجية، مما يؤدي بالنتيجة إلى انعاش الاقتصاد السوري وتحريك عجلة الإنتاج فيه وبالتالي منح الاقتصاد السوري طاقة تمويلية كبيرة من شأنها زيادة مصادر تمويل الموازنة العامة للدولة وتقليل الاعتماد على مصادر التمويل الخارجي في المستقبل. كما يوصي الباحثون على ضرورة توجيه جزء من هذه المساعدات نحو دعم البنى التحتية، وذلك لترميم ما خلفته الحرب التي شنت على سورية في مطلع عام 2011، مما يهيئ الأرضية المناسبة لجذب الاستثمارات الأجنبية نحو سورية في المستقبل مما يؤدي بدوره إلى زيادة الإيرادات العامة للدولة، وخاصةً أن سورية مقبلة على مرحلة جديدة وهي مرحلة إعادة الإعمار. كما يوصي الباحثون على ضرورة وضع نظام لتحليل ودراسة وتقييم المساعدات الإنمائية التي تحصل عليها سورية، وذلك من خلال تشكيل مؤسسة مالية وطنية قادرة على متابعة تطور هذه المساعدات وآثارها ونتائجها والأهداف المتحققة من خلال توظيف هذه المساعدات، بالإضافة إلى إجراء تقييم دوري حول فاعلية هذه المساعدات لتحديد العقبات التي تحول دون الاستخدام والاستغلال الأمثل لهذه المساعدات.

11- المراجع :

❖ المراجع العربية:

- إبراهيم، نيفين (2015). أثر عجز الموازنة العامة في مصر في الدين الخارجي باستخدام التكامل المشترك والسببية. مجلة البحوث الاقتصادية العربية. 71، 95-118.
- التقرير الاقتصادي العربي الموحد (2018). أبو ظبي: صندوق النقد العربي.
- التميمي، حمزة فرحان (2008). أثر المساعدات و المنح الخارجية في رفد الموازنة العامة في الأردن (1990-2006 م). رسالة أعدت لنيل درجة الماجستير. قسم الإدارة العامة، كلية إدارة الأعمال، جامعة مؤتة: الأردن.
- جنوحات، فضيلة (2006). إشكالية الديون الخارجية وآثارها على التنمية الاقتصادية في الدول العربية حالة بعض الدول المدينة. أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية. التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر: الجزائر.
- الحسني، عرفان (2002). التمويل الدولي. الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- حسين، مصطفى (2002). دور التمويل الخارجي في التنمية الاقتصادية في سورية. بحث أعد لنيل درجة الدكتوراه في الاقتصاد. قسم الاقتصاد والتخطيط، كلية الاقتصاد، جامعة حلب: سورية.
- خزام، علاء (2015). تقييم أنظمة سعر الصرف في سورية خلال الفترة (1990-2010). رسالة أعدت لنيل درجة الماجستير في العلوم المالية والمصرفية. قسم العلوم المالية والمصرفية، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين: سورية.
- سماره، نادر (2013). المساعدات الخارجية وآثارها على النمو الاقتصادي الفلسطيني. رسالة أعدت لنيل درجة الماجستير في الاقتصاد. قسم الاقتصاد، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر: فلسطين.
- صبيح، ماجد (2017). أثر المنح والمساعدات الخارجية في تمويل النفقات الحكومية والعجز في الموازنة العامة الفلسطينية (الفترة 1996-2015). مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا. 17، 79-94.

- عبد العزيز، محمد (2018). محددات وآثار المساعدات الاقتصادية الخارجية على التنمية الاقتصادية. الاردن: دار الإبتكار للنشر والتوزيع.
- عناية، عاهد (2014). أثر عجز الموازنة على نمو الاقتصاد الفلسطيني (1996-2013). رسالة أعدت لنيل درجة الماجستير في اقتصاديات التنمية. قسم اقتصاديات التنمية، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية: غزة.
- محمد، محمد (2020). عجز الموازنة العامة وأساليب علاجه (الصكوك الإسلامية في السودان نموذجاً). مجلة القضايا السياسية. 61، 355-370.
- مساعدة، مصطفى؛ الزعبي، بشير (2020). أثر هيكل المساعدات الخارجية على النمو الاقتصادي في الأردن "1975-2014". المجلة الأردنية للعلوم الاقتصادية. 1، 17-1.
- المساعدات الإنمائية المقدمة من دولة قطر (2005). قطر: مجلس التخطيط.

❖ المواقع الإلكترونية:

- الموقع الرسمي لمنظمة التعاون الإقتصادي والتنمية (OECD):
(/https://www.oecd.org)
- الموقع الرسمي لقاعدة بيانات البنك الدولي على الرابط التالي:
(/https://databank.worldbank.org)

❖ المراجع الأجنبية:

- Aworinde, Olalekan; Onakoya, Adegbemi (2016). *Foreign AID and Government Expansion: evidence from low and middle income countries*.50,21-33.
- Alimi, Santos; Ofonyelu, Chris (2013). *Toda-Yamamoto Causality Test between Money Market Interest Rate and Expected Inflation: The Fisher Hypothesis Revisited*. European Scientific Journal.9(7),125-142.
- BROOKS, Chris(2008). **Introductory Econometrics for Finance**. United States of America: Cambridge University Press, New York.
- Dritsaki, Chaido (2017). *Toda-Yamamoto Causality Test between Inflation and Nominal Interest Rates: Evidence from Three Countries of Europe*. International Journal of Economics and Financial.7(6),120-129.
- Ismaiel, Linda ; Al-Ahmad, Zeina (2014). *Studying the Relationship between Stock Prices and Exchange Rates in a Sample of Arab Countries*. International Research Journal of Finance and Economics.125,26-44.
- Mayr, Karin (2010). *Optimal Deficit and Debt in the Presence of Foreign Aid*. World Development.38,19-27.
- Njarara, AnnBeatrice (2017). *Budget Deficits in Kenya: The Impact of Foreign aid on Sovereignty*. Strathmore Law review.12,123-148.

أثر المساعدات الإنمائية الرسمية المقدمة إلى سورية في النمو الإقتصادي خلال الفترة 2000-2020

الدكتور رضوان العمار □ الدكتورة هيفاء غدير □ فادي ابراهيم □

المخلص:

يهدف هذا البحث إلى دراسة أثر المساعدات الإنمائية الرسمية المقدمة إلى سورية في النمو الإقتصادي خلال الفترة 2000-2020. حيث تم الاعتماد على المنهج القياسي في تحليل السلاسل الزمنية الخاصة بمتغيرات البحث والمتمثلة بالمساعدات الإنمائية الرسمية المقدمة إلى سورية والناتج المحلي الإجمالي كمؤشر للنمو الإقتصادي خلال الفترة 2000-2020، وقد تم استخدام اختبار **Johansen** للتكامل المشترك في اختبار العلاقة طويلة الأجل بين متغيرات البحث، في حين تم الاعتماد على اختبار سببية كرانجر القياسي في اختبار العلاقة قصيرة الأجل. وقد أظهرت نتائج اختبار **Johansen** للتكامل المشترك بأنه لا توجد علاقة طويلة الأجل بين المساعدات الإنمائية الرسمية المقدمة إلى سورية والنمو الإقتصادي، كما أظهرت نتيجة اختبار سببية كرانجر القياسي بأنه لا توجد علاقة قصيرة الأجل بين المساعدات الإنمائية الرسمية المقدمة إلى سورية والنمو الإقتصادي، كما توصل هذا البحث إلى عدم وجود أثر للمساعدات الإنمائية الرسمية المقدمة إلى سورية في النمو الإقتصادي خلال الفترة 2000-2020. وقد أرجع الباحثون هذه النتائج إلى إستخدام معظم أموال المساعدات التي حصلت عليها سورية خلال الفترة 2000-2020 في تأمين السلع الإستهلاكية والإغاثية، وعدم توجيه هذه المساعدات نحو دعم قطاع البنى التحتية والمشاريع والإستثمارات الإنتاجية التي تساهم في زيادة الإنتاج وبالتالي الدخل مما ينعكس إيجابياً على النمو الإقتصادي في سورية.

الكلمات المفتاحية: المساعدات الإنمائية الرسمية، النمو الإقتصادي، اختبار **Johansen** للتكامل المشترك، اختبار سببية كرانجر القياسي.

¹ أستاذ - قسم العلوم المالية والمصرفية - كلية الاقتصاد - جامعة تشرين - اللاذقية - سورية.

² مدرس - قسم العلوم المالية والمصرفية - كلية الاقتصاد - جامعة تشرين - اللاذقية - سورية.

³ طالب دراسات عليا (دكتوراه) - قسم العلوم المالية والمصرفية - كلية الاقتصاد - جامعة تشرين - اللاذقية - سورية.

The impact of official development aid provided to Syria on economic growth during the period 2000-2020

Dr. Radwan Al-Ammar¹

Dr. Haifaa Ghadeer²

Fadi Ibrahim³

ABSTRACT:

This research aims to study the impact of official development aid provided to Syria on economic growth during the period 2000-2020. Where the standard approach was relied on in analyzing the time series of the research variables represented by the official development aid provided to Syria and the GDP as an indicator of economic growth during the period 2000-2020, and the Johansen test for Cointegration was used to test the long-term relationship between the research variables, while Reliance on the Granger Causality Tests in the short-term relationship test. The results of the Johansen Cointegration test showed that there is no long-term relationship between the official development aid provided to Syria and economic growth, and the result of the Granger Causality Tests showed that there is no short-term relationship between the official development aid provided to Syria and economic growth, and this research also found There is no impact of official development aid provided to Syria on economic growth during the period 2000-2020. The researchers attributed these results to the use of most of the aid funds that Syria obtained during the period 2000-2020 in securing consumer and relief goods, and not directing this aid towards supporting the infrastructure sector, projects and productive investments that contribute to increasing production and thus income, which is positively reflected on economic growth In Syria .

Key Words: official development aid, economic growth, Johansen Cointegration Test, Granger Causality Tests.

¹ Professor- Department of Banking and financial sciences- Faculty of Economics- Tishreen university- Lattakia- Syria.

² Lecturer- Department of Banking and Finance Sciences- Faculty of Economics- Tishreen university- Lattakia- Syria.

³ Postgraduate student (Ph.D) -Department of Banking and financial sciences- Faculty of Economics- Tishreen university- Lattakia- Syria.

1- المقدمة:

شهد عالمنا المعاصر أحداثاً عالمية متسارعة أحدثت تحولات جذرية في الإقتصاد العالمي ووضعت الشعوب المختلفة أمام متطلبات وتحديات جديدة، جعلتهم يبحثون عن سبل مختلفة تمكنهم من تلبية احتياجاتهم ورغباتهم، ولكن على الرغم من تنوع وتعدد هذه التحديات إلا أن التحديات الإقتصادية تنصدر المشهد لإرتباطها بجميع مناحي الحياة (ابو شعبان، 2016). فقد شهدت العديد من الدول العربية منذ نهاية عام 2010 أزمات عنيفة ما زالت آثارها مستمرة حتى اليوم، ومن بين هذه الدول سورية، حيث تعرضت سورية في مطلع عام 2011 لأزمة كبيرة وجملة متتالية من العقوبات الاقتصادية مما أثر وبشكل سلبي على أدائها الاقتصادي والاجتماعي والمعيشي.

وعلى إعتبار أن التمويل يساهم في إقامة المنشآت والمشاريع الإنتاجية والخدمية وغيرها من التكوينات الرأسمالية الأخرى والتي تؤدي دوراً هاماً في دفع عجلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدول النامية، إلا أن معظم هذه الدول تعاني من نقص مستمر في ادخاراتها المحلية الأمر الذي أدى بدوره إلى ضعف وإنخفاض قدرتها على تأمين التمويل الكافي للقيام بالمشاريع الإستثمارية التي تتطلبها عملية التنمية الاقتصادية والاجتماعية من ناحية، وانخفاض قدرتها على الوفاء بالتزاماتها المالية في ظل علاقاتها الاقتصادية على المستوى الدولي من ناحية أخرى. وإن مثل هذه الظروف دفع بهذه الدول نحو الاستعانة بالمصادر الخارجية للتمويل والتي تشمل الإستثمارات الأجنبية المباشرة وغير المباشرة والقروض والمساعدات الإنمائية الرسمية، وذلك سعياً منها نحو سد العجز الحاصل في فجوة مواردها المحلية، مستعينةً بالآليات التي يوفرها نظام التمويل الدولي (ابراهيم، 2020).

وعلى إعتبار أن المساعدات الإنمائية الرسمية قد حظيت بإهتمام كبير من قبل القيادات السياسية في دول العالم المختلفة، وكذلك في أروقة العديد من المؤتمرات والقمم العالمية، كقمة الألفية الثانية (2000)، وقمة جوهانسبرج للتنمية المستدامة (2002)، ومؤتمر مونتيري لتمويل التنمية (2002)، وذلك باعتبارها مصدراً خارجياً مهماً من مصادر تمويل عملية النمو والتنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدول النامية، فضلاً عن كونها

تشكل أداة لتعزيز التعاون الدولي، وإقامة مجتمع عالمي يرتكز على العون المتبادل بين دوله. حيث شهدت بداية القرن الحادي والعشرين تحولاً جوهرياً في أهمية ودور المساعدات الإنمائية الرسمية في تحقيق النمو والتنمية الاقتصادية والاجتماعية وخصوصاً بعد إعلان الأمم المتحدة للألفية الجديدة الذي وقعه (189) رئيس دولة أو حكومة من مختلف أنحاء العالم، حيث تبنت الأمم المتحدة، ومنذ أكثر من ثلاثة عقود مضت، مبدأ مهماً ينص على تحويل 0.7% من الناتج القومي الإجمالي للدول المتقدمة كتحويلات صافية تقدم إلى الدول النامية بشروط ميسرة بهدف جعل المساعدات الإنمائية الرسمية مضمونة ومستمرة (مجلس التخطيط القطري، 2005).

ونظراً للإهتمام الكبير الذي حظيت به المساعدات الإنمائية الرسمية، وخاصةً مع بداية الألفية الجديدة 2000، بالإضافة إلى إعتبار أن هذه المساعدات تمثل مصدراً مهماً من مصادر التمويل الخارجي والتي تدعم جهود الدول النامية على تحقيق النمو والتنمية الاقتصادية والاجتماعية، وعلى إعتبار أن سورية تتلقى هي أيضاً المساعدات الإنمائية الرسمية كغيرها من الدول النامية التي تسعى جاهدةً إلى تحقيق النمو والتنمية الاقتصادية والاجتماعية، فقد جاء هذا البحث ليوضح مفهوم المساعدات الإنمائية الرسمية وأثرها في النمو الإقتصادي في سورية وذلك خلال الفترة الممتدة من عام 2000 ولغاية عام 2020.

2- مشكلة البحث:

تكمن مشكلة هذا البحث في أن معظم الدول النامية، ومنها سورية، تعاني من عجز في مصادرها المحلية اللازمة لتأمين التمويل الكافي للقيام بالمشاريع الإستثمارية التي تتطلبها عملية النمو الاقتصادي والاجتماعي، الأمر الذي دفع بهذه الدول، ومنها سورية، إلى الإعتماد على مصادر التمويل الخارجي لسد العجز الحاصل في فجوة مواردها المحلية. وعلى إعتبار أن سورية هي إحدى الدول النامية التي تسعى جاهدةً إلى تحقيق النمو الاقتصادي والاجتماعي، إلا أن سورية تعرضت في مطلع عام 2011 لأزمة كبيرة وجملة متتالية من العقوبات الاقتصادية والتي كان لها أثر كبير على الواقع الاقتصادي والاجتماعي فيها، وعلى قدرتها على استقطاب المزيد من القروض اللازمة لدعم عجلة

التنمية الاقتصادية والاجتماعية، بالإضافة إلى هروب معظم رؤوس الأموال الأجنبية إلى خارج سورية مما انعكس وبشكل سلبي على واقع الإستثمار بشكل عام في سورية. وعلى إعتبار أن سورية تتلقى المنح والمساعدات الخارجية كغيرها من الدول النامية التي تسعى إلى تحقيق النمو الاقتصادي والاجتماعي، فقد جاء هذا البحث لبيان أثر المساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية في النمو الإقتصادي، وذلك من خلال الاجابة على التساؤلات التالية والتي تمثل مشكلة هذا البحث:

1- ما هي العلاقة (طويلة وقصيرة الأجل) بين المساعدات الإنمائية الرسمية والنمو الإقتصادي في سورية وذلك خلال الفترة 2000-2020؟

2- ما هو أثر المساعدات الإنمائية الرسمية في النمو الإقتصادي في سورية وذلك خلال الفترة 2000-2020؟

3- أهمية البحث:

تتبع الأهمية النظرية لهذا البحث بأنه سيسمح لنا بتسليط الضوء على مفهوم المساعدات الإنمائية الرسمية كأحد مصادر التمويل الخارجي الذي تعتمد عليه العديد من الدول النامية في تحقيق النمو والتنمية الاقتصادية والاجتماعية، بالإضافة إلى توضيح أثر هذه المساعدات في النمو الإقتصادي في سورية، وخاصةً خلال فترة الأزمة التي تعرضت لها سورية في مطلع عام 2011. وبالإضافة إلى ذلك، فإن دراسة الآثار الاقتصادية للمساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية لم تحظ بالاهتمام الكافي من قبل الباحثين، فهناك دراسات قليلة تناولت دور المساعدات الدولية في تحقيق التنمية الاقتصادية كدراسة (صادق، 2010)، إلا أن هذه الدراسة أوضحت دور وأثر المساعدات الدولية على التنمية الاقتصادية في مصر والاردن فقط، وهنا لا بد أن نشير إلى أنه لا يوجد، على حد علم الباحثون، أية دراسة سابقة تناولت أثر المساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية في النمو الإقتصادي مما يشكل قيمة مضافة للدراسة الحالية.

أما الأهمية العملية لهذا البحث فنكمن في تحديد مدى فعالية وأثر المساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية في النمو الإقتصادي وذلك خلال الفترة 2000-2020، بما يمكن من تقديم بعض التوصيات التي يمكن لصناع السياسة المالية

أثر المساعدات الإنمائية الرسمية المقدمة إلى سورية في النمو الإقتصادي خلال الفترة 2000-2020

والمسؤولين عنها الاسترشاد بها من أجل إتخاذ القرارات السليمة فيما يخص التمويل الخارجي، وخاصةً أن سورية مقدمة على مرحلة جديدة وهي مرحلة إعادة إعمار ما خلفته الحرب من آثار سلبية عمرانياً واقتصادياً واجتماعياً.

4- أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى:

1- دراسة العلاقة السببية (طويلة وقصيرة الأجل) بين المساعدات الإنمائية الرسمية والنمو الإقتصادي في سورية خلال الفترة 2000-2020.

2- دراسة أثر المساعدات الإنمائية الرسمية في النمو الإقتصادي في سورية خلال الفترة 2000-2020.

5- فرضيات البحث:

يقوم هذا البحث على اختبار الفرضيات التالية:

H1: لا توجد علاقة طويلة الأجل بين المساعدات الإنمائية الرسمية والنمو الإقتصادي في سورية خلال الفترة 2000-2020.

H2: لا توجد علاقة قصيرة الأجل بين المساعدات الإنمائية الرسمية والنمو الإقتصادي في سورية خلال الفترة 2000-2020.

H3: يوجد أثر قوي وذو دلالة إحصائية للمساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية في النمو الإقتصادي خلال الفترة 2000-2020.

6- طرائق البحث وموارده:

1.6- البيانات: تتكون البيانات المستخدمة في هذا البحث من السلاسل الزمنية الخاصة بالمساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية خلال الفترة الممتدة من عام 2000 ولغاية عام 2020 والتي تم الحصول عليها من قاعدة بيانات البنك الدولي، بالإضافة إلى السلسلة الزمنية الخاصة بالنتائج المحلي الإجمالي بالأسعار الجارية للفترة الممتدة من عام 2000 ولغاية عام 2020، والتي تم الحصول عليها من المكتب المركزي للإحصاء، كما تم الاعتماد على الموقع الرسمي لمصرف سورية المركزي للحصول على نشرات أسعار صرف الدولار الأمريكي مقابل الليرة السورية. ويوضح

الجدول رقم (1) وصفاً لمتغيرات البحث وذلك على الشكل التالي:

الجدول رقم (1): وصف متغيرات البحث

| متغير البحث ¹ | رمز المتغير | طريقة القياس | مصدر البيانات |
|---|-------------|--|--|
| المساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية خلال الفترة 2000-2020 | AID | صافي المساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية (بالليرة السورية) | قاعدة بيانات البنك الدولي |
| النمو الإقتصادي | GDP | الناتج المحلي الإجمالي بالأسعار الجارية | المكتب المركزي للإحصاء في سورية، المجموعات الإحصائية |

المصدر: من إعداد الباحثون.

2.6- منهجية البحث: تم تقسيم هذا البحث إلى قسمين:

- الجانب النظري: تم إنجاز هذا القسم بالإعتماد على المراجع العربية والأجنبية والمقالات والدراسات والأبحاث والرسائل العلمية بما يخدم الإطار النظري والتأصيل العلمي للبحث.

- الجانب العملي: تم إنجاز هذا القسم من خلال الاعتماد على المنهج القياسي وذلك من خلال استخدام الأساليب الإحصائية المناسبة لتحليل بيانات السلاسل الزمنية الخاصة بمتغيرات البحث. كما تم الإعتماد على البرنامج الإحصائي Eviews 10 في تحليل البيانات واختبار الفرضيات، حيث تم استخدام اختبارات جذر الوحدة (ADF, PP) للتأكد من إستقرار السلاسل الزمنية الخاصة بمتغيرات البحث. واختبار Johansen للتكامل المشترك لاختبار العلاقة طويلة الأجل بين متغيرات البحث. أما فيما يتعلق باختبار سببية العلاقة قصيرة الأجل بين متغيرات البحث فقد تم استخدام اختبار سببية كرانجر القياسي (standard granger causality).

¹ تم أخذ اللوغاريتم الطبيعي لمتغيرات البحث وذلك لتبسيط الأرقام.

7- الدراسات السابقة:

1.7. الدراسات العربية:

1- دراسة (بركات وبكريتي، 2021) بعنوان:

"المساعدات الإنمائية الرسمية وأثرها على النمو الاقتصادي في سيريلانكا (دراسة قياسية خلال الفترة 1960-2019)"

هدفت هذه الدراسة إلى البحث في العلاقة بين المساعدات الخارجية والنمو الاقتصادي في دولة سيريلانكا باستخدام بيانات السلاسل الزمنية السنوية خلال الفترة 1960-2019. وإعتمد الباحثين على المنهج القياسي في تبيان أثر المساعدات الخارجية في النمو الاقتصادي، حيث استخدم الباحثين اختبار Jeselius-Johansen للتكامل المشترك لاختبار العلاقة طويلة الأجل، كما استخدم الباحثين اختبار سببية كرانجر القياسي للتحقق من سببية العلاقة قصيرة الأجل بين متغيرات الدراسة، ونموذج (Least Squares) لإختبار أثر المساعدات الخارجية في النمو الاقتصادي. وتوصل الباحثين إلى وجود علاقة طويلة وقصيرة الأجل بين متغيرات الدراسة، وإن المساعدات الخارجية كان لها تأثير سلبي على النمو الاقتصادي في سيريلانكا، وبالتالي يجب على حكومة هذا البلد تعديل سياستها الاقتصادية والاستغلال الأمثل للمساعدات التي تحصل عليها.

2- دراسة (مساعدة والزعبي، 2020) بعنوان:

"أثر هيكل المساعدات الخارجية على النمو الاقتصادي في الأردن (1975-2014)"

هدفت هذه الدراسة إلى قياس أثر المساعدات الخارجية بمختلف أشكالها ومصادرها على النمو الاقتصادي في الأردن خلال الفترة (1975-2014). حيث إعتمد الباحثان على المنهج التحليلي والوصفي والقياسي في تحليل السلاسل الزمنية السنوية المتعلقة بمتغيرات البحث والمتمثلة بمعدل النمو في الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي، إجمالي تكوين رأس المال الثابت، الإنفتاح الاقتصادي، الإستثمار الأجنبي المباشر، عدد العاملين والمساعدات الخارجية (المنح، القروض الميسرة، منح التعاون الفني، المساعدات الثنائية) والتي تم الحصول عليها من البنك المركزي الأردني والبنك الدولي. واستخدم الباحثان اختبار ديكي- فولر الموسع (ADF) في اختبار استقراره السلاسل الزمنية،

واختبار Johansen للتكامل المشترك، وطريقة المربعات الصغرى المصححة كلياً (Fully Modified Ordinary least Squares (FM-OLS)) لتحديد أثر المساعدات الخارجية على النمو الاقتصادي في الأردن يتفاوت بحسب شكل المساعدات ومصدرها حيث كان يتباين بين السلبية والإيجابية، وهذا يعود إلى اختلاف خصائص كل منها ودوافع تقديمها، واختلاف طرق استثمارها محلياً.

3- دراسة (أبو شعبان، 2016) بعنوان:

"أثر التمويل الخارجي على النمو الاقتصادي دراسة تطبيقية لدول عربية"

هدفت هذه الدراسة إلى البحث في دور التمويل الأجنبي في النمو الاقتصادي في ثلاث دول عربية (الأردن، مصر، الأراضي الفلسطينية) خلال الفترة الزمنية 1995-2015. كما هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على واقع وأهمية النمو الاقتصادي، والتمويل الأجنبي (الاستثمارات الأجنبية المباشرة وغير المباشرة، المساعدات الإنمائية الرسمية والدين الخارجي) ومن ثم تحليلها. واستخدم الباحث المقاييس الإحصائية الوصفية كالوسط الحسابي والانحراف المعياري وأقل وأكبر قيمة لوصف بيانات متغيرات الدراسة كما تم الاستعانة بالرسوم البيانية التوضيحية، كما استخدم الباحث معاملات الارتباط واختبار ديكي فولر الموسع وطريقة المربعات الصغرى (OLS) كما تم استخدام نموذج الانحدار الخطي المتعدد للبيانات المقطعية عبر الزمن، كما تم استخدام التأثيرات الثابتة للوحدات المقطعية. وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر للاستثمار الأجنبي على النمو الاقتصادي. أما المساعدات الإنمائية الرسمية والدين الخارجي فليس لها أي أثر على النمو الاقتصادي.

2.7. الدراسات الأجنبية :

1- دراسة (Hussain and Rahman, 2022) بعنوان:

"are foreign aid and economic growth positively related? empirical evidence from Bangladesh"

هدفت هذه الدراسة إلى البحث في العلاقة بين المساعدات الإنمائية الرسمية والنمو الاقتصادي في بنغلادش خلال الفترة 1971-2019. وإعتمد الباحثان على السلاسل

الزمنية السنوية الخاصة بمتغيرات البحث والمتمثلة بالنتائج المحلي الإجمالي كمتغير تابع، والمساعدات الإنمائية الرسمية وإجمالي تكوين رأس المال الثابت والنمو السكاني ومؤشر التعليم كمتغيرات مستقلة. واستخدم الباحثان اختبار ديكي فولر الموسع (ADF) واختبار فيليبس بيرسون (PP) لاختبار استقرارية السلاسل الزمنية، كما استخدم الباحثان طريقة المربعات الصغرى (OLS) لدراسة العلاقة بين المساعدات الإنمائية الرسمية والنمو الاقتصادي في بنغلادش. وتوصل الباحثان إلى أن نمو الناتج المحلي الإجمالي كان مرتبطاً بشكل إيجابي بالمساعدات الإنمائية الرسمية وإجمالي تكوين رأس المال الثابت والتعليم، ولكنه كان مرتبطاً بشكل سلبي بالنمو السكاني، كما توصل الباحثان إلى أن المساعدات الإنمائية الرسمية قد أدت دوراً إيجابياً في تحقيق النمو الاقتصادي في بنغلادش.

2- دراسة (Nguyen,2020) بعنوان :

"The Impact of Foreign Direct Investment, Aid and Exports on Economic Growth in Vietnam"

هدفت هذه الدراسة إلى البحث في أثر الاستثمار الأجنبي المباشر والمساعدات الخارجية والصادرات على النمو الاقتصادي في فيتنام خلال الفترة 1997-2018. واعتمد الباحث على السلاسل الزمنية السنوية الخاصة بمتغيرات البحث والمتمثلة بالاستثمار الأجنبي المباشر والمساعدات الخارجية والصادرات والناتج المحلي الإجمالي والتي تم الحصول عليها من البنك الدولي والوكالات ذات الصلة في فيتنام. حيث قام الباحث ببناء نموذج تجريبي مع تحليل الارتباط والانحدار بين النمو الاقتصادي (الناتج المحلي الإجمالي) وثلاثة متغيرات مستقلة (الاستثمار الأجنبي المباشر، المساعدات الخارجية وصادرات السلع والخدمات). وتوصل الباحث إلى وجود أثر إيجابي وذو دلالة احصائية عند مستوى دلالة 1% للاستثمار الأجنبي المباشر والمساعدات الخارجية والصادرات على الناتج المحلي الإجمالي في فيتنام خلال الفترة المدروسة.

3- دراسة (Pradhan and Phuyal, 2020) بعنوان :

"Impact of Foreign Aid on Economic Growth of Nepal: An Empirical Evidence"

هدفت هذه الدراسة إلى البحث في أثر المساعدات الخارجية في النمو الاقتصادي في نيبال خلال الفترة 1975-2015، وذلك من خلال ادخال الناتج المحلي الإجمالي كمتغير تابع مقابل المساعدات الخارجية والتحويلات المالية الخارجية والاستثمار والقوى العاملة كمتغيرات مستقلة. واعتمد الباحثان على السلاسل الزمنية السنوية الخاصة بمتغيرات البحث والتي تم الحصول عليها من وزارة المالية في نيبال والتقارير السنوية المنشورة لبنك Nepal Rastra. واستخدم الباحثان نموذج التعديل الجزئي (partial adjustment model) لدراسة العلاقة بين المساعدات الخارجية والنمو الاقتصادي، كما استخدم الباحثان اختبار (Chow test) لتبيان فيما إذا كان هنالك إختلال هيكلية في الاقتصاد النيبالي أم لا. وتوصل الباحثان إلى أن المساعدات الخارجية لها علاقة إيجابية ضعيفة مع الناتج المحلي الإجمالي وتبين أن الجزء الأكبر من المساعدات الخارجية يستخدم في الرعاية الإنسانية والاجتماعية بدلاً من أنشطة الإنتاج في القطاعات الحقيقية، كما توصل الباحثان إلى أن العلاقة بين المساعدات الخارجية والناتج المحلي الإجمالي لم تشهد اختلالاً هيكلياً في نيبال خلال الفترة المدروسة.

8- الإطار النظري للبحث:

1.8- النظريات التي فسرت حاجة الدول النامية للتمويل الخارجي:

قدم العديد من الاقتصاديين نماذج تنموية لتفسير مشكلة حاجة البلدان النامية إلى التمويل الخارجي، ومنها نموذج هارود-دومار (Harrod Domar Model)¹ والذي

¹هارود روي فوبر (1900-1978): هو اقتصادي إنكليزي من مقالاته " An Essay on Dynamique Theory"، والذي إعتد في إنجازها على أفكار النظرية العامة للعمل ككينز، وبعد الشهرة التي عرفها تحليل هذا الاقتصادي تم ربط اسمه باسم الاقتصادي الأمريكي افسى دومار (1914)، ومن ثم سمي النموذج الذي توصلوا إليه بنموذج هارود-دومار أو بنموذج كينز للنمو.

استهدف بيان مدى الترابط الوثيق بين الناتج القومي ومعدلات إستثمار رأس المال، أي على الفجوة ما بين الإستثمار المرغوب تحقيقه ومستوى الادخار المحلي، والتي أطلق عليها بفجوة الموارد المحلية (Domestic Resources Gap) حيث تجسد هذه الفجوة النقص في المدخرات المحلية للبلد المقترض، وهي تساوي حجم رأس المال الأجنبي (كالقروض مثلاً) اللازم توفيره لتحقيق معدل النمو المطلوب، أي أن رأس المال الأجنبي سيستخدم إلى جانب الادخارات المحلية لتغطية مستوى الإستثمار المطلوب. ويعتبر هذا النموذج من أكثر التحليلات أهمية في إبراز الدور الحيوي لرأس المال الأجنبي في عملية التنمية الاقتصادية (الحسني، 2002).

أما في نظرية روستو (Rostow)¹ فقد جاء التركيز على ضرورة رفع معدل الإستثمار بغية وصول الاقتصاد إلى مرحلة الانطلاق (Take off) ليصبح قادراً على تسيير ذاته بذاته أو ما يسمى بـ "مرحلة النمو الذاتي (Self - Sustained Growth)". ويرى البروفيسور سامولسن (Samuelson)² أنه طالما هنالك معوقات كثيرة أمام التكوين الرأسمالي من المصادر الحقيقية فإنه لا بد من الإتكال على المصادر الخارجية، حيث أوضح "إن المشكلة الرئيسية في العديد من البلاد النامية هو النقص الشديد في المدخرات وخاصةً في المناطق الفقيرة، حيث تتجلى ظاهرة تنافس الإستهلاك الجاري المتزايد أمام الحاجة إلى إستثمار الموارد التي تعاني من الندرة، والنتيجة هي توجه قدر ضئيل جداً من الاستثمارات للإسراع في عملية التنمية الاقتصادية". وبالإضافة إلى ذلك، فقد ساد الاعتقاد بأن مشكلة إخفاق أغلب البلدان النامية في خلق نموذج للمدخرات مؤهل لتمويل نفسه ذاتياً ينظر إليه من زاوية تبديد الفائض الممكن لديها،

¹ وَاَلت روستو (Walt Whitman Rostow) هو خبير اقتصادي ومنظر سياسي أمريكي، صاغ نظرية التطور والنمو في ظل الظروف التي ميزت الستينات، وكان المستشار الخاص للأمن القومي للرئيس جونسون في عام 1960.

² بول سامولسن (Paul Samuelson) هو اقتصادي أمريكي تمكن من حل بعض التناقضات والمغالطات والتدخلات في لغة الاقتصاد الكلاسيكي، وعمل كمستشار لدى البنك الاحتياطي الفيدرالي، وكان المستشار الاقتصادي لمجلس الشيوخ، وفي عام 1965 أنتخب رئيساً للرابطة الاقتصادية الدولية.

بحيث سيكون أمام تلك البلدان ندرة في الموارد اللازمة للتنمية، ويقول باران (Baran)¹ في ذلك "تتولد الحاجة إلى التمويل الخارجي جراء فقدان المجتمع لفائضه الاقتصادي عن طريق تحويله إلى الدول الاستعمارية". وهو بذلك له الفضل في التمييز ما بين الفائض الحقيقي (الفعلي) (Actual Surplus) وهي الادخارات المتحققة فعلاً، والفائض الكامن (potential surplus) وهي الادخارات غير المستغلة بعد، وبالتالي فإنه من المحتمل أن يكون الفائض الكامن أكبر من الفائض الحقيقي وهنا تبرز المشكلة في كيفية جعل الادخار الممكن متحققاً فعلاً وذلك عن طريق إجراء تغييرات جذرية في الاقتصاد القومي لتعبئة هذا الفائض. ويؤيد هذا الرأي الاقتصادي نيركسه (Nurkse)² حيث يدعو إلى البحث عن أسباب الهدر في الموارد التي تؤثر على الادخار لتكون إحدى وسائل تكوين رأس المال في البلدان النامية، فهي نوعاً من الادخار الكامن. وهنا يمكن ذكر أهم أوجه الضياع في الادخارات لدى البلدان النامية وهي (الحسني، 2002):

- 1- البطالة بأنواعها المختلفة وخاصةً المقنعة، بالإضافة إلى الطاقات الإنتاجية العاطلة.
- 2- الاكتناز.
- 3- التصرف غير العقلاني بالنقد الأجنبي.
- 4- الإستهلاك غير العقلاني (العام أو الخاص).
- 5- التهرب الضريبي والإعفاءات الضريبية لبعض الأنشطة الإنتاجية بدون مبرر اقتصادي سليم.
- 6- هروب رؤوس الأموال للخارج (Capital Flight) والتحويلات الأخرى.

ولا شك أن تعبئة هذه المدخرات الضائعة من شأنها أن ترفع من معدل الادخار المحلي ومن ثم الإستثمار المحلي دون أن تلحق أي ضرر بمستوى معيشة الأفراد، وإنما ستعمل على تقليل فجوة الموارد المحلية وبالتالي الحاجة إلى التمويل الخارجي. وبالتالي فإن ما تعانيه البلدان النامية من تشوه في بنيتها الاقتصادية والإنتاجية على وجه الخصوص، قد

¹بول باران (Paul Baran) هو اقتصادي روسي وخبير في الاقتصاد الماركسي، عمل كإستاد في جامعة ستانفورد، كما كتب في الاقتصاد السياسي للنمو واحتكار رأس المال في عام 1957.

²رانجر نيركسه (Rangnar Nurkse) هو اقتصادي أمريكي متخصص في اقتصاد التنمية.

أدى إلى سوء وضعف استغلالها للموارد المتاحة وإنخفاض إنتاجية العمل، وبالتالي إنخفاض الدخول الموزعة وتراجع في مدخرات الأفراد مقابل تزايد في الإستهلاك، وارتفاع التضخم، وبالتالي فإن هذه البلدان تعاني من فجوة إستثمارية مردها ضآلة حجم رأس المال في قطاعاتها الإنتاجية، ومن هنا تتجلى لنا ظاهرة الحاجة إلى التمويل الخارجي.

2.8- مصادر التمويل الخارجي في الاقتصاد الوطني:

1- حصيلة الصادرات:

تعتبر حصيلة الصادرات المصدر الرئيسي للموارد المالية المتدفقة إلى القطر، حيث تؤدي إلى ارتفاع الدخل القومي وبالتالي إلى زيادة الإنفاق العام، وبذلك يزداد الطلب على السلع والخدمات مما يشكل حافزاً للمستثمرين على زيادة استثماراتهم، وبالتالي يتحقق انتعاش الاقتصاد الوطني وذلك نتيجة زيادة الانتاج والاستخدام والدخول (حدانة، 2018).

2- الاستثمارات الأجنبية (Foreign Investment):

تعتبر الاستثمارات الأجنبية إحدى مصادر التمويل التي تلجأ إليها الدول النامية وذلك لسد فجوة الموارد المحلية التي تعاني منها هذه الدول، ولقد ساعدت الاستثمارات الأجنبية على تنمية حركة التصنيع لغالبية الدول الصناعية علاوةً على بعض الدول النامية وخاصةً التي دخلت مجال التصنيع حديثاً والتي استضافت تلك الاستثمارات بهدف تخفيف حدة مشكلة القروض الخارجية. حيث أصبح يتدفق سنوياً البلايين من الوحدات النقدية بالإضافة إلى الأصول المالية المختلفة كرؤوس أموال تمويله بين الدول المختلفة، وتجسد هذه التدفقات وظيفة نقل القوة الشرائية بين هذه الدول، حيث عادةً ما يتم الإنتقال من مناطق الطلب المنخفض على هذه الأموال إلى المناطق ذات الطلب المرتفع (مصيطفي، 2008).

وعليه تعرف الاستثمارات الأجنبية على أنها: تدفق رؤوس الأموال أياً كان شكلها بين دولتين بغرض إقامة شركات جديدة أو المساهمة في رؤوس أموال شركات قائمة أو تطويرها لإنتاج سلع أو خدمات، وتحقيق عائد يفوق ما يتوقعه المستثمر في دولته الأم وسواءً صاحب هذا التدفق جهداً بشرياً أم لم يصاحبه (بعداش، 2008).

كما تعرف الاستثمارات الأجنبية على أنها: امتلاك أحد الأطراف أو المؤسسات في دولة ما لأصول تعمل في دولة أخرى (مصطفى، 2008).
وتقسم الاستثمارات الأجنبية إلى نوعين هما:

✓ الاستثمارات الأجنبية المباشرة (FDI : Foreign Direct Investment)

✓ الاستثمارات الأجنبية غير المباشرة (الاستثمارات في المحفظة)

(Foreign Portfolio Investment :FPI)

3- القروض الخارجية (External Loans):

تستحوذ القروض الخارجية على النصيب الأعظم من إجمالي التدفقات الأجنبية الموجهة للأقطار النامية. حيث تعرف القروض الخارجية على أنها: تلك المقادير النقدية، والأشكال الأخرى من الثروة التي تقدمها منظمة أو حكومة قطر لقطر آخر ضمن شروط معينة يتفق عليها الطرفان (الحسني، 2002). كما تعرف القروض الخارجية على أنها: إتفاق بين الحكومة أو إحدى مؤسساتها مع مصدر خارجي للحصول على موارد مالية أو حقيقية مع الإلتزام بإعادة تسديد تلك الموارد والمبالغ المستحقة عليها (الفوائد) خلال فترات زمنية قادمة يتفق عليها عند عقد القرض (عبادي، 2001). كما تعرف القروض الخارجية على أنها: القروض التي تصدرها الدولة خارج حدودها الإقليمية ويكتتب فيها الأفراد أو الهيئات الخاصة أو العامة الأجنبية. وقد تكون القروض الخارجية تتم عن طريق الاقتراض من المنظمات والمؤسسات الدولية، سواءً كانت عربية أم أجنبية (العمار، 2013).

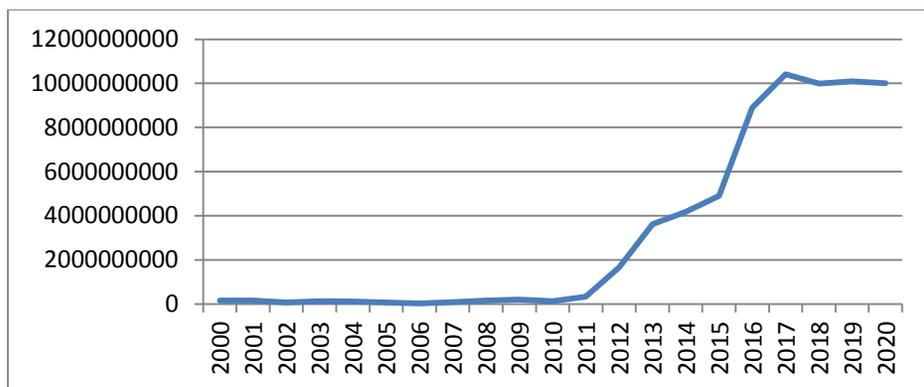
ومن خلال هذه التعاريف يمكن أن نلاحظ بأن القروض الخارجية تمثل التزامات خارجية على القطر المستفيد منها، بحيث تتجسد هذه الإلتزامات بحتمية سداد هذه القروض أو ما يسمى بخدمة الدين (Debt servicing) والتي تتضمن مدفوعات أصل الدين (Amortization) ومدفوعات سعر الفائدة (Rate of Interest) المستحقة ضمن آجال يحددها الطرفان المتعاقدان على القرض.

4- المساعدات الخارجية (External Aids):

تعرف المساعدات الخارجية بأنها: تدفقات رؤوس الأموال التي تقدم بشروط ميسرة إلى الدول النامية، وخاصةً غير النفطية منها، والتي تعاني من صعوبات في تحقيق تراكمات رأسمالية كافية عن طريق تجارتها الخارجية نظراً للمشاكل العديدة التي تواجهها (سماره، 2013). ويقصد بالمساعدات الخارجية هنا المساعدات الإنمائية الرسمية (ODA)، وذلك على اعتبارها هي الوحيدة التي يتم قياسها وتوجد في الإحصائيات الرئيسية (وحيد، 2019).

كما عرفت المساعدات الخارجية على أنها: أحد مصادر العملات الصعبة، وهي عبارة عن مصادر وإيرادات حقيقية يتم تحويلها من الدول المانحة إلى الدول المتلقية للمساعدات، وتشمل على المنح والقروض الميسرة. كما عرفت المساعدات الخارجية على أنها: الهبات والمعونات الخارجية التي تقدمها الدول الغنية للدول الفقيرة، أو الدول التي تحتاج إلى مساعدة دولية مؤقتة مراعاةً لأوضاعها الإنسانية والأمنية والإقتصادية والإجتماعية (وشاح، 2017).

كما عرفت لجنة المساعدات التنموية التابعة لمنظمة التعاون الإقتصادي والتنمية (OECD) المساعدات الإنمائية الرسمية بأنها: التدفقات المالية والمساعدة التقنية والبضائع المقدمة من الحكومات الرسمية أو وكالاتها إلى الدول النامية أو لصالحها والتي تهدف إلى تعزيز التنمية الاقتصادية والرفاهية الاجتماعية كهدف رئيسي لها، وتكون تلك المساعدات على شكل منح أو قروض مدعومة، وفي حالة القرض فإنه يجب أن يكون ما لا يقل عن 25% من قيمة القرض عبارة عن منحة، وتشمل تلك المساعدات أيضاً برامج التنمية السياسية والإنسانية والإعفاء من الديون، هذا مع استثناء المنح والمساعدات المقدمة لأهداف غير تنموية مثل: المعونة العسكرية أو الأمنية والاستثمارات الأجنبية المباشرة وغيرها. ويوضح الشكل رقم (1) تطور حجم المساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية وذلك خلال الفترة الممتدة من عام 2000 ولغاية عام 2020.



المصدر: من إعداد الباحثون بالإعتماد على بيانات World Bank وبرنامج Excel.

الشكل رقم(1): تطور حجم المساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية خلال الفترة 2000-2020.

من خلال الشكل (1) يمكن أن نلاحظ بأن المساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية قد إزدادت وبشكلٍ ملحوظ خلال السنوات التي تلت الأزمة حيث أصبحت بآلاف ملايين الدولارات الأمريكية مقارنةً بما كانت عليه قبل الأزمة والتي كانت بمئات ملايين الدولارات الأمريكية، حيث ازداد صافي المساعدات الإنمائية الرسمية المقدمة إلى سورية من (160) مليون دولار أمريكي في عام 2000 إلى (204) مليون دولار أمريكي في عام 2009، واستمرت بالارتفاع لتصل إلى (1660) مليون دولار أمريكي في عام 2012، ولكن الملفت للنظر هو أن حجم هذه المساعدات تضاعف وبشكلٍ كبير ليصل إلى (4167) مليون دولار أمريكي في عام 2014، وإلى (8900) مليون دولار أمريكي في عام 2016، ليصل إلى(10005) مليون دولار أمريكي في عام 2020.

3.8- مفهوم النمو الاقتصادي وأنواعه:

يعرف النمو الاقتصادي بأنه: حدوث زيادة في إجمالي الناتج المحلي أو إجمالي الدخل القومي، الأمر الذي يؤدي إلى تحقيق زيادة في متوسط الدخل الفردي الحقيقي مع مرور الزمن. كما يعرف النمو الاقتصادي بأنه: زيادة كمية السلع والخدمات التي يحصل عليها الفرد من إنفاق دخله القومي (ابو شعبان، 2016).

كما يعرف النمو الاقتصادي بأنه: حدوث زيادة مستمرة في إجمالي الناتج المحلي أو إجمالي الناتج القومي، بما يحقق زيادة في متوسط نصيب الفرد من الدخل القومي الحقيقي (وحيد، 2019).

كما يعرف النمو الاقتصادي بأنه: حدوث زيادة مستمرة في متوسط الدخل الفردي الحقيقي مع مرور الزمن، أي أنه يشير لنصيب الفرد في المتوسط من الدخل الكلي للمجتمع (عبد الله، 2019).

من خلال التعاريف السابقة يمكننا أن نلاحظ بأن النمو الاقتصادي لا يعني مجرد حدوث زيادة في الدخل الكلي أو الناتج وإنما حدوث تحسن ملحوظ في مستوى معيشة الفرد متمثلاً في زيادة نصيبه من الدخل الكلي.

وهناك ثلاثة أنواع للنمو الاقتصادي وهي (عبد الله، 2019):

1- النمو الاقتصادي التلقائي: ويقصد به الزيادة المستمرة في الدخل القومي الحقيقي بمعدل يفوق معدل النمو السكاني في المجتمع، ويحدث هذا النوع من النمو نتيجة لتفاعل المتغيرات الاقتصادية في المجتمع بطريقة تلقائية دون الإعتماد على وضع الخطط الاقتصادية أو التخطيط القومي.

2- النمو الاقتصادي العابر: يحدث هذا النوع من النمو نتيجة لوجود أسباب طارئة (عادةً ما تكون عابرة) ويزول بزوالها، وهذا النوع من النمو لا يتميز بصفة الإستمرارية.

3- النمو الاقتصادي المخطط: يحدث هذا النوع من النمو نتيجة تدخل الدولة من خلال وضع إستراتيجية للتخطيط الاقتصادي، وبالتالي فإن فاعلية هذا النوع من النمو يرتبط ارتباطاً وثيقاً بواقع الخطط الاقتصادية ومرآحتها ومرونة السياسات الادارية والاقتصادية المتبعة، ويتميز هذا النوع من النمو بأنه ذاتي الحركة ويتصف بالإستمرارية.

9- النتائج والمناقشة:

1.9. إختبار جذر الوحدة:

بما أننا نستخدم سلاسل زمنية للتحليل، فإن الخطوة الأولى يجب أن تكون إختبار جذر الوحدة لهذه السلاسل من أجل تجنب الإنحدار الزائف الناتج عن السلاسل غير المستقرة (BROOKS,2008). وسيتم استخدام إختباري ديكي-فولر الموسع (ADF) وإختبار فيليبس بيرون (PP) للتحقق من استقرار السلاسل الزمنية، حيث يعتبر هذان الإختباران بناءً على العديد من الدراسات هما الأكثر شيوعاً. علماً بأن الفرض العدم والفرض البديل لهذين الإختبارين هما (BROOKS,2008):

H0: إن السلسلة تحوي على جذر وحدة، وبالتالي فهي غير مستقرة.

H1: إن السلسلة لا تحوي على جذر الوحدة، وبالتالي فهي مستقرة.

ويظهر الجدول رقم(2) نتائج إختبار (ADF) وإختبار(PP)، حيث يمكن أن نلاحظ من خلال النتائج التي تم التوصل إليها بأن قيمة (Prob.) لمتغيرات الدراسة والمحسوبة بواسطة الإختبارين السابقين هي أكبر من (0.05) وذلك عند المستوى (Level) مع ثابت واتجاه ومع ثابت فقط وبدون ثابت واتجاه، وبالتالي لا يمكن رفض الفرض العدم الذي ينص على أن السلسلة تحوي على جذر الوحدة، وبالتالي فهي غير مستقرة عند المستوى (Level). ولكن هذه المتغيرات تصبح مستقرة بعد أخذ الفرق الأول لها (1st)، حيث يمكن أن نلاحظ بأن قيمة (Prob.) لهذه المتغيرات أصبحت أصغر من (0.05) عند الفرق الأول مع ثابت واتجاه، وبالتالي سيتم رفض الفرض العدم وقبول الفرض البديل الذي ينص على أن السلسلة لا تحوي على جذر الوحدة، وبالتالي فهي مستقرة عند الفرق الأول (1st).

الجدول رقم (2): نتائج إختبار (ADF) وإختبار (PP) لمتغيرات البحث عند المستوى (level) وبعد أخذ الفرق الأول (1st)

| إختبار (ADF) | | | إختبار (PP) | | | | |
|--------------|---------------------|---------|-------------|---------|---------------------|--------|------------|
| AID | Prob. | النتيجة | AID | Prob. | النتيجة | | |
| (level) | Trend and intercept | 0.3487 | غير مستقرة | (level) | Trend and intercept | 0.3487 | غير مستقرة |
| | intercept | 0.9337 | غير مستقرة | | intercept | 0.9352 | غير مستقرة |
| | none | 0.9927 | غير مستقرة | | none | 0.9948 | غير مستقرة |
| (1st) | Trend and intercept | 0.0207 | مستقرة | (1st) | Trend and intercept | 0.0211 | مستقرة |
| | intercept | - | - | | intercept | - | - |
| | none | - | - | | none | - | - |
| GDP | | Prob. | النتيجة | GDP | | Prob. | النتيجة |
| (level) | Trend and intercept | 0.2306 | غير مستقرة | (level) | Trend and intercept | 0.2185 | غير مستقرة |
| | intercept | 0.8698 | غير مستقرة | | intercept | 0.8930 | غير مستقرة |
| | none | 0.9572 | غير مستقرة | | none | 0.9792 | غير مستقرة |
| (1st) | Trend and intercept | 0.0097 | مستقرة | (1st) | Trend and intercept | 0.0077 | مستقرة |
| | intercept | - | - | | intercept | - | - |
| | none | - | - | | none | - | - |

المصدر: من إعداد الباحثون بالإعتماد على مخرجات برنامج EViews 10.

2.9. إختبار الفرضيات:

2.9.1 - إختبار Johansen للتكامل المشترك (Johansen Cointegration Test):

أحد شروط تطبيق إختبار Johansen للتكامل المشترك، هو أن تكون السلاسل الزمنية للمتغيرات مستقرة بعد أخذ الفرق الأول للمتغيرات (1st difference)، وعندها يقال بأن السلاسل الزمنية للمتغيرات هي متكاملة من الدرجة الأولى (I₁ process)، وبما أن متغيرات الدراسة مستقرة عند الفرق الأول (1st) فإنه يمكن إختبار وجود تكامل مشترك بين متغيرات الدراسة باستخدام إختبار Johansen. ويعرض الجدول رقم (3) نتائج إختبار Johansen للتكامل المشترك، حيث يمكن أن نلاحظ من خلال نتائج إختبار الأثر ونتائج إختبار القيم الذاتية الأكبر بأنه لا توجد أية علاقة تكامل مشترك بين المساعدات الإنمائية الرسمية والنمو الإقتصادي في سورية خلال الفترة

(2000-2020)، أي أن هذه المتغيرات لا تتحرك معاً على الأجل الطويل. وبناءً عليه فإننا سنقبل الفرضية الأولى (H1) والتي تنص على أنه لا توجد علاقة طويلة الأجل بين المساعدات الإنمائية الرسمية والنمو الإقتصادي في سورية خلال الفترة 2000-2020. الجدول رقم(3): نتائج اختبار Johansen للتكامل المشترك¹

Date: 08/22/22 Time: 09:48
 Sample (adjusted): 2003 2020
 Included observations: 18 after adjustments
 Trend assumption: Linear deterministic trend
 Series: GDP AID
 Lags interval (in first differences): 1 to 2

Unrestricted Cointegration Rank Test (Trace)

| Hypothesized No. of CE(s) | Eigenvalue | Trace Statistic | 0.05 Critical Value | Prob.** |
|------------------------------|------------|--------------------|------------------------|---------|
| None | 0.353060 | 7.839232 | 15.49471 | 0.4827 |
| At most 1 | 1.05E-05 | 0.000190 | 3.841466 | 0.9908 |

Trace test indicates no cointegration at the 0.05 level

* denotes rejection of the hypothesis at the 0.05 level

**MacKinnon-Haug-Michelis (1999) p-values

Unrestricted Cointegration Rank Test (Maximum Eigenvalue)

| Hypothesized No. of CE(s) | Eigenvalue | Max-Eigen Statistic | 0.05 Critical Value | Prob.** |
|------------------------------|------------|------------------------|------------------------|---------|
| None | 0.353060 | 7.839042 | 14.26460 | 0.3953 |
| At most 1 | 1.05E-05 | 0.000190 | 3.841466 | 0.9908 |

Max-eigenvalue test indicates no cointegration at the 0.05 level

* denotes rejection of the hypothesis at the 0.05 level

**MacKinnon-Haug-Michelis (1999) p-values المصدر: مخرجات برنامج EViews 10.

2.2.9- اختبار سببية كرانجر القياسي (Granger Causality Tests):

لإختبار العلاقة قصيرة الأجل بين المساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية والنمو الإقتصادي خلال الفترة 2000-2020، قمنا بتطبيق اختبار سببية كرانجر

¹ تم تحديد عدد فترات الإبطاء (lags) المناسبة والمساوية لـ (2)، وذلك بالاعتماد على نموذج VAR.

أثر المساعدات الإنمائية الرسمية المقدمة إلى سورية في النمو الإقتصادي خلال الفترة 2000-2020

القياسي. حيث يعرض الجدول رقم (4) نتائج هذا الإختبار حيث يمكن أن نلاحظ، وفيما يتعلق بسببية العلاقة قصيرة الأجل بين AID و GDP، بأن قيمة (Prob.) للفرضية العدم التي تنص على أن AID لا تسبب GDP في الأجل القصير تساوي (0.1470) وهي أكبر من 5% وبالتالي فإننا لن نتمكن من رفض الفرضية العدم التي تنص على أن AID لا تسبب GDP في الأجل القصير. كما يمكن أن نلاحظ بأن قيمة (Prob.)، للفرضية العدم التي تنص على أن GDP لا تسبب AID في الأجل القصير تساوي (0.6819) وهي أكبر من 5% وبالتالي فإننا لن نتمكن من رفض الفرضية العدم التي تنص على أن GDP لا تسبب AID في الأجل القصير. وبناءً عليه فإننا سنقبل الفرضية الثانية (H2) والتي تنص على أنه لا توجد علاقة قصيرة الأجل بين المساعدات الإنمائية الرسمية والنمو الإقتصادي في سورية خلال الفترة 2000-2020.

الجدول رقم(4): نتائج اختبار سببية كرانجر القياسي

| Pairwise Granger Causality Tests | | | |
|----------------------------------|-----|-------------|--------|
| Date: 08/22/22 Time: 12:36 | | | |
| Sample: 2000 2020 | | | |
| Lags: 2 | | | |
| Null Hypothesis: | Obs | F-Statistic | Prob. |
| AID does not Granger Cause GDP | 19 | 2.20603 | 0.1470 |
| GDP does not Granger Cause AID | | 0.39346 | 0.6819 |

المصدر: مخرجات برنامج EViews 10.

وبناءً على النتائج التي تم التوصل إليها من خلال إختبار Johansen للتكامل المشترك وإختبار سببية كرانجر القياسي، والتي أشارت إلى عدم وجود علاقة طويلة أو قصيرة الأجل بين المساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية والنمو الإقتصادي

خلال الفترة الممتدة من عام 2000 ولغاية عام 2020، فإن الباحثون توصلوا¹ إلى أن المساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية ليس لها أي أثر في النمو الإقتصادي خلال الفترة 2000-2020، وبحسب رأي الباحثون فإن عدم وجود أي علاقة (طويلة أو قصيرة الأجل)، وعدم وجود أي أثر للمساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية في النمو الإقتصادي خلال الفترة المدروسة يعود إلى استخدام معظم أموال هذه المساعدات في تأمين السلع الإستهلاكية والإغاثية، وخاصةً بعد الأزمة التي تعرضت لها سورية في مطلع عام 2011 بالإضافة إلى العقوبات الإقتصادية المتتالية التي فرضت عليها والتي أثرت وبشكلٍ سلبي على الواقع الإقتصادي والاستثماري والمعيشي في سورية، وعدم توجيه هذه المساعدات نحو دعم قطاع البنى التحتية والمشاريع الإنتاجية التي تساهم في زيادة الإنتاج وبالتالي الدخل مما ينعكس إيجابياً على النمو الإقتصادي في سورية. وبناءً عليه فإننا سنرفض الفرضية الثالثة (H3) والتي تنص على أنه يوجد أثر قوي وذو دلالة إحصائية للمساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية في النمو الإقتصادي خلال الفترة 2000-2020.

¹ لم يقم الباحثون باستخدام أي إختبار لقياس أثر المساعدات الإنمائية الرسمية التي حصلت عليها سورية في النمو الإقتصادي خلال الفترة 2000-2020، وذلك على إعتبار أن عدم وجود أي علاقة طويلة أو قصيرة الأجل بين متغيرين يشير ضمناً إلى عدم وجود أي أثر لأحد هذين المتغيرين في الآخر.

10- الاستنتاجات والتوصيات:

❖ الاستنتاجات:

- 1- لا توجد علاقة طويلة الأجل بين المساعدات الإنمائية الرسمية والنمو الإقتصادي في سورية خلال الفترة 2000-2020.
- 2- لا توجد علاقة قصيرة الأجل بين المساعدات الإنمائية الرسمية والنمو الإقتصادي في سورية خلال الفترة 2000-2020.
- 3- لا يوجد أثر للمساعدات الإنمائية الرسمية في النمو الإقتصادي في سورية خلال الفترة 2000-2020. وهذا يعود، وبحسب رأي الباحثون، إلى إستخدام معظم أموال هذه المساعدات في تأمين السلع الإستهلاكية والإغاثية، وعدم توجيه هذه المساعدات نحو دعم قطاع البنى التحتية والمشاريع والإستثمارات الإنتاجية التي تساهم في زيادة الإنتاج وبالتالي الدخل مما ينعكس إيجابياً على النمو الإقتصادي في سورية.

❖ التوصيات:

يوصي الباحثون، وعلى ضوء النتائج التي تم التوصل إليها من خلال هذا البحث، على ضرورة استغلال المساعدات التي تحصل عليها سورية بالشكل الأمثل، وذلك من خلال توجيه جزء من هذه المساعدات نحو دعم المشاريع والإستثمارات الإنتاجية التي تخدم عملية النمو الإقتصادي والإجتماعي، مما يؤدي بالنتيجة إلى انعاش الاقتصاد السوري وتحريك عجلة الإنتاج فيه وبالتالي منح الاقتصاد السوري طاقة تمويلية كبيرة من شأنها تقليل الإعتماد على مصادر التمويل الخارجي في المستقبل. كما يوصي الباحثون على ضرورة توجيه جزء من هذه المساعدات نحو دعم البنى التحتية، وذلك لترميم ما خلفته الحرب التي شنت على سورية في مطلع عام 2011، مما يهيئ الأرضية المناسبة لجذب الإستثمارات الأجنبية نحو سورية في المستقبل، وخاصةً أن سورية مقبلة على مرحلة جديدة وهي مرحلة إعادة الإعمار، الأمر الذي يؤدي بدوره إلى دعم النمو الإقتصادي في

سورية. كما يوصي الباحثون على ضرورة وضع نظام لتحليل ودراسة وتقييم المساعدات الإنمائية التي تحصل عليها سورية، وذلك من خلال تشكيل مؤسسة مالية وطنية قادرة على متابعة تطور هذه المساعدات وآثارها ونتائجها والأهداف المتحققة من خلال توظيف هذه المساعدات، بالإضافة إلى إجراء تقييم دوري حول فاعلية هذه المساعدات لتحديد العقبات التي تحول دون الإستخدام والاستغلال الأمثل لهذه المساعدات.

11- المراجع :

❖ المراجع العربية:

- ابراهيم، فادي (2020). التمويل المقدم من منظمات التمويل العربية والاسلامية إلى سورية وآثاره الاقتصادية. رسالة أعدت لنيل درجة الماجستير في اختصاص التمويل الدولي. قسم العلوم المالية والمصرفية، كلية الإقتصاد، جامعة تشرين: سورية.
- ابو شعبان، همام (2016). أثر التمويل الخارجي على النمو الاقتصادي "دراسة تطبيقية لدول عربية". قدم هذا البحث استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير. قسم اقتصاديات التنمية، كلية التجارة، الجامعة الاسلامية-غزة: فلسطين.
- بركات، مراد; بكرتي، لخضر (2021). المساعدات الإنمائية الرسمية وأثرها على النمو الاقتصادي في سيرلانكا (دراسة قياسية خلال الفترة 1960-2019). مجلة العلوم الإنسانية لجامعة أم البواقي. 2، 845-862.
- بعداش، عبد الكريم (2008). الاستثمار الأجنبي المباشر وآثاره على الاقتصاد الجزائري خلال الفترة 1996-2005. رسالة دكتوراه في العلوم الاقتصادية. قسم النقود والمالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر: الجزائر.
- حدانة، أسماء (2018). الاستثمار الحقيقي خارج قطاع المحروقات في الجزائر والتنمية المستدامة. أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في العلوم الاقتصادية. قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر: الجزائر.
- الحسني، عرفان (2002). التمويل الدولي. الأردن: دار مجدلاوي للنشر والتوزيع.
- سماره، نادر (2013). المساعدات الخارجية وآثارها على النمو الاقتصادي الفلسطيني. رسالة أعدت لنيل درجة الماجستير في الاقتصاد. قسم الاقتصاد، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر: فلسطين.
- صادق، عمر (2010). دور المساعدات الدولية في تحقيق التنمية الاقتصادية في الدول النامية دراسة حالة مصر والأردن. رسالة أعدت لنيل درجة الماجستير في

الاقتصاد. قسم الاقتصاد والعلاقات الاقتصادية الدولية، كلية الاقتصاد، جامعة حلب: سورية.

- عبد الله، محمد (2019). **محددات النمو الاقتصادي في السودان وفق مؤشرات التنمية المستدامة (1992-2016)**. قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاقتصاد التطبيقي (القياسي). قسم الاقتصاد التطبيقي، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا: السودان.

- العمار، رضوان (2013). **اقتصاديات المالية العامة**. سورية : مديرية الكتب والمطبوعات في جامعة تشرين.

- عبادي، ميساء (2001). **القروض الاجنبية ودورها في التنمية الاقتصادية المحلية**. قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في ادارة السياسة الاقتصادية، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية: فلسطين.

- مساعدة، مصطفى; الزعبي، بشير (2020). **أثر هيكل المساعدات الخارجية على النمو الاقتصادي في الأردن "1975-2014"**. المجلة الأردنية للعلوم الاقتصادية. 1، 17-1.

- مصيطفى، عبد اللطيف (2008). **تمويل التنمية في بلدان العالم الثالث بين اقتصاديات الاستدانة واقتصاديات الأسواق المالية دراسة مقارنة بين الجزائر ومصر**. أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية. نقود ومالية، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر: الجزائر.

- المساعدات التنموية المقدمة من دولة قطر (2005). قطر: مجلس التخطيط.

- وحيد، نمديل (2019). **أثر التمويل الدولي على التنمية الاقتصادية في الدول النامية في ظل العولمة الاقتصادية حالة الجزائر وتونس ومصر**. أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية. قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة: الجزائر.

- وشاح، باسم (2017). **أثر المنح والمساعدات في الناتج المحلي الاجمالي الفلسطيني خلال الفترة 1994-2013**. المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية. 2، 529-563.

❖ المواقع الإلكترونية:

- الموقع الرسمي لمنظمة التعاون الإقتصادي والتنمية (OECD):
(/https://www.oecd.org)

- الموقع الرسمي لقاعدة بيانات البنك الدولي على الرابط التالي:
(/https://databank.worldbank.org)

❖ المراجع الأجنبية:

- BROOKS, Chris(2008). **Introductory Econometrics for Finance**. United States of America: Cambridge University Press, New York.

- Hussain, Shahadat; Rahman, Habibur (2022). *are foreign aid and economic growth positively related? empirical evidence from Bangladesh*. Bangladesh Journal of Multidisciplinary Scientific Research. 1, 1-11.

- Nguyen, Cung Huu (2020). *The Impact of Foreign Direct Investment, Aid and Exports on Economic Growth in Vietnam*. Journal of Asian Finance, Economics and Business. **Vol 7**, 581-589.

- Pradhan, Christina; Phuyal, Ram (2020). *Impact of Foreign Aid on Economic Growth of Nepal: An Empirical Evidence*. International Journal of Finance and Banking Research. **Vol 6**, 44-50.

متطلبات الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها على رضا الزبائن دراسة ميدانية على زبائن المصارف في محافظة طرطوس

د. رشا إبراهيم سعيد *

□ ملخص □

هدفت هذه الدراسة إلى قياس مستوى متطلبات الخدمات المصرفية الإلكترونية، وأثرها على رضا زبائن المصارف في محافظة طرطوس. تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وتم توزيع (600) استمارة استبيان على عينة قصدية من زبائن ستة مصارف في محافظة طرطوس، وكانت أبرز النتائج التي تم التوصل إليها:

1- إن مستوى متطلبات الخدمات المصرفية الإلكترونية ما يزال دون المستوى المرتفع بالنسبة للزبائن التي تستخدم الخدمات المصرفية الإلكترونية في محافظة طرطوس.

2- لا يوجد تأثير معنوي للمتطلبات التشريعية والقانونية على رضا الزبائن التي تستخدم الخدمات المصرفية الإلكترونية في محافظة طرطوس.

3- يوجد تأثير معنوي لمتطلبات البنى التحتية والتكنولوجية، متطلبات الزبائن الشخصية، المتطلبات الادارية والتنظيمية، ومتطلبات جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على التوالي على رضا الزبائن التي تستخدم الخدمات المصرفية الإلكترونية في محافظة طرطوس.

كلمات مفتاحية: الخدمات المصرفية الإلكترونية، رضا الزبائن، متطلبات الخدمات المصرفية الإلكترونية، المصارف السورية.

* دكتوراه في إدارة الأعمال، قسم إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد، جامعة طرطوس، سورية
E-mail: rasha.ib.saeed@gmail.com

Electronic banking services requirements and their impact on customer satisfaction

A field study on the customers of banks in Tartous Governorate

Dr. Rasha Ibrahim Saeed*

□ Abstract □

This Study Aimed To Measure The Level Of Requirements For Electronic Banking Services, And Their Impact On Customers Satisfaction Of Banks In Tartous Governorate. The Analytical Descriptive Approach Was Relied Upon, And (600) Questionnaires Were Distributed To An Intentional Sample Of The Customers Of Six Banks In Tartous Governorate, And The Most Results Were:

1. The Level Of Requirements For Electronic Banking Services Is Still Below The High Level For Customers Who Use Electronic Banking Services In Tartous Governorate.
2. There Is No Significant Effect Of Legislative And Legal Requirements On Customer Satisfaction That Uses Electronic Banking Services In Tartous Governorate.

There Is A Significant Effect Of Infrastructure And Technology Requirements, Personal Customer Requirements, Administrative And Organizational Requirements, And Quality Requirements Of Electronic Banking Services, Respectively, On Customers Satisfaction Of Customers That Use Electronic Banking Services In Tartous Governorate.

Keywords: Electronic Banking Services, Customer Satisfaction, Requirements Of Electronic Banking Services, Syrian Banks.

* Doctor in Business Administration, Department of Business Administration,
Faculty of Economics, Tartous University, Syria .
E-mail: rasha.ib.saeed@gmail.com

(1) مقدمة

تعمل سورية حالياً على تطوير البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات وتسعى للتحول الرقمي، إلا أن نسبة كبيرة من زبائن المصارف ليست على دراية كاملة وكافية بالنظام المصرفي الإلكتروني ومتطلبات عمله، وخدماته المقدمة.

تعد الخدمات المصرفية الإلكترونية تحدياً كبيراً في سياق الاقتصاد السوري، وهي تعد أداة لتقديم خدمات مصرفية عالية الجودة يسهل الوصول إليها بأقصر وقت ممكن، وبالرغم من إمكانات هذه الخدمات المصرفية وفوائدها إلا أن الاعتماد في نجاحها يقوم على الانترنت. وهنا لا بد من الإشارة إلى الفجوة المتعلقة بالعوامل المؤثرة على استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية من قبل الزبائن بما يحقق لهم الفائدة، والسرية، والأمان، والسرعة في إنجاز المعاملات.

تأتي هذه الدراسة لتسلط الضوء على متطلبات الخدمات المصرفية الإلكترونية، وأثرها على رضا الزبائن التي تستخدم الخدمات المصرفية الإلكترونية في محافظة طرطوس.

(2) مشكلة البحث وأهميته :

إن تعزيز القدرة التنافسية للمصارف السورية يتطلب امتلاك هذه المصارف لمنظومة إلكترونية متكاملة من الخدمات المصرفية التقليدية وغير التقليدية، ومواكبة التطورات المصرفية العالمية السريعة، إلا أنه نتيجة سوء التسويق للخدمات المصرفية، وعدم التواصل الصحيح بين الموظف والزبون، والمعاناة لدى المصارف السورية في مشاكل الإدارة وضعف الكوادر [8]، ولكون العلاقة الإلكترونية أحد الأشكال الإيجابية الفعالة التي يمكن أن تتبناها إدارات المصارف الخاصة من أجل بناء علاقات قوية وطويلة الأجل وبتكاليف منخفضة نسبياً مع الزبون المصرفي [3]، ونتيجة للخسائر الغير مباشرة التي تتكبدها المصارف الإسلامية نتيجة عدم خلق فرص استثمارية جديدة خلال الظروف الراهنة وحاجتها لخلق منتجات مصرفية خاصة بالظروف الاستثنائية للاقتصاد السوري لبقا لأي خسائر محتملة (العمار، صوفان، 2015، ص343) [4]، ونتيجة لتبني غالبية المصارف العاملة في سورية تقديم الخدمات المصرفية

الإلكترونية، وانضمامها حديثاً إلى منظومة الدفع الإلكتروني السورية، **تحدد مشكلة البحث في التساؤلات التالية:**

- 1- ما هو مستوى توافر متطلبات الخدمات المصرفية الإلكترونية بالنسبة لزبائن المصارف في محافظة طرطوس.
- 2- هل يوجد تأثير معنوي لمتطلبات الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن التي تستخدم الخدمات المصرفية الإلكترونية في محافظة طرطوس .
وتحدد أهمية البحث فيما يلي:

- الأهمية النظرية من خلال تحديد متطلبات الخدمات المصرفية الإلكترونية التي تؤثر على سلوك الزبائن ونواياهم في استخدام هذه الخدمات، ومساعدة الخبراء المصرفيون ومطورو الأنظمة المصرفية وكبار مسؤولي المصارف ومقدمي الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحسين وتطوير البنى المتكاملة لتقديم الخدمات المصرفية الإلكترونية بشكل يرضي الزبائن ويزيد من إقبالهم على المنتجات المصرفية.
- الأهمية العملية في تحديد مستوى توافر متطلبات الخدمات المصرفية الإلكترونية وقياس وتحليل أثرها على رضا الزبائن التي تستخدم الخدمات المصرفية الإلكترونية في محافظة طرطوس.

(3) أهداف البحث:

يهدف البحث إلى:

1. قياس مستوى توافر متطلبات الخدمات المصرفية الإلكترونية بالنسبة لزبائن المصارف في محافظة طرطوس.
2. قياس وتحليل أثر متطلبات الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن التي تستخدم الخدمات المصرفية الإلكترونية في محافظة طرطوس.

4) فرضيات البحث وحدوده :

ينطلق البحث من الفرضيات التالية :

- H-1 :** الفرضية الرئيسة الأولى: يوجد مستوى مناسب من متطلبات الخدمات المصرفية الالكترونية بالنسبة لزبائن المصارف في محافظة طرطوس. ويتفرع عنها:
- H-1-1: يوجد مستوى مناسب من المتطلبات التشريعية والقانونية بالنسبة لزبائن المصارف في محافظة طرطوس.
- H-1-2: يوجد مستوى مناسب من متطلبات البنى التحتية والتكنولوجية بالنسبة لزبائن المصارف في محافظة طرطوس.
- H-1-3: يوجد مستوى مناسب من المتطلبات الإدارية والتنظيمية بالنسبة لزبائن المصارف في محافظة طرطوس.
- H-1-4: يوجد مستوى مناسب من متطلبات جودة الخدمات المصرفية الالكترونية بالنسبة لزبائن المصارف في محافظة طرطوس .
- H-1-5 : يوجد مستوى مناسب من متطلبات الزبائن الشخصية بالنسبة لزبائن المصارف في محافظة طرطوس.
- H-2:** الفرضية الرئيسة الثانية : لا يوجد أثر معنوي لمتطلبات الخدمات الالكترونية على رضا الزبائن التي تستخدم الخدمات المصرفية الالكترونية في محافظة طرطوس. ويتفرع عنها:
- H-2-1 : لا يوجد أثر معنوي للمتطلبات التشريعية والقانونية على رضا الزبائن التي تستخدم الخدمات المصرفية الالكترونية في محافظة طرطوس.
- H-2-2 : لا يوجد أثر معنوي لمتطلبات البنى التحتية والتكنولوجية على رضا الزبائن التي تستخدم الخدمات المصرفية الالكترونية في محافظة طرطوس.
- H-2-3 : لا يوجد أثر معنوي للمتطلبات الإدارية والتنظيمية على رضا الزبائن التي تستخدم الخدمات المصرفية الالكترونية في محافظة طرطوس.
- H-2-4 : لا يوجد أثر معنوي لمتطلبات جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن التي تستخدم الخدمات المصرفية الالكترونية في محافظة طرطوس.

H-2-5 : لا يوجد أثر معنوي لمتطلبات الزبائن الشخصية على رضا الزبائن التي
تستخدم الخدمات المصرفية الإلكترونية في محافظة طرطوس.

وتحدد حدود البحث ومحدداته بما يلي :

1. الحدود المكانية: المصارف العاملة في محافظة طرطوس.
2. الحدود الزمانية: أجريت هذه الدراسة خلال العام 2022.
3. الحدود العلمية: اقتصر البحث على المتغيرات المستقلة (المتطلبات التشريعية
وقانونية، متطلبات البنى التحتية والتكنولوجية، ، متطلبات إدارية وتنظيمية،
متطلبات جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية، متطلبات الزبائن الشخصية)،
والمتغير التابع (رضا الزبائن).
4. محددات البحث : تتحدد في صعوبة الالتقاء مع عينة البحث واقناعهم بتعبئة
استمارة الاستبيان، وفي قبول المستجيبين بتعبئة الاستمارة التي وزعت إلكترونياً
عبر وسائل التواصل الاجتماعي، حيث امتدت فترة توزيع الاستبانة على مدى
(5) أشهر متواصلة.

(5) الدراسات السابقة:

1- دراسة (Ibrahim,2022) [16]

Relationship Between Electronic Banking Services And Customer Satisfactions In The Iraqi Banking Sector: A Sample Of Private Banks In The Duhok City

(العلاقة بين الخدمات المصرفية الإلكترونية ورضا العملاء في القطاع

المصرفي العراقي، عينة من البنوك الخاصة في مدينة دهوك)

هدفت الدراسة إلى تحديد العلاقة بين الخدمات المصرفية الإلكترونية ورضا عملاء
ثلاثة بنوك في مدينة دهوك بالعراق، بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وتم
توزيع (100) استبانة على العملاء، وخلصت الدراسة إلى استنتاجات أبرزها: يوجد
ارتباط رئيسي قوي بين الخدمات المصرفية الإلكترونية ورضا العملاء، وخاصة في
أوقات الأزمات.

2- دراسة (Riduwan et al.,2022) [22]

**Islamic Bank Customer Satisfaction And Services During
The COVID-19 Pandemic****(رضا عملاء البنك الاسلامي وخدماته خلال جائحة covid-19)**

هدفت الدراسة إلى تحليل رضا العملاء تجاه خدمات البنوك الإسلامية خلال جائحة covid-19 ، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم توزيع استبانة على 308 مفردة ضمت مدراء واداريين وعملاء المصارف الاسلامية في اندونيسيا بشكل قصدي، وتوصلت الدراسة إلى استنتاجات أبرزها : يشعر العملاء بالسعادة للخدمات التي تقدمها المصارف الاسلامية خلال جائحة covid-19، وتتمتع المصارف الاسلامية في اندونيسيا بمستوى عال من الولاء، وتوجد علاقة ارتباط قوية بين الخدمات المصرفية الاسلامية وولاء العملاء ، وإن الامتثال لأحكام الشريعة الاسلامية يؤثر على زيادة ثقة العملاء في البنوك الاسلامية.

3- دراسة (قاسم، السكري، ماء البارد، 2022) [6]

متطلبات نجاح الخدمات المصرفية الالكترونية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية.
هدفت الدراسة إلى تقييم مدى توافر متطلبات الخدمات المصرفية الإلكترونية في المصارف الخاصة السورية ودور توافرها في تحقيق الميزة التنافسية لهذه المصارف والتي تجعل العملاء يفضلونها عن المصارف العامة. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي واشتمل مجتمع البحث على العاملين في المصارف الخاصة التجارية السورية وتم توزيع 280 استبانة على عينة قصدية من العاملين في هذه البنوك من مستويات الادارة العليا والوسطى، وخلصت الدراسة الى استنتاجات أبرزها: تتوافر متطلبات نجاح الخدمات المصرفية الالكترونية في المصارف محل الدراسة بشكل جيد، وتحقق المصارف ميزة تنافسية جيدة، وتوجد علاقة طردية جيدة بين توافر متطلبات نجاح الخدمات المصرفية الالكترونية وبين تحقيق الميزة التنافسية، وتوجد فروق جوهرية بين متطلبات نجاح الخدمات المصرفية الالكترونية المتوافرة في

المصارف محل الدراسة وبين المتطلبات الواجب توافرها مقارنة بالمتوسط الحسابي
لمقياس لكرت الخماسي.

4- دراسة (Rawwash et al.,2020) [21]

Factors Affecting Jordanian Electronic Banking Services

(العوامل المؤثرة في الخدمات المصرفية الإلكترونية الأردنية)

هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة على استخدام الخدمات المصرفية
الإلكترونية التي تقدمها البنوك الأردنية وشملت هذه العوامل: الفائدة المتوقعة وسهولة
الاستخدام والثقة والخصوصية والأمان والراحة، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي
التحليلي (دراسة ميدانية)، وضم مجتمع البحث العاملين في مستشفى الملك عبد الله
الجامعي ممن لديهم حسابات مصرفية في بنوك أردنية مختلفة، تم توزيع 300 استبانة
على عينة عشوائية بسيطة، وكانت أبرز النتائج: إن الفائدة المتوقعة وسهولة الاستخدام
والثقة والخصوصية تؤثر بشكل إيجابي على استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية،
أما الراحة فليس لها أثر معنوي على اعتماد هذه الخدمات، الفائدة المتوقعة والمعلومات
حول الخدمات المصرفية الإلكترونية هي عوامل رئيسية تؤثر على تبني الخدمات
المصرفية الإلكترونية.

5- دراسة (Asiyanbi, Ishola, 2018) [14]

E-Banking Services Impact And Customer Satisfaction In Selected Bank Branches In Ibadan Metropolis, Oyo State, Nigeria

(الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها على رضا الزبائن في فروع مختارة من

مدينة ابادان، ولاية أويو، نيجيريا)

هدفت الدراسة إلى قياس أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا العملاء في
البنوك المختارة في ستة مناطق تجارية من مدينة ابادان في نيجيريا، اعتمدت
الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي بأسلوب المسح وتم توزيع 100 استبانة على
عينة عشوائية بسيطة من عملاء البنوك، وأبرز النتائج كانت: ارتفاع استخدام
المنتجات المصرفية الإلكترونية (جهاز الصراف الآلي) ، والخدمات المصرفية عبر

الانترنت، وكانت أبرز المعوقات تعطل شبكة الانترنت، الاحتيايل المصرفي، خسارة الاعمال نتيجة فشل المعاملات الالكترونية، وكان العملاء راضين عن الخدمات المصرفية الالكترونية لطبيعتها غير النقدية، وامكانية الوصول إلى النقد وتوفير الوقت في زيارات المصرف واجراء المعاملات، وضرورة زيادة الاستثمار في البنية التحتية للخدمات المصرفية الالكترونية لتعزيز هذه الخدمات.

6- دراسة (سعد الباهي، 2016) [1]

أثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية على رضا الزبائن دراسة ميدانية على البنك الاسلامي الاردني في عمان - الأردن.

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية بأبعادها (سهولة الاستخدام، توفير الوقت، السرية، الأمان) على رضا الزبائن، واشتمل مجتمع البحث على زبائن البنك محل الدراسة وتم توزيع 340 استبانة على عينة عشوائية بسيطة، وخلصت الدراسة الى استنتاجات أبرزها: يوجد مستوى مرتفع من جودة الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة من البنك محل الدراسة من وجهة نظر عينة الدراسة، يوجد اثر ذو دلالة احصائية لجودة الخدمات المصرفية الالكترونية (سهولة الاستخدام ، توفير الوقت ، السرية، الأمان) على رضا الزبائن، يوجد اثر ذو دلالة احصائية لأبعاد جودة الخدمات المصرفية الالكترونية (سهولة الاستخدام ، توفير الوقت ، السرية، الأمان) كل على حدى على رضا الزبائن.

7- دراسة (عمران، موراد، 2016) [5]

أثر الخدمات المصرفية الالكترونية على تحسين جودة الخدمات بالمصارف دراسة حالة الوكالات العمومية والخاصة بولاية البلدية.

هدفت الدراسة إلى تحديد واقع الخدمات المصرفية الالكترونية في الجزائر وقياس جودة الخدمات بوكالة المصارف العمومية والخاصة العاملة بمدينة البلدية ، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي بأسلوب دراسة الحالة وضم مجتمع البحث عملاء المصارف التجارية العاملة في مدينة البلدية وعددها 4 مصارف وتم توزيع 250 استبانة على عينة عشوائية بسطة من عملاء هذه المصارف، وخلصت الدراسة الى استنتاجات

أبرزها: تتأثر جودة الخدمات المصرفية (الملموسية ، الاستجابة، الاعتمادية، الثقة والامان، التعاطف والاتصال) بمستوى الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة، ويوجد تأثير ذو دلالة احصائية لتطبيق الخدمات المصرفية الالكترونية في تحسين جودة الخدمات المصرفية.

8- دراسة (محمود، أسعد، 2015) [10]

دراسة واقع الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة في المصارف الخاصة في محافظة اللاذقية من وجهة نظر العاملين فيها.

هدفت الدراسة إلى دراسة واقع الخدمات الالكترونية المصرفية المقدمة في المصارف الخاصة في محافظة اللاذقية، وبيان درجة قبول العاملين في المصارف الخاصة عن الخدمات الالكترونية المقدمة في هذه المصارف، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وضم مجتمع الدراسة على العاملين في البنوك والمصارف الخاصة في محافظة اللاذقية ويبلغ عددها 5 مصارف، وتم توزيع 45 استبانة على العاملين من مختلف الاقسام، وخلصت الدراسة إلى استنتاجات أبرزها: عدم توافر جودة للخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة في المصارف الخاصة في منطقة الدراسة وفقاً للأبعاد (الجودة، الشمولية، الصعوبات، الرضا) من وجهة نظر العاملين في المصارف الخاصة.

9- دراسة (هرمز، قاسم، سلمان، 2015) [12]

دور الخدمات المصرفية الالكترونية في زيادة مستوى رضا العملاء (دراسة ميدانية على المصرف التجاري السوري - فرع اللاذقية).

هدفت الدراسة إلى معرفة مستوى جودة الخدمات الالكترونية المقدمة من قبل المصرف التجاري السوري لعملائه ومعرفة درجة رضا العملاء عن هذه الخدمات ومدى الاهمية التي يوليها المصرف محل الدراسة لمفهوم رضا العملاء، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي (دراسة ميدانية) وشمل مجتمع البحث عملاء المصرف التجاري السوري بفروعه الخمسة في محافظة اللاذقية، وتم الاعتماد على عينة عشوائية بسيطة وتم توزيع 250 استبانة لعملاء المصرف وفروعه، وخلصت الدراسة الى استنتاجات

أبرزها: وجود مشكلات في مجال أمن الشبكة الالكترونية، وعدم تغطية الخدمات المصرفية الالكترونية خاصة فيما يتعلق بخدمة الصراف الالي للمناطق الجغرافية المختلفة في محافظة اللاذقية، توجد حاجة ماسة لإصدار تشريعات وقوانين ملزمة لحماية العملاء والحد من الاحتيال الالكتروني، الاعتماد على الاسلوب التقليدي في تقديم اغلب الخدمات المصرفية دون مراعاة التطورات العالمية بسبب ضعف البنى التحتية، عدم رضى العملاء عن الخدمات الالكترونية المصرفية المقدمة من المصرف محل الدراسة.

مقارنة الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة:

تشابه الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في أنها تطرقت لموضوع الخدمات المصرفية الالكترونية وأهميتها في عصرنا الراهن والمستقبلي وأهمية توفير متطلبات نجاحها، وتختلف هذه الدراسة عن غيرها في:

- ربطها بين ضرورة توفر المتطلبات الاساسية لنجاح الخدمات المصرفية الالكترونية مع رضا الزبائن التي تستخدم الخدمات المصرفية الالكترونية في محافظة طرطوس.
- التركيز على تجربة المصارف العاملة في محافظة طرطوس في ظل الظروف والازمات الاقتصادية التي تعاني منها البلاد منذ عام 2011 وحتى وقتنا الحالي التي تعاني فيه المصارف من عدم القدرة على توفير الخدمات المصرفية الالكترونية للزبائن بالشكل الامثل.
- تمت الدراسة الحالية في ستة مصارف عاملة في محافظة طرطوس السورية، بينما تمت أغلب الدراسات السابقة في اللاذقية والأردن واندونيسيا وفلسطين ونيجيريا والجزائر.
- ركزت الدراسة الحالية على قياس مستوى متطلبات الخدمات المصرفية الإلكترونية بالنسبة لزبائن المصارف العاملة في محافظة طرطوس.
- ركزت الدراسة الحالية على الربط بين متطلبات الخدمات المصرفية الإلكترونية (متطلبات تشريعية وقانونية ، متطلبات البنى التحتية والتكنولوجية، متطلبات

إدارية وتنظيمية، متطلبات جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية، متطلبات الزبائن الشخصية)، وأثرها على رضا الزبائن التي تستخدم الخدمات المصرفية الإلكترونية في محافظة طرطوس.

6) الإطار النظري للبحث

6-1 الخدمات المصرفية الإلكترونية:

تعد الخدمات المصرفية الإلكترونية من الوسائل المتطورة والأمنة التي تمكن من إدارة العمليات المصرفية بأسهل الطرق في أي وقت ومن أي مكان، وهي أحد الموارد الأساسية في التعامل مع الظروف والمستجدات العالمية التي تتميز بالتغير السريع والمنافسة الحادة، وهي تعود بالعديد من المزايا على البنوك من مثل: تقليل التكاليف، وتحسين جودة الخدمات المصرفية، وزيادة حجم المعاملات المصرفية، وسهولة الدخول إلى الأسواق المحلية والأجنبية، وزيادة كفاءة المصرف، وتقديم خدمات جديدة، وتتيح توفير الوقت والتقليل من الجهد (محبوب، سنوسي، 2020، ص22) [9]، وبالتالي يشير مفهوم الخدمات المصرفية الإلكترونية إلى توظيف التكنولوجيا الحديثة والابتكارات في تقديم الخدمات المصرفية بطريقة متطورة تحقق تعظيم المنفعة المحققة للزبون (قاسم، سكري، ماء البار، 2022) [6].

وهي تعبر عن العمليات التي لا ترتب على المصرف أي التزام لكونها خدمة يقدمها المصرف لزبائنه لقاء خدمة أو وديعة، ويستفيد منها من خلال توظيفها بفائدة يفوق معدلها معدل الفائدة التي يدفعها المصرف لأصحاب هذه الودائع (القاضي، عبود، السنكري، 2012، ص244) [8]، وعبرت عنها دراسة (هرمز، قاسم، سلمان، 2015) [12] بأنشطة ومنافع غير ملموسة تقدم للزبائن والمؤسسات خدمات مالية وضمان حفظ أموالهم من جهة، وتحقيق الأرباح والعملية التبادلية من جهة أخرى، وهي تتميز عن باقي الخدمات بمجموعة من الخصائص تتمثل في:

- مشاركة الزبون في إنتاج الخدمة المصرفية.
- أماكن وفروع ووكالات تقديم الخدمات المصرفية هي نفسها منافذ البيع.

- عدم نمطية الخدمة كي لا تتوقف على مقدمها وطريقة تقديمها تختلف من موظف لآخر.
- المنافسة بين تشكيلة الخدمات المصرفية لنفس المصرف قد يشكل خطراً عليها.
- الدور الاجتماعي للمصارف وصعوبة التخلي عن بعض الخدمات والزيائن، لأنه ينعكس سلباً على المستوى الاجتماعي. (هرمز، قاسم، سلمان، 2015، ص89)

[12]

ويشار إليها بأنها تقديم الخدمات المصرفية التقليدية عبر استخدام تكنولوجيا المعلومات وابتكار خدمات جديدة (ضاهر، 2017، ص73) [2]، واستخدام الانترنت كقناة توصيل عن بعد للخدمات المصرفية (Salem, Baidoun, Walsh, 2019, p2) [23]، وبأنها عملية التسليم التلقائي للخدمات والمنتجات مباشرة للعملاء من خلال قنوات الاتصال الالكترونية (Rawwash et al., 2020, p915) [21].

ومما سبق يمكن تعريف الخدمات المصرفية الالكترونية بأنها خدمات تقدم للزيائن بغية تحقيق وتعظيم المنافع المتبادلة بين المصرف والزيون، وهي تشمل على خدمات مصرفية تقليدية وأخرى مبتكرة تستند على وسائل الاتصالات في عملية التقديم والتسليم.

وتصنف الباحثة الخدمات المصرفية الالكترونية وفقاً لما ورد لدى ما سبق من الباحثين حسب ما يوضح الجدول (1).

الجدول (1) تصنيف الخدمات المصرفية الالكترونية

| التصنيف الخدمات المصرفية الالكترونية | الدراسة |
|---|-----------------------------------|
| وسائل الدفع الالكتروني وتشمل (البطاقات المصرفية ، البطاقات الذكية ، النقود الالكترونية، الشبكات الالكترونية، المحفظة الالكترونية، الكمبيالة الالكترونية، السند لأمر الالكتروني) ، أنظمة الدفع الالكتروني وتشمل (نظام الصراف الالي ، نظام المقاصصة الالكتروني، شبكة سويفت SWIFT ، خدمة نقاط البيع، خدمات مواقع البنوك الالكترونية (وتشمل : خدمة البنك الهاتفية ، مراكز الاتصال، خدمة الرسائل القصيرة SMS، الخدمة البنكية عبر شبكة الانترنت On – Line Banking ، التلفزيون الرقمي، الصيرفة المنزلية) | (قاسم، سكري، ماء البار، 2022) [6] |

متطلبات الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها على رضا الزبائن دراسة ميدانية على زبائن المصارف في محافظة طرطوس

| | |
|---|---|
| <p>نظام خدمة الزبائن عبر الانترنت (internet-banking) ، نظام خدمة الهاتف المصرفي ، نظام خدمة الصراف الالي ATM ، نظام خدمة البطاقة الذكية، نظام السويتش الالكتروني (e-switch)</p> | <p>(محمود، حمودة، 2020) [11]</p> |
| <p>الصيرفة عبر الصراف الالي، الصيرفة عبر الهاتف النقال، خدمة الرسائل القصيرة، البنوك المنزلية، خدمة نقاط البيع ، الصيرفة عبر شبكة الانترنت، البطاقات الائتمانية، النقود الالكترونية ، الشيكات الالكترونية، التحويلات المالية الالكترونية، الانترنت المصرفي، خدمات المقاصة الالكترونية، الاعتماد المستندي.</p> | <p>(محبوب ، سنوسي، 2020) [9]</p> |
| <p>الخدمات المصرفية الرقمية عبر الهاتف وتشمل (الرصيد ، تحويل الاموال، دفع الفواتير، المعاملات الاخرى المتاحة عبر اجهزة الهاتف حسب سياسة المصارف).</p> | <p>(MUFARIH, JAYADI,) [18] (SUGANDI,2020)</p> |
| <p>خدمة المعلومات عبر الانترنت، معاملات العملات والاسهم الالكترونية، النقود الرقمية، التسويات الالكترونية ، عمليات الابداع والقروض، الخدمات المصرفية عبر الفيديو، الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، الصراف الالي، الخدمات المصرفية عبر الانترنت.</p> | <p>(Yakubiv et) [24] (al.,2019)</p> |
| <p>الصيرفة عبر استخدام الصراف الالي ، الصيرفة عبر الهاتف النقال، نقاط البيع الالكترونية (POS) الصيرفة عبر الانترنت،</p> | <p>(ضاهر، 2017) [2]</p> |
| <p>اجهزة الصراف الالي، الصيرفة عبر الهاتف، خدمة المقاصة الالكترونية وأوامر الدفع الالكترونية،</p> | <p>(عمران، موراد، 2016) [5]</p> |
| <p>الصراف الالي، خدمة الرسائل البنكية ، الصيرفة المنزلية، نقاط البيع الالكتروني، الصيرفة الهاتفية ، الصيرفة المحمولة، التلفزيون الرقمي، بنك الانترنت.</p> | <p>(سعد الباهي، 2016) [1]</p> |
| <p>الخدمات الموجهة لقطاع الأفراد وتشمل (التحويلات، خدمات البطاقات، القروض الشخصية) الخدمات الموجهة للتجار والمؤسسات وتشمل (الاعتماد المستندي، التحصيل المستندي، خطابات الضمان)، المصارف الالكترونية وتشمل (الموقع الالكتروني، الموقع الاتصالي، الموقع التبادلي، النقود الالكترونية (وتشمل : بطاقات الائتمان، البطاقات المسبقة الدفع ، القرص الصلب، الشيك الالكتروني))</p> | <p>(هرمز ، قاسم، سلمان، 2015) [12]</p> |

| | |
|--|-----------------------------------|
| الات الصرف الذاتي ATM ، البنوك المنزلية، الوحدات الطرفية عند نقاط البيع ، البنوك الهاتفية، بنوك الانترنت، بطاقات الائتمان، النقود الرقمية، الشيكات الالكترونية، البطاقات الذكية. | (محمود، أسعد، 2015) [10] |
| النقود الالكترونية ، خدمة الصراف الالي، نقاط البيع POS ، بنك الانترنت، بنك الأجهزة الخلوية، خدمة المجيب الالي، توطين الرواتب، البطاقات الائتمانية، | (القاضي، عبود، السنكري، 2012) [8] |
| المصدر من إعداد الباحثة بالاعتماد على الدراسات السابقة | |

6-2 متطلبات الخدمات المصرفية الالكترونية:

عرضت الباحثة متطلبات الخدمات المصرفية الالكترونية وفقاً للعديد من الباحثين حسب ما يوضح الجدول (2).

الجدول (2) متطلبات الخدمات المصرفية الالكترونية

| الدراسة | المتطلبات الواردة |
|--|---|
| (قاسم، سكري، ماء الباردي، 2022) [6] | البنية التحتية التقنية، الكفاءة الادارية المتفقة مع عنصر التقنية، التطوير والاستمرارية والتفاعلية مع المستجديات، التفاعل مع متغيرات الوسائل والاستراتيجيات، الرقابة التقييمية الحيادية، التكيف القانوني للبنوك. |
| (Yi, Zainuddin, Abu Bakar, 2021) [26] | الفائدة المدركة، سهولة الاستخدام، العوامل الاجتماعية، المعايير الشخصية للمستخدمين. |
| (DUC et al., 2021) [15] | البنية التحتية والتكنولوجية ، الموارد البشرية المدربة والكفوة ، سهولة الاستخدام، الفائدة المتوقعة والمدركة، المعايير الشخصية للمستخدمين، |
| (محبوب ، سنوسي، 2020) [9] | البنية التحتية التقنية والتشريعية، كواحد بشرية، مواكبة التطوير والاستمرارية والتنوعية، التفاعل مع متغيرات الوسائل والاستراتيجيات الفنية والادارية والمالية، التقويم المستمر . |
| (Rawwash et al., 2020) [21] | متطلبات تكنولوجية (سهولة الاستخدام، الفائدة ، القدرة التجريبية)، الخصائص الفردية للمستخدمين (الموقف والكفاءة الذاتية، الابتكار الشخصي)، البيئة الخارجية الاجتماعية (المعايير الذاتية، والظروف)، دعم الادارة العليا، الأمن، الاستثمار في تطبيقات التجارة الالكترونية، الخصوصية والسرية، الثقة، الراحة. |

متطلبات الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها على رضا الزبائن دراسة ميدانية على زبائن المصارف في محافظة طرطوس

| | |
|--|--|
| سهولة الاستخدام، الفائدة المدركة، الصورة الاجتماعية، المواقف تجاه الاستخدام، نية الاستخدام، الثقة، المخاطر المتوقعة. | (Mufarih, Jayadi,) [18] (Sugandi,2020) |
| متطلبات العملاء الإلكترونيين وتشمل (الميل الى تبني التكنولوجيا، قلق العملاء تجاه الخصوصية، الثقة الالكترونية، الولاء الالكتروني). | (Salem, Baidoun,) [23] (Walsh,2019) |
| متطلبات اجتماعية، جودة الخدمات، المنفعة المدركة. | (Yaseen, El) [25] (Qirem,2018) |
| جودة الخدمة، المخاطر المتوقعة (وتشمل المخاطر النفسية للعملاء، مخاطر النظام المصرفي الالكتروني ودقة المعاملات الالكترونية، مخاطر الوقت، مخاطر الخصوصية)، الثقة. | (Namahoot,) (Laohavichien,2018) [19] |
| الملائمة والراحة، الثقة، سهولة الاستخدام، الفائدة المتوقعة والمدركة. | (Khan, Khan,) [17] (Xiang,2017) |
| البنية التحتية وتشمل البنية الالكترونية وتجهيزاتها وتطبيقاتها، والكوادر البشرية المدربة، التشريعات والقوانين والأنظمة الضابطة للعمل المصرفي الالكتروني، الحماية القانونية للمعلومات والبيانات الالكترونية. | (محمود، أسعد ، 2015) [10] |

المصدر من إعداد الباحثة بالاعتماد على الدراسات السابقة

كما تعتبر المخاطر التالية متطلبات يجب مراعاتها : مخاطر السمعة، والمخاطر القانونية، ومخاطر تتعلق بالائتمان والسيولة وسعر العائد ومخاطر السوق، و مخاطر التشغيل التي تتضمن: أمن النظام، مدى ملائمة تصميم النظام أو انجاز العمل أو أعمال الصيانة، معرفة العملاء الالكترونية. (محمود، حمودة، 2020، ص469) [11] ، ويجب الأخذ بالاعتبار أن معوقات تطبيق الخدمات المصرفية الالكترونية يجب اعتبارها متطلبات يتوجب مراعاتها، وهي تتحدد ب : البنية التحتية، ومعوقات أمنية وقانونية، ومعوقات اجتماعية وثقافة، ومعوقات اقتصادية، ومعوقات تقنية وفنية. (ضاهر، 2017، ص74-75) [2]

كما يتوجب اعتبار المشكلات التي تواجه تطبيق الخدمات المصرفية الالكترونية متطلبات يتوجب مراعاتها، وي تتحدد ب : مشكلات أمنية، مشكلات تقنية، مشكلات

ضعف معرفة الافراد الفنية ، مشكلات تشريعية وقانونية ، مشكلات ادارية وتنظيمية، مشكلات تمويلية. (هرمز، قاسم، سلمان، 2015، ص93) [12] وبالتالي تشمل متطلبات الخدمات المصرفية الالكترونية وفق هذه الدراسة ما يلي (اعتماداً على ما ورد أعلاه):

- متطلبات تشريعية وقانونية: وتشتمل على التشريعات والقوانين الناظمة للعمل الالكتروني، الحماية القانونية للمعاملات الالكترونية، الاحتيال المصرفي عبر الانترنت، الرقابة.
- متطلبات البنى التحتية والتكنولوجية: وتشتمل على اندماج شبكات الاتصالات في العمليات المصرفية، البنى التقنية من حيث الأجهزة والبرامج المواقع الالكترونية، الانترنت، التطبيقات والتقنيات المستخدمة، أنظمة التشغيل.
- متطلبات إدارية وتنظيمية: وتشتمل على دعم الادارة العليا، كوادر بشرية كفاءة ومدربة (قضايا التسويق والأمان، والترويج للمنتجات الجديدة، ومعالجة شكاوى الزبائن، التحفيز).
- متطلبات جودة الخدمات المصرفية الالكترونية: وتشتمل على سهولة الاستخدام، الفائدة المدركة، السرية، الخصوصية والأمان، دقة المعاملات الالكترونية، الملائمة.
- متطلبات الزبائن الشخصية: وتشتمل على النية، والثقة، الخصائص الفردية للزبائن، معرفة الزبائن التكنولوجية، الابتكار الشخصي، الميل لتبني التكنولوجيا الالكترونية في المعاملات المصرفية.

3-6 رضا الزبائن:

يعتبر الزبون أي شخص تزوده المنظمة بالمنتجات أو الخدمات، ومن المهم فهم صوته باستخدام أدوات مثل الاستطلاعات، ومجموعات التركيز، مما يساعد المنظمات في الحصول على رؤى تفصيلية حول ما يريده زبائننا، وتخصيص خدماتهم أو منتجاتهم بشكل أفضل لتلبية توقعاتهم أو تجاوزها، فمن المهم أن يكون التركيز الرئيسي للمنظمات على ارضاء زبائننا، والذي يمكن تعريفه بأنه " مقياس

يحدد مدى رضا الزبائن عن منتجات الشركة وخدماتها وقدراتها"، حيث يمكن لمعلومات رضا الزبائن أن تساعد المنظمات في تحديد أفضل السبل لتحسين أو تغيير منتجاتها وخدماتها. (<https://asq.org/quality-resources/customer->) (satisfaction) [27]

حسب (lovelock and wirtz (2012) فإن الرضا هو تقييم للخصائص الخاصة للمنتج أو الخدمة، والتي تضيف أهمية خاصة على سعادة الزبون من خلال تلبية رغبته، وبالتالي فإن رضا الزبائن هو " التقييم للتكلفة التقديرية الناتجة عن اختيار معين"، وتعد جودة الخدمات المقدمة وثقة العملاء بقدرة المنظمة على تلبية متطلباتهم من العوامل الرئيسية لتحقيق رضا الزبائن (Pratiwi, Yulinar, Pinem,2022,) (p41) [20]

ويعرف سعد الباهي (2017) الرضا لزبائن البنك الاسلامي الأردني بأنه الشعور بالسعادة والارتياح الناتجة عن تادية وانجاز المعاملات المصرفية الالكترونية للزبائن، ومدى التوافق بين المنافع المتوقعة والمنافع المدركة التي يحصل عليها الزبائن من جهة وقدرة البنك على اشباع احتياجاتهم ورغباتهم من جهة ثانية. (سعد الباهي 2017 ، ص11) [1]

وحسب Kotler (2003) فإن رضا الزبون يشير إلى تقييم تجربة الزبون ومدى استجابته وتفاعله تجاه خدمات معينة وهذا التقييم يكن وفق ثلاثة مستويات هي: المستوى الأول: البهجة والسرور والارتياح النفسي للزبون، المستوى الثاني: حصول الزبون على ما كان يتوقعه، حينها يكون راضياً، المستوى الثالث: عندما لا يحصل الزبون على ما كان يتوقعه، فيكون حينها غير راضٍ. (قاسم، كنعان، 2018، ص 200) [7]

لرضا الزبون تأثير مباشر على ربحية البنوك، وتحسين السمعة، وتكلفة جذب زبائن جدد وتحقيق الميزة التنافسية، وهو يتوقف على التوقعات والجودة المدركة، وهو يرتبط بالتصورات طويلة الأجل للمنظمات كونه مرتبط بخق قيمة للزبائن، فحسب (Fauzi and Suryani's,2019) فإن رضا الزبائن في البنوك الاسلامية يحدث عندما

يتمكن الزبائن من التكلم بأشياء جيدة عن البنوك الاسلامية وإخبار أقرانهم في المجتمع عنها، وهذا مؤشر مهم يزيد من الصورة الايجابية ، بالتالي رضا الزبائن يمكن أن يزيد الثقة والرغبة في استخدام منتجات البنوك الاسلامية ويساعدها على بناء واكتساب ولاء زبائنها. (Riduwan, Setyono, Yuliana, & Jannah, 2022, p112) [22]

6-4 العلاقة بين الخدمات المصرفية الالكترونية ورضا الزبائن:

عززت جائحة كورونا من اعتماد العملاء على الخدمات المصرفية الالكترونية، ونجاح هذه الخدمات يعتمد بشكل كبير على موافقة العملاء على النظام المصرفي المستخدم، وتلبيةه لمتطلباتهم، واشباع رغباتهم (Akter, Kabir, Reza, 2021, P55) [13]، من حيث سهولة الاستخدام والتكلفة والتنوع (محبوب، سنوسي، 2020، ص12) [9]، حيث تمكن الخدمات المصرفية الالكترونية العملاء من القيام بمجموعة واسعة من العمليات المصرفية كإدارة حسابهم الخاص وعمليات الصرف وتسييد المدفوعات والتحويلات ودفع مقابل خدمات الاتصالات المتنقلة والانترنت والمرافق والضرائب، الا ان ادخال الاشكال المبتكرة للخدمة عن بعد يؤدي الى توسيع نطاق المخاطر التقليدية وخاصة المخاطر الامنية (Yakubiv et al., 2019, p219) [24]، وبشكل عام إن للخدمات المصرفية الالكترونية تأثير ايجابي وقوي على رضا الزبائن. (Ibrahim, 2022, p14) [16]

ويرى Taiwo & Agwu (2017) أن الخدمات المصرفية الالكترونية تكتسب مكانة متزايدة حيث يعتبرها العملاء كحل لمشكلات الخدمات ذات الجودة الرديئة الخاصة بالنظام المصرفي العام في الدولة. ومع ذلك، فإن ما هو غير معروف هو المستوى الذي أدت إليه الخدمات المصرفية الالكترونية في تقليل الضغط أو المشاكل المرتبطة بالخدمات المصرفية وتعزيز رضا العملاء (Asiyanbi, Ishola, 2018, p154) [14].

(7) منهج البحث وإجراءاته :

تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي (دراسة ميدانية)، وتم الاعتماد على البيانات الآتية:

1. البيانات الأولية: تم استخدام الاستبانة لجمع البيانات والمعلومات اللازمة للدراسة.
2. البيانات الثانوية: تشمل أبرز ما ورد في المواقع الإلكترونية والكتب والرسائل العلمية والدوريات والمقالات الأكاديمية التي تتعلق بموضوع الدراسة.

تم تصميم الاستبانة بالاستفادة من الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة وتم توفيقها بما يتلاءم مع أهداف الدراسة الحالية وفق مقياس ليكرت الخماسي، ولتحقيق أهداف الدراسة تم تحليل بيانات البحث من خلال برنامج spss الإحصائي، وتم اعتماد الأساليب الإحصائية التالية: اختبار One-Sample Test، معامل الارتباط بيرسون، تحليل الانحدار الخطي المتعدد بصيغته ENTER، تم اختبار صدق الاستبانة من خلال صدق المحكمين سواء الأكاديميين أو من الخبراء من العاملين في القطاع المصرفي السوري، وتم حساب الثبات من خلال معامل ألفا كرونباخ والذي بلغت قيمته (90.2%)، وهي قيمة مقبولة لأغراض البحث.

يتكون مجتمع البحث من الزبائن لسنة مصارف في محافظة طرطوس هي (المصرف التجاري السوري، المصرف العقاري، بنك الشام الإسلامي، بنك سورية الدولي الإسلامي، المصرف الدولي للتجارة والتمويل في سورية، بنك البركة سورية)، وتم اختيار عينة قسدية بلغت 100 عميل لكل مصرف، وبإجمالي (600) مفردة.

وتم توزيع الاستبانات بشكل شخصي وعبر وسائل التواصل الاجتماعي، وبلغت نسبة الاستجابة (77%). وتم ترميز محاور الاستبيان وفق ما يلي :

- المحور الأول : المتطلبات التشريعية والقانونية بالرمز (X1).
- المحور الثاني :متطلبات البنى التحتية والتكنولوجية بالرمز (X2).
- المحور الثالث : المتطلبات الإدارية والتنظيمية بالرمز (X3).
- المحور الرابع : متطلبات جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية بالرمز (X4).
- المحور الخامس: متطلبات الزبائن الشخصية (X5).

- المحور السادس : رضا الزبائن بالرمز (Y).
- متطلبات الخدمات المصرفية الالكترونية بالرمز (FX)

(8) المناقشة والتحليل :

تم حساب الصدق البنائي بحساب معامل الارتباط بيرسون لمحاور الاستبيان، بغية قياس مدى تحقيق أداة الدراسة لأهداف البحث، و قياس مدى ارتباط محاور الاستبيان مع بعضها. و يوضح الجدول (3) أن جميع محاور الاستبيان لها علاقة ارتباط قوية بهدف الدراسة عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$ و بذلك تعتبر جميع محاور الاستبيان صادقة لما وضعت لقياسه .

جدول (3) معامل الارتباط بيرسون لمحاور الاستبيان

| م | محاور الاستبيان | معامل الارتباط بيرسون | القيمة الاحتمالية .sig |
|---|-----------------|-----------------------|------------------------|
| 1 | X1 | 0.782** | 0.000 |
| 2 | X2 | 0.734** | 0.000 |
| 3 | X3 | 0.769** | 0.000 |
| 4 | X4 | 0.688** | 0.000 |
| 5 | X5 | 0.756** | 0.000 |
| 6 | X6 | 0.760** | 0.000 |

المصدر : إعداد الباحثة باستخدام برنامج SPSS

1-8 اختبار الفرضيات :

1-1-8 اختبار الفرضية الرئيسية الأولى وفرضياتها الفرعية:

H-1 : الفرضية الأولى : يوجد مستوى مناسب من متطلبات الخدمات المصرفية الإلكترونية بالنسبة لزبائن المصارف في محافظة طرطوس.

يوضح الجدول (4) نتائج اختبار الفرضية الأولى والفرضيات الفرعية الخمسة لها عند القيمة (Test Value = 3.40) التي تمثل الحد الأدنى للمستوى المرتفع. وكانت النتائج كما يلي:

نتيجة الفرضية الرئيسية الأولى: يلاحظ من الجدول (4) أن مستوى متطلبات الخدمات المصرفية الإلكترونية أقل من المستوى المعتمد (Test Value = 3.40) بمقدار (9.958) وهي سالبة، ومستوى معنوية (0.000) وهو أقل من 0.05 المعتمدة في هذه الدراسة ، وبناء عليه نرفض الفرضية البديلة السابقة ونقبل فرضية العدم القائلة (لا يوجد مستوى مناسب من متطلبات الخدمات المصرفية الإلكترونية بالنسبة لزبائن المصارف في محافظة طرطوس).

1- الفرضية الفرعية الأولى (H-1) : يوجد مستوى مناسب من المتطلبات التشريعية والقانونية بالنسبة لزبائن المصارف في محافظة طرطوس.

يلاحظ من الجدول (4) أن مستوى المتطلبات التشريعية والقانونية أقل من المستوى المعتمد (Test Value = 3.40) بمقدار (13.106) وهي سالبة ، ومستوى معنوية (0.000) وهو أقل من 0.05 المعتمدة في هذه الدراسة، وبناء عليه نرفض الفرضية البديلة السابقة، ونقبل فرضية العدم القائلة (لا يوجد مستوى مناسب من المتطلبات التشريعية والقانونية بالنسبة لزبائن المصارف في محافظة طرطوس).

2- الفرضية الفرعية الثانية (H-2) : يوجد مستوى مناسب من متطلبات البنى التحتية والتكنولوجية بالنسبة لزبائن المصارف في محافظة طرطوس.

يلاحظ من الجدول (4) أن مستوى متطلبات البنى التحتية والتكنولوجية أقل من المستوى المعتمد (Test Value = 3.40) بمقدار (6.643) وهي سالبة، ومستوى معنوية (0.000) وهو أقل من 0.05 المعتمدة في هذه الدراسة، وبناء عليه نرفض الفرضية البديلة السابقة، ونقبل فرضية العدم القائلة (لا يوجد مستوى مناسب من متطلبات البنى التحتية والتكنولوجية بالنسبة لزيائن المصارف في محافظة طرطوس).

3- الفرضية الفرعية الثالثة (H-3): يوجد مستوى مناسب من المتطلبات الإدارية والتنظيمية بالنسبة لزيائن المصارف في محافظة طرطوس.

يلاحظ من الجدول (4) أن مستوى المتطلبات الإدارية والتنظيمية أقل من المستوى المعتمد (Test Value = 3.40) بمقدار (2.819) وهي سالبة، ومستوى معنوية (0.005) وهو أقل من 0.05 المعتمدة في هذه الدراسة، وبناء عليه نرفض الفرضية البديلة السابقة، ونقبل فرضية العدم القائلة (لا يوجد مستوى مناسب من المتطلبات الإدارية والتنظيمية بالنسبة لزيائن المصارف في محافظة طرطوس).

4- الفرضية الفرعية الرابعة (H-4): يوجد مستوى مناسب من متطلبات جودة الخدمات المصرفية الالكترونية بالنسبة لزيائن المصارف في محافظة طرطوس.

يلاحظ من الجدول (4) أن مستوى متطلبات جودة الخدمات المصرفية الالكترونية أقل من المستوى المعتمد (Test Value = 3.40) بمقدار (3.332) وهي سالبة، ومستوى معنوية (0.001) وهو أقل من 0.05 المعتمدة في هذه الدراسة، وبناء عليه نرفض الفرضية البديلة السابقة، ونقبل فرضية العدم القائلة (لا يوجد مستوى مناسب من متطلبات جودة الخدمات المصرفية الالكترونية بالنسبة لزيائن المصارف في محافظة طرطوس).

5-الفرضية الفرعية الخامسة (H-5): يوجد مستوى مناسب من متطلبات الزبائن

الشخصية بالنسبة لزبائن المصارف في محافظة طرطوس.

يلاحظ من الجدول (4) أن مستوى متطلبات الزبائن الشخصية أقل من المستوى المعتمد (Test Value = 3.40) بمقدار (9.381) وهي سالبة، ومستوى معنوية (0.000) وهو أقل من 0.05 المعتمدة في هذه الدراسة ، وبناء عليه نرفض الفرضية البديلة السابقة، ونقبل فرضية العدم القائلة (لا يوجد مستوى مناسب من متطلبات الزبائن الشخصية بالنسبة لزبائن المصارف في محافظة طرطوس).

الجدول (4) نتائج اختبار One-Sample Test

| One-Sample Test | | | | | | |
|-------------------|---------|-----|----------------------|--------------------|---|--------|
| Test Value = 3.40 | | | | | | |
| | T | Df | Sig. 2- tailed | Mean Difference | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | | | | Lower | Upper |
| X1 | 13.106- | 461 | .000 | .59437- | .6835- | .5053- |
| X2 | 6.643- | 461 | .000 | .16494- | .2137- | .1161- |
| X3 | 2.819- | 461 | .005 | .08658- | .1469- | .0262- |
| X4 | 3.332- | 461 | .001 | .11082- | .1762- | .0455- |
| X5 | 9.381- | 461 | .000 | .28658- | .3466- | .2265- |
| FX | 9.958- | 461 | .000 | .24866- | .2977- | .1996- |

المصدر: إعداد الباحثة باستخدام برنامج SPSS

8-1-2 اختبار الفرضية الرئيسية الثانية وفرضياتها الفرعية (H-2) : لا يوجد أثر معنوي لمتطلبات الخدمات الالكترونية على رضا الزبائن التي تستخدم الخدمات المصرفية الالكترونية في محافظة طرطوس. تم اختبار هذه الفرضية باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط، واختبار الفرضيات المتفرعة عنها باستخدام اختبار تحليل الانحدار الخطي المتعدد بصيغته ENTER وكانت النتائج وفق ما توضحه الجداول التالية :

الجدول (5) ملخص نموذج الانحدار

| Model Summary ^b | | | | | |
|-------------------------------|-------------------|----------|--------------------------|----------------------------|---------------|
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate | Durbin-Watson |
| 1 | .666 ^a | .443 | .442 | .41656 | 2.141 |
| a. Predictors: (Constant), fx | | | b. Dependent Variable: y | | |

المصدر : إعداد الباحثة باستخدام برنامج SPSS

الجدول (6) اختبار تحليل التباين

| ANOVA ^a | | | | | | |
|--------------------|------------|----------------|-----|-------------|---------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 63.467 | 1 | 63.467 | 365.757 | .000 ^b |
| | Residual | 79.820 | 460 | .174 | | |
| | Total | 143.287 | 461 | | | |

المصدر : إعداد الباحثة باستخدام برنامج SPSS

الجدول (7) نتائج الاختبار الخطي البسيط للفرضية H-2

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| | | | | | | |
| 1 | (Constant) | .860 | .116 | | 7.442 | .000 |
| | Fx | .691 | .036 | .666 | 19.125 | .000 |

المصدر : إعداد الباحثة باستخدام برنامج SPSS

يلاحظ من الجدولان (5) و (6) ما يلي :

توجد علاقة ارتباط بين متطلبات الخدمات المصرفية الإلكترونية ورضا الزبائن حيث بلغت قيمة معامل الارتباط (66.6) وهو ارتباط موجب، وتوصف العلاقة بين المتغيرين بأنها علاقة ايجابية جيدة.

يلاحظ من خلال معامل التحديد (الدالة التفسيرية) أن متطلبات الخدمات المصرفية الإلكترونية بأبعادها الخمسة تفسر (44.3%) من التغير (التباين) الموجود في رضا الزبائن، والباقي (55.7%) يفسر وفقاً لمتغيرات أخرى لم تأخذها الدراسة.

بلغت قيمة (F) المحسوبة (365.757) ودرجات الحرية (1 و 460) وبلغت قيمة اختبار دوربين واتسون $DW=(2.141)$ وهذا يدل على انه لا يوجد ارتباط ذاتي بين الاخطاء العشوائية، وبلغت قيمة مستوى المعنوية (0.000) وهي أقل من (5%) المعتمدة في هذا البحث، ما يدل على معنوية النموذج، ويدل أيضاً على وجود تأثير معنوي لمتطلبات الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن .

وبالنظر الى الجدول (7) تكون معادلة نموذج الانحدار كما يلي :

$$\text{رضا الزبائن} = 0.860 + 0.691 \times (FX) + \text{خطأ التنبؤ} .$$

ويعني ذلك كلما تحسنت متطلبات الخدمات المصرفية الإلكترونية بمقدار وحدة واحدة تحسن مستوى رضا الزبائن بمقدار (0.691) وحدة.

خلاصة الفرضية (H-2) : نرفض فرضية العدم، ونقبل الفرضية البديلة القائلة بـ :
يوجد أثر معنوي لمتطلبات الخدمات الالكترونية على رضا الزبائن التي تستخدم
الخدمات المصرفية الالكترونية في محافظة طرطوس.
□ اختبار الفرضيات الفرعية :

يوضح الجدولان (8) و(9) نتائج اختبار التعددية الخطية ونتائج اختبار تحليل
الانحدار الخطي المتعدد حيث كشفت النتيجة أن عامل تضخم التباين للنموذج كان
(1.652, 1.505, 2.071, 1.635, 2.034) وهي أصغر من (3)، مما يشير إلى
عدم وجود مشكلة تعددية خطية بين المتغيرات.

الجدول (8) نتائج معامل تضخم البيانات للنموذج VIF

| Coefficients ^a | | | |
|---------------------------|----|-------------------------|-------|
| Model | | Collinearity Statistics | |
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | X1 | .492 | 2.034 |
| | X2 | .612 | 1.635 |
| | X3 | .483 | 2.071 |
| | X4 | .665 | 1.505 |
| | X5 | .605 | 1.652 |
| a. Dependent Variable: y | | | |

المصدر : إعداد الباحثة باستخدام برنامج SPSS

الجدول (9) نتائج اختبار تحليل الانحدار الخطي المتعدد للفرضيات الفرعية

| T .SIG | T | B | F .SIG | F | R ² | R | المتغيرات المستقلة | Y |
|--------|-------|-------|--------|--------|----------------|------|--------------------|-------------|
| 0.002 | 3.150 | 0.406 | 0.000 | 92.671 | 50.4 | 71.0 | الثابت | رضا الزبائن |
| 0.489 | 0.692 | 0.019 | | | | | X1 | |
| 0.000 | 8.599 | 0.379 | | | | | X2 | |
| 0.004 | 2.924 | 0.117 | | | | | X3 | |
| 0.001 | 3.281 | 0.104 | | | | | X4 | |
| 0.000 | 5.583 | 0.201 | | | | | X5 | |

المصدر : إعداد الباحثة باستخدام برنامج SPSS

ونستطيع كتابة معادلة الانحدار كالتالي :

$$\text{رضا الزبائن} = 0.406 + 0.019 \times (X1) + 0.379 \times (X2) + 0.117 \times (X3) + 0.104 \times (X4) + 0.201 \times (X5) + \text{خطأ التنبؤ}$$

نتائج اختبار الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسة الثانية:

1- جاءت قيمة بيتا (B) التي توضح العلاقة بين رضا الزبائن والمتطلبات التشريعية والقانونية (0.019) غير ذات دلالة احصائية، حيث يمكن استنتاج ذلك من قيمة T ومستوى الدلالة المرتبطة بها (0.489) وهي أكبر من (5%) المعتمدة في الدراسة، وهذا يشير إلى عدم وجود تأثير معنوي للمتطلبات التشريعية والقانونية في تحقيق رضا الزبائن التي تستخدم الخدمات المصرفية الإلكترونية في محافظة طرطوس.

خلاصة الفرضية الفرعية الأولى (H-2-1)

نقبل فرضية العدم القائلة : لا يوجد أثر معنوي للمتطلبات التشريعية والقانونية في تحقيق رضا الزبائن التي تستخدم الخدمات المصرفية الالكترونية في محافظة طرطوس .

2- جاءت قيمة بيتا (B) التي توضح العلاقة بين رضا الزبائن ومتطلبات البنى التحتية والتكنولوجية (0.379) ذات دلالة احصائية، حيث يمكن استنتاج ذلك من قيمة T ومستوى الدلالة المرتبطة بها (0.000) وهي أصغر من (5%) المعتمدة في الدراسة ، ويعني ذلك كلما تحسنت البنى التحتية والتكنولوجية بمقدار وحدة تحسن مستوى رضا الزبائن بمقدار (0.379) وحدة، كما يشير إلى وجود أثر معنوي متطلبات البنى التحتية والتكنولوجية في تحقيق رضا الزبائن التي تستخدم الخدمات المصرفية الالكترونية في محافظة طرطوس .

خلاصة الفرضية الفرعية الثانية (H-2-2)

نرفض فرضية العدم القائلة : لا يوجد أثر معنوي لمتطلبات البنى التحتية والتكنولوجية في تحقيق رضا الزبائن التي تستخدم الخدمات المصرفية الالكترونية في محافظة طرطوس، ونقبل الفرضية البديلة : يوجد أثر معنوي لمتطلبات البنى التحتية والتكنولوجية في تحقيق رضا الزبائن التي تستخدم الخدمات المصرفية الالكترونية في محافظة طرطوس .

3- جاءت قيمة بيتا (B) التي توضح العلاقة بين رضا الزبائن والمتطلبات الإدارية والتنظيمية (0.117) ذات دلالة احصائية، حيث يمكن استنتاج ذلك من قيمة T ومستوى الدلالة المرتبطة بها (0.004) وهي أصغر من (5%) المعتمدة في الدراسة ، ويعني ذلك كلما تحسنت المتطلبات الإدارية والتنظيمية بمقدار وحدة تحسن مستوى رضا الزبائن بمقدار (0.117) وحدة، كما يشير إلى وجود أثر

معنوي للمتطلبات الإدارية والتنظيمية في تحقيق رضا الزبائن التي تستخدم
الخدمات المصرفية الإلكترونية في محافظة طرطوس.

خلاصة الفرضية الفرعية الثالثة (H-2-3)

نرفض فرضية العدم القائلة : لا يوجد أثر معنوي للمتطلبات الإدارية والتنظيمية
في تحقيق رضا الزبائن التي تستخدم الخدمات المصرفية الإلكترونية في محافظة
طرطوس، ونقبل الفرضية البديلة : يوجد أثر معنوي للمتطلبات الإدارية والتنظيمية
في تحقيق رضا الزبائن التي تستخدم الخدمات المصرفية الإلكترونية في محافظة
طرطوس .

4- جاءت قيمة بيتا (B) التي توضح العلاقة بين رضا الزبائن ومتطلبات جودة
الخدمات المصرفية الإلكترونية (0.104) ذات دلالة احصائية، حيث يمكن
استنتاج ذلك من قيمة T ومستوى الدلالة المرتبطة بها (0.001) وهي أصغر من
(5%) المعتمدة في الدراسة، ويعني ذلك كلما تحسنت جودة الخدمات المصرفية
الإلكترونية بمقدار وحدة تحسن مستوى رضا الزبائن بمقدار (0.104) وحدة، كما
يشير إلى وجود أثر معنوي لمتطلبات جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في
تحقيق رضا الزبائن التي تستخدم الخدمات المصرفية الإلكترونية.

خلاصة الفرضية الفرعية الرابعة (H-2-4):

نرفض فرضية العدم القائلة : لا يوجد أثر معنوي لمتطلبات جودة الخدمات
المصرفية الإلكترونية في تحقيق رضا الزبائن التي تستخدم الخدمات المصرفية
الإلكترونية في محافظة طرطوس، ونقبل الفرضية البديلة : يوجد أثر معنوي
لمتطلبات جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية في تحقيق رضا الزبائن التي
تستخدم الخدمات المصرفية الإلكترونية في محافظة طرطوس .

5- جاءت قيمة بيتا (B) التي توضح العلاقة بين رضا الزبائن ومتطلبات الزبائن الشخصية (0.201) ذات دلالة احصائية، حيث يمكن استنتاج ذلك من قيمة T ومستوى الدلالة المرتبطة بها (0.000) وهي أصغر من (5%) المعتمدة في الدراسة، ويعني ذلك كلما تحسنت متطلبات الزبائن الشخصية بمقدار وحدة تحسن مستوى رضا الزبائن بمقدار (0.201) وحدة، كما يشير إلى وجود أثر معنوي لمتطلبات الزبائن الشخصية في تحقيق رضا الزبائن التي تستخدم الخدمات المصرفية الالكترونية في محافظة طرطوس.

خلاصة الفرضية الفرعية الخامسة (5-2-H):

نرفض فرضية العدم القائلة : لا يوجد أثر معنوي لمتطلبات الزبائن الشخصية في تحقيق رضا الزبائن التي تستخدم الخدمات المصرفية الالكترونية في محافظة طرطوس، ونقبل الفرضية البديلة : يوجد أثر معنوي لمتطلبات الزبائن الشخصية في تحقيق رضا الزبائن التي تستخدم الخدمات المصرفية الالكترونية في محافظة طرطوس .

9) نتائج البحث والتوصيات:

9-1 نتائج البحث :

- 1- إن مستوى متطلبات الخدمات المصرفية الالكترونية ما يزال دون المستوى المرتفع، وربما يعود السبب في ذلك إلى حداثة منظومة الدفع الالكتروني في سورية، والمصاعب المرافقة لاستكمال البنى التحتية والتكنولوجية وخاصة شبكات الكهرباء والانترنت وأدوات الصيرفة الالكترونية، وإعداد العاملين وتأهيلهم في المصارف ضمن إطار خدمة الزبائن بكفاءة وفعالية .
- 2- تعتبر التشريعات القانونية المعمول بها جيدة فيما يتعلق بضمان السرية، والخصوصية، والأمان من الاحتيال الرقمي، ولكن تطبيقها لم يصل إلى المستوى المرتفع.

- 3- إن جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية ما يزال دون المستوى المرتفع، وربما يعود السبب في ذلك الحاجة في التنوع في الخدمات المصرفية المقدمة وتحسين المرونة في تقديمها وتسليمها، وتحسين توفيرها دون انقطاع.
- 4- إن متطلبات الزبائن الشخصية ما تزال دون المستوى المرتفع ، وربما يعود السبب في ذلك إلى حاجة الزبائن في الوقت الراهن إلى النقد بشكل مستمر، ورغبة الزبائن في تقليل حاجتهم للذهاب إلى المصارف لإتمام معاملاتهم كالحصول على كشوف للعمليات المصرفية التي أنجزوها، إضافة إلى قلة عدد التطبيقات الإلكترونية المتاحة عبر أجهزة الموبايل التي تسهل استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية.
- 5- إن رضا الزبائن عن الخدمات المصرفية الإلكترونية ما يزال دون المستوى المرتفع، وربما يعود السبب في ذلك إلى ضعف الفائدة المدركة من قبلهم تجاه ما كانوا يتوقعونه، إضافة إلى ضعف استجابة المصارف لشكاوى الزبائن ومعالجتها بسرعة .
- 6- أبرز المتطلبات التي أثرت على رضا زبائن الخدمات المصرفية الإلكترونية هي ضعف متطلبات البنى التحتية والتكنولوجية ، وضعف الاهتمام بمتطلبات الزبائن الشخصية .

9-2 توصيات البحث :

- 1- ضرورة توعية الزبائن حول الخدمات المصرفية المتاحة سواء من خلال ندوات أو معارض أو رسائل الكترونية، أو الاتصال بهم وإعلامهم عن الخدمات المتوفرة، وكيفية الاستفادة منها وطرق استخدامها .
- 2- ضرورة قيام المصارف باستكمال البنى التحتية والتكنولوجية ووضعها في الخدمة بعد التأكد من جاهزيتها للعمل في ضوء الجودة والموثوقية والأمان .
- 3- ضرورة تدريب العاملين وتأهيلهم لخدمة الزبائن على برامج خدمة الزبائن (CRM) ، وتحسين التواصل معهم سواء من خلال المكالمات الهاتفية ، او اللقاءات المباشرة والاستماع لمطالبهم وشكاويهم.

- 4- ضرورة قيام المصارف بتنويع خدماتها المصرفية الالكترونية وجعلها تتناسب مع احتياجات الزبائن اليومية، وتوفير المرونة في اختيارات الدفع، وتسهيل الحصول على كشوف للعمليات المصرفية المنجزة دون الحاجة الى زيارة المصرف.
- 5- ضرورة توسيع قاعدة التطبيقات الالكترونية المستخدمة في تنفيذ العمليات المصرفية الالكترونية وجعلها أكثر شمولية سواء من ناحية نوع الخدمات المتاحة أو من حيث طريقة التنفيذ وضمان التسليم.
- 6- ضرورة توفير الخدمات المصرفية الالكترونية واتاحتها بشكل مستمر ودون انقطاع، والعمل على توسيع قاعدة استخدامها.

(10) مقترحات البحث المستقبلية:

- 1- أثر جودة الخدمات المصرفية الالكترونية على رضا الزبائن.
- 2- أثر استخدام تطبيقات الموبايل على كفاءة الخدمات المصرفية الالكترونية.
- 3- أثر الخدمات المصرفية الالكترونية على التنافسية في المصارف.

11) قائمة المصادر والمراجع

11-1 المراجع العربية:

- 1- سعد الباهي، صلاح الدين مفتاح، 2016، أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن: دراسة ميدانية على البنك الإسلامي الأردني في عمان - الأردن، رسالة ماجستير منشورة في إدارة الأعمال، قسم إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.
- 2- ضاهر، حنان، 2017، معوقات تطبيق الصيرفة الإلكترونية في فروع المصارف التجارية الخاصة العاملة في مدينة اللاذقية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية. المجلد (39) العدد (1)، ص 65- 82.
- 3- عبود، طلال، المجني، رانية، جرجور، علاء، 2015، إدارة علاقات العملاء الإلكترونية وتأثيرها على درجة ثقة عملاء المصارف السورية الخاصة والتزامهم تجاهها - دراسة ميدانية على المصارف الخاصة في الساحل السوري، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية. المجلد (37) العدد (4)، ص 189- 207.
- 4- العمار، رضوان وليد، صوفان، دينا، 2015، واقع المصارف الإسلامية العاملة في سورية في ظل الأزمة الراهنة (خلال الفترة 2011-2014)، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية. المجلد (37) العدد (6)، ص 325- 344.
- 5- عمران، بشرابر، موراد، تهتان، 2016، أثر الخدمات المصرفية الإلكترونية على تحسين جودة الخدمات بالمصارف دراسة حالة الوكالات العمومية والخاصة بولاية البليدة، مجلة معارف، قسم العلوم الاقتصادية. السنة العاشرة، العدد (20)، ص 168- 182 .
- 6- قاسم، سامر أحمد، السكري، أحمد، ماء البار، باسل، 2022، متطلبات نجاح الخدمات المصرفية الإلكترونية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية (دراسة ميدانية

- على المصارف التجارية الخاصة السورية)، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية ، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية. المجلد (44) العدد (1)، ص 263-284.
- 7- قاسم، سامر أحمد ، كنعان، علي، 2018، العلاقة بين أبعاد إدارة علاقات العملاء والأداء المصرفي دراسة ميدانية على المصارف الخاصة في محافظة اللاذقية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية ، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية. المجلد (40) العدد (5)، ص 189-210.
- 8- القاضي، حسين، عبود، مادلين، سنكري، سهى، 2012، واقع استخدام تقنيات الدفع الالكتروني في المصارف السورية العامة دراسة تحليلية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية ، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية. المجلد (34) العدد(5)، ص 239-257.
- 9- محبوب، علي، سنوسي، علي، 2020، واقع الصيرفة الالكترونية في البنوك التجارية مصرف السلام الجزائر أنموذجاً، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد (4) العدد (2)، ، ص 11-24.
- 10- محمود، حبيب، أسعد، الحارث، 2015، دراسة واقع الخدمات المصرفية الالكترونية المقدمة في المصارف الخاصة في محافظة اللاذقية من وجهة نظر العاملين فيها، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية ، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية. المجلد (37) العدد (6)، ص 231-246.
- 11- محمود، يوسف، حمودة، نوار، 2020، مدى توافر بنية قانونية لقيام المصارف الالكترونية في سورية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية ، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية. المجلد (42) العدد (3)، ص 459-485.
- 12- هرمز، نور الدين، قاسم، سامر، سلمان، غيداء ابراهيم، 2015، دور الخدمات المصرفية الالكترونية في زيادة مستوى رضا العملاء (دراسة ميدانية على المصرف التجاري السوري - فرع اللاذقية)، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية ، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية. المجلد (37) العدد (6)، ص 83-103.

2-11 المراجع الأجنبية :

- 13- Akter , Sh., Kabir ,N., & Reza, T., 2021, Unfolding Factors Behind Internet-Banking Adoption In Bangladesh: An Extended Application Of Utaut2 Model With Perceived Security And Trust , The Journal Of Management Theory And Practice (Jmtp) 2(2), Pp 51-63.
- 14- Asiyanbi, H.B., Ishola,A.A.,2018, E-Banking Services Impact And Customer Satisfaction In Selected Bank Branches In Ibadan Metropolis, Oyo State, Nigeria . Accounting 4, Pp 153–160.
- 15- Duc ,T.L, Huu , P.N, Be,L.Ph.T, Minh ,H.Ph.T, 2021, Toward A Model For The Acceptance Of Internet Banking In An Emerging Market, Wseas Transactions On Environment And Development Volume 17,Pp 332- 341.
- 16- Ibrahim, S.Sh., 2022, Relationship Between Electronic Banking Services And Customer Satisfactions In The Iraqi Banking Sector: A Sample Of Private Banks In The Duhok City. Academic Journal Of Nawroz University (Ajnu) 11(3),Pp 12- 19.
- 17- Khan ,A. P., Khan, Sh., Xiang, I. A. R., 2017, Factors Influencing Consumer Intentions To Adopt Online Banking In Malaysia, Business & Economic Review 9(2) , Pp. 101-134.

- 18- Mufarikh ,M., Jayadi ,R., Sugandi ,Y. ,2020, Factors Influencing Customers To Use Digital Banking Application In Yogyakarta, Indonesia, Journal Of Asian Finance, Economics And Business 7(10), Pp 897–907.
- 19- Namahoot , K. S., Laohavichien , T., 2018, Assessing The Intentions To Use Internet Banking: The Role Of Perceived Risk And Trust As Mediating Factors, International Journal Of Bank Marketing 36(2), Pp.256-276.
- 20- Pratiwi ,Y. F., Yuliniar, Pinem ,D. ,2022, Influence Of Service Quality And Trust Incustomer Satisfaction Of Mobile Banking Users, Journal Of Economics, Business, And Government Challenges 5(1), Pp: 39-45.
- 21- Rawwash ,H. , Masa'd ,F. , Enaizana ,O. , Eneizan ,B. , Adaileh ,M.J. A. , Saleh, A. M. & Almestarihi, R., 2020, Factors Affecting Jordanian Electronic Banking Services. Management Science Letters 10 , Pp915–922.
- 22- Riduwan, R., Setyono, H., Yuliana, M., & Jannah, S. S. M. 2022, Islamic Bank Customer Satisfaction And Services During The Covid-19 Pandemic. Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan 23(1), Pp110-123
- 23- Salem ,M. Z., Baidoun ,S., Walsh ,G., 2019, Factors Affecting Palestinian Customers' Use Of Online Banking Services, International Journal Of Bank Marketing, <https://doi.org/10.1108/Ijbm-08-2018-0210>

- 24- Yakubiv, V., Sodoma ,R., Hrytsyna ,O., Pavlikha ,N., Shmatkovska ,T., Tsymbaliuk ,I., Marcus ,O., Brodska ,I., 2019, Development Of Electronic Banking: A Case Study Of Ukraine, Entrepreneurship And Sustainability 7(1), Pp 219- 232.
- 25- Yaseen , S. G., El Qirem, I. A., 2018, Intention To Use E-Banking Services In The Jordanian Commercial Banks, International Journal Of Bank Marketing 36 (3), Pp.557-571.
- 26- Yi, G, Zainuddin, N.M.M, Abu Bakar ,N.A.B ,2021, Conceptual Model On Internet Banking Acceptance In China With Social Network Influence, International Journal On Informatics Visualization 5(2) , Pp 177-186.

3-11 مواقع انترنت

- 27- <https://asq.org/quality-resources/customer-satisfaction>

استرجعت بتاريخ 2022/4/23.