

مجلة جامعة البعث

سلسلة العلوم الاقتصادية والسياحية



مجلة علمية محكمة دورية

المجلد 46 . العدد 3

1445 هـ - 2024 م

الأستاذ الدكتور عبد الباسط الخطيب

رئيس جامعة البعث

المدير المسؤول عن المجلة

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

مديرة مكتب مجلة جامعة البعث
م. هلا معروف

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 (40000) ل.س أربعون ألف ليرة سورية عن كل بحث لكل باحث يريد نشره في مجلة جامعة البعث.
2. دفع رسم نشر (100000) ل.س مئة ألف ليرة سورية عن كل بحث للباحثين من الجامعة الخاصة والافتراضية .
3. دفع رسم نشر (200) مئتا دولار أمريكي فقط للباحثين من خارج القطر العربي السوري .
4. دفع مبلغ (6000) ل.س ستة آلاف ليرة سورية رسم موافقة على النشر من كافة الباحثين.

المحتوى

الصفحة	اسم الباحث	اسم البحث
42-11	نور عبد الكريم عيسى	دور التسويق الالكتروني في تطوير جودة الخدمة السياحية في فنادق الساحل السوري دراسة ميدانية على عملاء فنادق الأربع نجوم في محافظة طرطوس
68-43	نسرين السليمان د. فداء الشيخ حسن	دور استخدام أساليب بحوث العمليات في ترشيد قرارات إدارة المخزون- دراسة حالة شركة الساحل للغزل في جبلة -
110-69	سوزان العلي د. ريم محمود د. هلا نصار	أثر التضخم على عوائد المؤشرات القطاعية في الأسواق المالية (دراسة تطبيقية على سوق دمشق للأوراق المالية)
140-111	حلا سامي عباس	أثر ضغوط العمل على الأداء الوظيفي - دراسة ميدانية على مؤسسة التأمينات الاجتماعية في مدينة طرطوس
166-141	حيان أحمد ناصر	دور جودة خدمة مستودعات الأدوية في تحقيق رضا العملاء دراسة ميدانية على عملاء مستودعات الأدوية في مدينة طرطوس

دور التسويق الإلكتروني في تطوير جودة الخدمة السياحية في فنادق الساحل السوري دراسة ميدانية على عملاء فنادق الأربع نجوم في محافظة طرطوس

الباحثة: نور عبدالكريم عيسى

كلية: السياحة

جامعة: البعث

الملخص:

تهدف الدراسة الحالية إلى اختبار الدور الذي يلعبه التسويق الإلكتروني في تطوير جودة الخدمات السياحية في فنادق الأربع نجوم في محافظة طرطوس، وذلك من خلال اختبار العلاقة بين التسويق الإلكتروني وأبعاد جودة الخدمة السياحية، وبغية تحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على الاستبانة كأداة للدراسة تم توجيهها إلى عملاء هذه الفنادق في المحافظة، وتم تحليل البيانات بالاعتماد على الحزمة الإحصائية SPSS، حيث أظهرت نتائج التحليل وجود علاقة ارتباط معنوية بين التسويق الإلكتروني وبين أبعاد جودة الخدمة السياحية، وقد أوصت الدراسة بضرورة اهتمام فنادق الأربع نجوم بتقنيات التسويق الإلكتروني بغية تحقيق أفضل النتائج في تقديم الخدمة السياحية، مع مراعاة خصوصية بيانات العملاء لكسب ثقتهم واستمرارية تعاملهم مع هذه الفنادق.

الكلمات المفتاحية: التسويق الإلكتروني - المزيج التسويقي الإلكتروني - جودة الخدمة.

The Role Of E-Marketing On Improvement The Quality Of Tourist Services "

A Field Study On Four Star Hotels In Tartous Governorate"

ABSTRACT

The current study aims to test the role that electronic marketing plays in improving the quality of tourism services in four-star hotels in Tartous Governorate, by testing the relationship between electronic marketing and the dimensions of tourism service quality,. In order to achieve the objectives of the study, the study was approved. The questionnaire was used as a tool for the study and was directed to the customers of these hotels in the governorate. The data was analyzed based on the statistical package SPSS, where the results of the analysis showed a significant correlation between electronic marketing and the dimensions of the quality of tourism service.

The study recommended the need for four-star hotels to pay attention to electronic marketing techniques in order to achieve the best results in providing tourism services, taking into account the privacy of customer data to gain their trust and continuity of dealing with these hotels.

Key words: Tourism Marketing mix- E-Marketing- service quality

1- المقدمة:

يعتبر التسويق من أهم الوظائف الأساسية لأي منظمة، وأحد أدواتها الديناميكية في تحقيق أهدافها، نظراً لدوره الحيوي في ضمان بقاءها واستمرارها، فهو المفتاح السري لانفتاح أبواب التقدم والركيزة الأساسية في النشاط الاقتصادي، المر الذي جعل المؤسسات الخدمية تعمل به أكثر.

وقد شهدت صناعة الخدمات وتسويقها تغيرات جوهرية وتطورات تكنولوجية هائلة فتحت آفاقاً جديدة أمام المؤسسات لتسويق خدماتها إلكترونياً، فظهر التسويق الإلكتروني لتتسوق الأنشطة التسويقية وأصبح أداة فعالة للمؤسسات تعرض من خلالها خدماتها المختلفة على نطاق عالمي بأساليب حديثة لتحقيق أهدافها وبناء علاقات جيدة مع زبائنها، والحد من ضياع الوقت والجهد والمال مما يلزم البحث عن تقنيات وآليات تساعد على مواكبة هذا التطور الجديد لتقديم خدمات على مستوى عال من الجودة لترتقي إلى مستوى تطلعات زبائنها، لذلك أصبح لزاماً على المؤسسات تضمين التسويق الإلكتروني في استراتيجياتها التسويقية، من أجل الوصول إلى بناء علاقات جيدة مع الزبائن وكسب رضاهم لتحسين جودة الخدمات.

ومن هنا جاءت الدراسة الحالية لاختبار الدور الجوهري لاستراتيجيات التسويق الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات السياحية لفنادق الأربع نجوم في محافظة طرطوس.

2- مصطلحات الدراسة:

التسويق الإلكتروني: وهو تعامل تجاري قائم على تفاعل أطراف التبادل الإلكتروني بدلاً من الاتصال المادي المباشر. (بن البار، 2019)

المزيج التسويقي الإلكتروني: يتكون من مجموعة من الأدوات التسويقية التي تستعملها المنظمة لبلوغ أهدافها وهي تتضمن تصميم موقع الويب، الأمن، التوزيع الإلكتروني، الترويج الإلكتروني، السعر الإلكتروني، المجتمعات الافتراضية الخصوصية والتخصص. (نوري، 2017)

جودة الخدمة: وهي نوعية الخدمات المقدمة المتوقعة والمدركة والتي تمثل المحدد الرئيسي لرضا الزبون أو عدم رضاه. (ولد قادة، بن قدور، 2018).

3- الدراسات السابقة:

أولاً: الدراسات العربية:

1- دراسة عمري (2018) بعنوان:

"التسويق الالكتروني للخدمات السياحية وأثره في دعم القدرة التنافسية للمؤسسات

الصغيرة والمتوسطة في القطاع السياحي في ولاية بسكرة"

هدفت الدراسة إلى: الكشف عن واقع تبني المؤسسات السياحية الصغيرة والمتوسطة بولاية بسكرة لوسائل التسويق الالكتروني، ومدى ارتباط القدرة التنافسية لهذه المؤسسات بالمستوى العام للتبني، وتحديد أهم المشاكل والمعوقات التي تواجه عملية التطبيق. منهج الدراسة: اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي في الإطار النظري، وفي الجانب التطبيقي اعتمدت الاستبيان وتحليل نتائجه الإحصائية .

نتائج الدراسة: انخفاض مستوى تبني تقنيات التسويق الالكتروني في الفنادق، كما توصلت إلى وجود علاقة بين استخدام وسائل التسويق الالكتروني للمؤسسات وبين التحسين في أبعاد الميزة التنافسية المتمثلة في الربحية، الارتقاء بمستوى الرضا للزبائن .

2- دراسة جعفري (2021) بعنوان:

" أثر التسويق الالكتروني في الترويج للخدمات السياحية- دراسة ميدانية على عينة

من الوكالات السياحية بأم البواقي".

هدفت الدراسة إلى: دراسة وتحليل العناصر الأساسية للتسويق الالكتروني بولاية أم البواقي، وإبراز الدور الحيوي للتسويق الالكتروني في مجال السياحة . منهج الدراسة: اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي مع تصميم استمارة استبيان بغية جمع البيانات اللازمة لاختبار فرضيات الدراسة. نتائج الدراسة: أن الوكالة توفر كم هائل من المعلومات للتعريف بخدماتها، إلى جانب وجود علاقة بين التسويق الالكتروني وتطوير تقديم الخدمات السياحية.

3- دراسة الزهراء و شيماء (2021) بعنوان:

" دور التسويق الالكتروني في تطوير الخدمة السياحية- دراسة حالة وكالة السياحة

والسفر -الجزائر"

هدفت الدراسة إلى: توضيح المكانة التي يحتلها التسويق الالكتروني في تطوير السياحة، مع إبراز دور وأهمية التسويق الالكتروني في النشاط السياحي.

منهج الدراسة: اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي إلى جانب إجراء مقابلة شخصية مع صاحب الوكالة.

نتائج الدراسة: يوفر التسويق الالكتروني فرصة جوهريّة للاستجابة مع التغيرات التي تحدث في الأسواق بشكل يحقق دمج حاجات الزبائن مع التطورات التكنولوجية، وإن استخدام التسويق الالكتروني يتم بسهولة وفعالية وتكلفة أقل من التسويق التقليدي مما يسمح لها بعرض منتجاتها بأسعار تنافسية.

ثانيا: الدراسات الأجنبية:

1- دراسة Paranjape & Kennedy (2020) بعنوان:

Market orientation on tourism service performance, The mediating role of E-Marketing

"التوجه بالسوق حول أداء الخدمات السياحية: الدور الوسيط للتسويق الالكتروني"

هدفت الدراسة إلى: اختبار العلاقة الداخلية بين اتجاه السوق والتسويق الالكتروني بغية استكشاف التقنيات البديلة والتي تؤثر على الأداء التسويقي للفنادق في منطقة بادولا.

المنهج المتبع: تم تحليل البيانات باستخدام الحزمة الإحصائية SPSS واستخدام تحليل الانحدار والارتباط.

نتائج الدراسة: أظهرت النتائج وجود علاقة ارتباط قوية بين توجه السوق، التسويق الالكتروني وأداء شركات الخدمات السياحية.

اختلاف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة:

من خلال استعراض الدراسات السابقة تبين لنا أنها تتفق من حيث المتغير المستقل وهو التسويق الإلكتروني، ولكن يوجد تفاوت في أهداف كل منها، حيث هدفت بعض الدراسات إلى اكتشاف العلاقة بين التسويق الإلكتروني والقدرة التنافسية، وأخرى اختبرت العلاقة بين التسويق الإلكتروني والترويج للخدمة السياحية في حين ركزت أخرى على دوره في تطوير الخدمة السياحية، أو تحسين جودة الخدمة في الشركات السياحية، بينما ركزت الدراسة الحالية على اختبار دور التسويق الإلكتروني في تحسين جودة الخدمات السياحية في فنادق الأربع نجوم في محافظة طرطوس متبينة أبعاد جودة الخدمة (الاعتمادية، الاستجابة، الأمان).

3- مشكلة الدراسة:

نشهد اليوم ثورة حقيقية في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والتي فرضت تأثيرها على جميع مناحي الحياة، وساهمت في تطوير وسائل التسويق والترويج السياحي وإيصال المنتج السياحي إلى آفاق بعيدة، لذا أصبح التعامل مع هذه التكنولوجيا أمراً لا مفر منه، ويقاس مدى نجاح هذه المنظمات بجديتها في تطبيق هذه الاستراتيجيات المعاصرة، كونها تلعب دوراً أساسياً في تحقيق العديد من المزايا للمنظمة مثل الربحية والتميز وتخفيض التكلفة بما يميزها عن منافسيها ويحقق لها الاستمرارية والنمو في السوق، كما تتعكس على تحقيق الرضا لدى زبائنها الذين يشكلون نقطة القوة لتلك المنظمات، ويعتبر التسويق الإلكتروني أحد أهم الاستراتيجيات التي يمكن أن تتبعها المنظمة السياحية، وخاصة في ظل الأوضاع الحالية والتي فرضت على المنظمات السياحية أن تتبع أساليب حديثة في التعريف عن خدماتها ومنتجاتها لا يصلها لأكثر عدد ممكن من العملاء بسبب ارتفاع تكاليف الاعلانات التقليدية وتغير مستوى الدخل للعديد من فئات المجتمع، بالإضافة إلى ظهور العديد من المنظمات السياحية والتي تقدم خدماتها بشكل

منخفض من أجل المنافسة في السوق وجذب أكبر عدد ممكن من عملاء الشركات المنافسة.

وانطلاقاً مما سبق يمكننا معالجة الموضوع من خلال التساؤل البحثي الآتي:

ما هو دور التسويق الالكتروني في تحسين جودة الخدمة السياحية في فنادق الأربع نجوم في محافظة طرطوس؟

وتتفرع عنه الأسئلة الفرعية الآتية يتمثل أهمها:

1- ما هو دور التسويق الالكتروني في تحسين الاستجابة في وكالات السياحة والسفر في محافظة طرطوس؟

3- ما هو دور التسويق الالكتروني في تحسين الاعتمادية في وكالات السياحة والسفر في محافظة طرطوس؟

3- ما هو دور التسويق الالكتروني في تحسين الضمان في وكالات السياحة والسفر في محافظة طرطوس؟

4- أهمية البحث:

تتجلى أهمية البحث في النواحي الآتية:

الأهمية العلمية:

1- حيوية موضوع التسويق الالكتروني وجودة الخدمة في مجال المنظمات السياحية وخاصة الفنادق.

2- أهمية عملية الربط بين التسويق الالكتروني وتحسين جودة الخدمة السياحية كعنصر ضروري يساعد المنظمة الخدمية في الارتقاء بمكانتها وتحسين تعاملها مع عملائها.

الأهمية العملية:

تعتبر الفنادق في أي محافظة أو منطقة دليلاً على تقدمها وتحضرها وامتلاكها لعناصر جذب سياحي متنوعة، لذلك كان لا بد من الاهتمام بجودة خدماتها وتحسينها والتعريف بالخدمات التي تقدمها وهذا ما يتحقق عن طريق التسويق الالكتروني لهذه الفنادق من أجل تعريف الجمهور العام بها والمزايا التي تقدمها مقارنة بغيرها من الفنادق المنافسة، بالإضافة إلى أن هذه الدراسة تسهم في الوقوف الفعلي على حقيقة اتباع الفنادق محل الدراسة على التسويق الالكتروني وما هو دوره الفعلي في تحسين جودة الخدمات لهذه الفنادق.

5- أهداف البحث:

يهدف البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية:

- 1- التعرف على مدى تطبيق الفنادق الأربع نجوم في محافظة طرطوس استراتيجيات التسويق الالكتروني.
- 2- التعرف على الدور الذي تلعبه استراتيجيات التسويق الالكتروني في تحسين جودة الخدمات السياحية في الفنادق محل الدراسة .
- 3- تقديم مجموعة من التوصيات التي قد تفيد الفنادق المدروسة في تحسين آلية عملها وتقديم خدماتها.

6- فرضيات البحث:

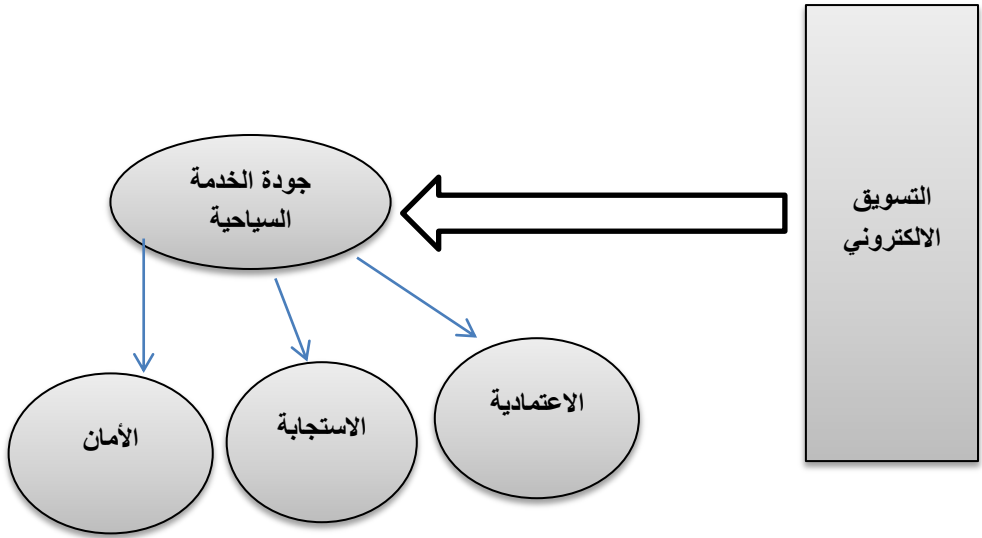
الفرضية الرئيسية: لا يوجد أثر ذو دلالة معنوية للتسويق الالكتروني في تحسين جودة الخدمة السياحية في فنادق الأربع نجوم في محافظة طرطوس.
وتتفرع عنها الفرضيات الفرعية الآتية:

- 1- لا يوجد أثر ذو دلالة معنوية للتسويق الالكتروني في استجابة الخدمة السياحية في فنادق الأربع نجوم في محافظة طرطوس.

2- لا يوجد أثر ذو دلالة معنوية للتسويق الالكتروني في اعتمادية الخدمة السياحية في فنادق الأربع نجوم في محافظة طرطوس.

3- لا يوجد أثر ذو دلالة معنوية للتسويق الالكتروني في أمان الخدمة السياحية في فنادق الأربع نجوم في محافظة طرطوس.

7- نموذج البحث



8- منهجية البحث:

بغية تحقيق الأهداف العلمية المرجوة من البحث فقد تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي لإجراء الدراسة من خلال:

في الإطار النظري للبحث: تم الاعتماد على الأسلوب الوصفي لأهم المعلومات الواردة في الكتب والمراجع العربية والأجنبية المتعلقة بموضوع البحث.

في الجانب التطبيقي للبحث: تم الاعتماد على الاستبيان والذي وزع بشكل شخصي من قبل الباحثة على عملاء فنادق الأربع نجوم في محافظة طرطوس من أجل تجميع البيانات الأولية من واقع مجتمع وعينة البحث عن طريق تصميم قائمة استقصاء مناسبة

لهذا الغرض من أجل اختبار صحة فروض البحث إذ تم تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS 20، حيث تم تصميم استبانة تقيس محور فرضيات البحث.

8- مجتمع وعينة البحث:

مجتمع البحث: يتمثل مجتمع البحث في عملاء فنادق الأربع نجوم في محافظة طرطوس وهي فنادق (برج شاهين - مجمع شاهين - الهوليدي بيتش - البورتو جوناذا طرطوس).

عينة البحث: عينة عشوائية من السياح والعملاء لفنادق الأربع نجوم في محافظة طرطوس، حيث قامت الباحثة بسحب عينة عشوائية من المجتمع الكلي كونه مجتمع متجانس وتوزيع (70) استبانة واسترداد (60) استبانة استبعدت منها (10) استبانات لعدم ملائمتها (استكمال البيانات) أي اشتملت عينة الدراسة على (50) عميل من الفنادق المذكورة.

أداة البحث : استخدمت الباحثة استبانة لقياس متغيرات الدراسة، وقد اشتملت على (28) فقرة وتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي في تحديد الإجابة عن أسئلة الاستبانة (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة) .

9- حدود البحث:

الحدود الزمنية: الفترة الزمنية المتمثلة بالعام 2022-2023.

الحدود المكانية: محافظة طرطوس .

10- الإطار النظري للبحث:

أولاً: مفهوم التسويق الإلكتروني:

يعتبر التسويق الإلكتروني من المفاهيم الجديدة والمبتكرة في عالم التسويق، ومع زيادة استخدام الإنترنت في مجال الاتصالات فقد زادت أهمية التسويق الإلكتروني في المؤسسات للاقترب من زبائنها وتسويق خدماتها ومنتجاتها.

توجد عدة تعاريف للتسويق الإلكتروني، فقد عرف بأنه " عملية استخدام شبكة الإنترنت والتكنولوجيا الرقمية لتحقيق الأهداف التسويقية للمؤسسات لتدعيم المفهوم التسويقي الحديث". (ليازيد، 2016)

وحسب الجمعية الأمريكية للتسويق فقد عرفته بأنه: "مجموعة من العمليات التي تحدد لخلق الاتصال وإرسال القيمة للعميل بالطرق التي تحقق المنافع والأهداف للمؤسسة وأصحاب الحصص والتي تتم من خلال الأدوات والوسائل الإلكترونية" (خان، قطاف، 2019)

وبالتالي تعرف الباحثة التسويق الإلكتروني هو عملية تبادل تحقق منفعة لكل من الزبون والمؤسسة من خلال الوسائل الإلكترونية والاتصال الدائم بينهما.

ثانياً: خصائص التسويق الإلكتروني:

- **قابلية إرسال الموجة:** لقد مكنت الإنترنت المؤسسات من تحديد زبائنها، حتى قبل القيام بعملية الشراء، لأن التكنولوجيا الرقمية ممكن أن تسمح لزائري موقع الويب أن يقدموا معلومات عن حاجاتهم ورغباتهم قبل الشراء.
- **الذاكرة:** وهي القدرة على الوصول إلى قواعد ومخازن البيانات التي تتضمن كافة المعلومات عن الزبائن المحددين وتاريخ مشترياتهم الماضية وتفضيلاتهم، مما يسمح للمؤسسة التي تستخدمه من استعمال تلك المعلومات في الوقت الحقيقي. (العياشي، 2016)

- **التفاعلية:** إن السمة المميزة للتسويق الإلكتروني هي التفاعل الذي يسمح للزبون من التعبير عن حاجاته ورغباته مباشرة استجابة لاتصالات التسويق للمؤسسة، وهذا يعني إمكانية تحقيق تفاعل بين المؤسسة والزبائن في الوقت الفعلي.
- **عالمية التسويق الإلكتروني:** يسمح التسويق الإلكتروني بالتغلب على الحواجز الجغرافية حيث يمكن للزبائن معرفة المتاح في الأسواق من منتجات وخدمات على مستوى السوق القومي أو السوق العالمي.
- **انخفاض التكاليف:** فاللجوء إلى التسويق الإلكتروني يمكن تفادي العديد من التكاليف مثلا تجنب تكاليف إقامة مرافق ضرورية لإجراء عملية التسويق (بن قدور وشارف، 2019)

ثالثاً: مبررات استخدام التسويق الإلكتروني:

- تتمثل هذه المبررات في الآتي: (حمو، 2016)
- التخفيف من ضغط الزبائن والتخلص من طوابير الانتظار في المؤسسات.
 - حاجة الزبائن في تقديم خدمات لهم عن بعد وتزويدهم بصفة مستمرة بالمعلومات المختلفة عن منتجات وخدمات المؤسسة.
 - تطوير أساليب الأمان والحفاظ على السرية في الربط الشبكي.
 - ابتكار أجهزة الحاسوب والرامج الجديدة التي تسهل عملية الاتصال بالخدمات المتصلة بشبكة الإنترنت.
 - تسمح الإنترنت بالتفاعل بين المنتج والمستهلك وتوفر فرصة الحصول على تغذية مرتدة من العملاء حول المنتج.
 - تطوير تكنولوجيا الاتصالات وسهولة ربط جميع بلدان العالم بشبكة متكاملة.

رابعاً: المزيج التسويقي الإلكتروني: يتكون هذا المزيج من العناصر الآتية:

أولاً: المنتج الإلكتروني: يعد المنتج جوهر عناصر المزيج التسويقي الإلكتروني والمنتج في الأعمال الإلكترونية هو ما تقدمه المؤسسة من خلال إشباع حاجات ورغبات وأذواق الزبائن المستهدفين ومن خصائصه هو إمكانية المشاركة أو التخزين أو النقل بسهولة في أي مكان في العالم (نوري، 2017)

ثانياً: التسعير الإلكتروني: وهو المرونة الكبيرة التي تخدم طرفي المعادلة والاستجابة لمتطلبات الدقة والسرعة وإمكانية المقارنة بين المنتجات والخدمات.

ثالثاً: التوزيع الإلكتروني: يعد التوزيع عنصراً أساسياً في التسويق الإلكتروني، إذ يهتم بتوزيع السلع والخدمات التي تباع عبر الإنترنت أو أي شبكة اتصال أخرى وبالتالي القضاء على المسافات بين مقدم الخدمة والعملاء (حميدات، 2020)

رابعاً: الترويج الإلكتروني: وهو ذلك العنصر المتعدد الأشكال والمتفاعل مع غيره من عناصر المزيج التسويقي المتعلق بإمداد الزبون بالمعلومات والمزايا الخاصة بسلعة أو خدمة معينة، وإثارة اهتمامه بها بمقدراتها وتميزها عن غيرها من السلع والخدمات والإقناع بشرائها (زارد، 2015)

خامساً: تصميم الموقع الإلكتروني: يعني الموقع الإلكتروني صفحة الكترونية مرتبطة مع غيرها من الصفحات والتي يمكن مشاهدتها والتفاعل معها عبر برامج حاسوبية تسمى المتصفحات أو بواسطة الهاتف المقال، حيث عند تصميم موقع الكتروني على شبكة الإنترنت يجب الأخذ بعين الاعتبار العوامل التي يفضلها الزبون كموثوقية العمل، عرض منتجات محددة للبيع وتحديد سعرها، وسهولة الانتقال وقابلية البحث (الصباغ، 2016)

سادساً: أمن الأعمال الإلكترونية: وهو أحد العناصر الأساسية للمزيج التسويقي الإلكتروني، لأن أمن وسرية المعلومات التي يجري تبادلها عند إبرام صفقات الأعمال من القضايا المهمة جداً خاصة إذا تعلق الأمر بخصوصية العمل أو بقضايا مالية مثل أرقام حسابات المشتريين والبائعين وأرقام بطاقات الائتمان (مزيان، دحماني، 2021).

خامساً: جودة الخدمة السياحية:

1- مفهوم جودة الخدمة السياحية: يعد مصطلح الجودة من المصطلحات الحديثة في علم الإدارة والذي يشير إلى قدرة الخدمة على الوفاء بتوقعات العملاء فهي تعبر عن التوافق والاعتمادية مع السوق بغض النظر عن الاختلاف في التكلفة (محمد، 2020)، وتعبر الجودة عن مدى مطابقة المنتج أو الخدمة للمتطلبات والمواصفات وهي نسبة لانخفاض العيوب ومعدلات شكاوى العملاء، وتعد الجودة بمفهومها العام إنتاج المنظمة لسلعة أو تقديم خدمة بمستوى عال من الجودة المتميزة وتكون قادرة من خلالها على الوفاء باحتياجات ورغبات الزبائن، بالشكل الذي يتفق مع توقعاته وتحقيق الرضا والسعادة لهم، ويتم ذلك عن طريق وضع مقاييس مخصصة لإنتاج السلعة أو تقديم الخدمة، وإيجاد صفة التميز فيها، أما الخدمة فيقصد بها المساعدة أو العناية والاهتمام، ووفق الجمعية الأمريكية فإن الخدمة تعني المنتجات غير الملموسة التي يتم تبادلها مباشرة من قبل المنتج إلى المستهلك ولا تتم عملية نقلها أو تخزينها فهي تستهلك في نفس الوقت (كلاخي، تولم، 2021).

أما جودة الخدمة السياحية فهي مقياس للدرجة التي يرقى إليها مستوى الخدمة المقدمة للزبائن بما يقابل توقعاتهم، ويمكن تحقيق هذا المستوى المميز من

الخدمات السياحية عن طريق الموارد البشرية المؤهلة في الخدمة الممتازة والكفاءة
(Rahniati,et,al,2020).

وتعرف على أنها خدمة معنوية غير ملموسة او محسوسة وهي بطبيعتها متكاملة في ذاتها من حيث تقسيمها او تجزئتها مترابطة العناصر والأجزاء، وتعتمد الخدمة السياحية اساساً على عنصر التسويق الشخصي، حيث يعد العامل البشري اكثر العوامل تأثيراً في التسويق السياحي، لأن السائح لا يتعامل مع الة عندما يتعامل مع الخدمة السياحية بل مع انسان .وبالتالي فهي تحتاج إلى هوية خاصة ومفهوم خاص، نظراً لأن الخدمة السياحية غير ملموسة، اذ يصعب تمييز برامجها أو تصنيفها(بوشاشة،2017).

2- أهمية جودة الخدمة السياحية: يؤدي تقديم خدمات عالية الجودة من قبل المنظمات السياحية إلى تحسين القدرة التنافسية لتلك المنظمات، وهذا يؤدي إلى زيادة الحصة السوقية داخل السوق السياحية (عطالله وآخرون، 2020) ، كما أن لجودة الخدمة السياحية أهمية كبيرة في المنظمات السياحية وذلك من أجل تحقيق النجاح والاستقرار فضلاً على أن مستوى جودة أداء الخدمة هو أحد الأساليب التنافسية لبناء وتحقيق رضا العملاء.

3- أبعاد جودة الخدمة السياحية:

تعددت أبعاد جودة الخدمة إذ أشار العديد من الباحثين والكتاب إلى أبعاد جودة الخدمة بشكل عام، وأن الزبائن يعتمدون في تقييمهم للخدمة المقدمة لهم على أساس مستوى ونوعية الخدمة عن طريق مقياس واحد ، ويمكن ذكر أكثر الأبعاد اعتماداً من قبل أغلب الباحثين (زوبع، 2020، Enshaei,2020) وهي : (الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف والملموسية).

3-1- الاعتمادية: تعني الاعتمادية قدرة مقدم الخدمة على أداء الخدمة التي وعد بها بشكل يمكن الاعتماد عليها، وبدرجة عالية من الدقة، كما تشير الاعتمادية في مجال الخدمات إلى الالتزام بالمواعيد المحددة لتقديم الخدمة وتسليمها للزبائن في الوقت المتفق عليه (Tegambwage,2017).

3-2- الاستجابة: وهي الاستعداد لمساعدة الزبائن وتقديم خدمة سريعة والمتمثلة بحماس العاملين مقدمي الخدمة لمساعدة الزبائن وتقديم خدمة سريعة لهم، والذي يساعد في الحصول على رضا الزبائن بشكل أساسي عن طريق التميز في الاستجابة من قبل موظفي أو مقدمي الخدمة لاحتياجات الزبون أثناء تقديم الخدمة)، إذا تتجلى الاستجابة في قدرة مقدم الخدمة بالرد على طلبات الزبائن واستفساراتهم، والاستجابة لهم بصورة سريعة وخاصة في مجال الخدمات (Masrurul,2019).

3-3- الأمان: يمكن الإشارة إلى هذا البعد عن طريق الحالة التي يشعر بها الزبائن بالاطمئنان أثناء التعامل مع المنظمة السياحية، عن طريق معلومات القائمين على تقديم الخدمة وقدرتهم على الإجابة على أسئلة الزبائن بكل ثقة (خلف، 2021).

3-4- التعاطف: يشير التعاطف في مجال الخدمة إلى الرعاية والاهتمام الفردي من قبل مقدم الخدمة في المنظمة للزبائن، إذ أن موقف مقدم الخدمة المعتمد تجاه الزبائن يشجع على شعور الزبون بالأهمية.

3-5- الملموسية: وهي كافة الملموسات المادية ذات الالتماس المباشر مع العملاء مثل المبنى، الديكور، التجهيزات المادية لتسهيل تقديم الخدمة إلى غيره (غضبان، 2021).

4- سياسات التسويق السياحي في ترقية الخدمات السياحية: هناك العديد**من الأساليب التي يمكن اتباعها في التسويق السياحي من أجل تحسين****جودة الخدمات السياحية ومنها (عبد الرحمان، 2021):**

- الأخذ بالأساليب الحديثة للتسويق السياحي في السواق المحلية والتوسع نحو الأسواق الجديدة.
- البحث عن فرص في الأسواق السياحية الدولية
- استخدام الوسائل الترويجية والتسويقية المختلفة في كافة الأسواق السياحية
- دعم الدراسات السياحية والبحوث التسويقية.
- تعزيز الأمن والاستقرار السياحي
- تقديم المزيد من التسهيلات السياحية
- تطوير وسائل وأساليب الترويج والتسويق السياحي.

11- الدراسة العملية:

تم الاعتماد على الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، وتم استخدام اختبار الانحدار البسيط والانحدار المتعدد لمعرفة أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات السياحية في فنادق الأربع نجوم في محافظة طرطوس.

-مقياس الصدق والثبات:**• مقياس الصدق (الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة).**

قامت الباحثة بإيجاد معاملات الارتباط (مصنوفة الارتباط) بين متوسط العبارات التي تمثل كل محور على حدة، والمتوسط الكلي للمحاور مجتمعة، حيث يعتبر الصدق البنائي أحد مقاييس صدق الأداة الذي يقيس مدى تحقيق الأهداف التي تريد الأداة الوصول إليها، ويبين مدى ارتباط كل مجال من مجالات الدراسة بالدرجة الكلية لفقرات الاستبانة، وفي هذا الإطار وللتأكد من صحة وصدق الاستبيان قبل توزيعه فقد قمنا بعرضه على عدد من المحكمين في كليتي السياحة بجامعة طرطوس والبعث، وهم الدكتور احمد شحود، والدكتور مراد اسماعيل، والدكتور هيثم حسن، وقمنا بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في ضوء المقترحات المقدمة.

دور التسويق الالكتروني في تطوير جودة الخدمة السياحية في فنادق الساحل السوري
دراسة ميدانية على عملاء فنادق الأربع نجوم في محافظة طرطوس

الجدول رقم (1) قيمة معاملات الارتباط للعبارات التي تمثل محاور الدراسة كل على حدة
والمحاور مجتمعة

Correlations

	متوسط اجابات افراد العينة على محور الاعتمادية	متوسط اجابات افراد العينة على محور الاستجابة	متوسط اجابات افراد العينة على محور الأمان	متوسط جميع اجابات افراد العينة على محور التسويق الالكتروني
Pearson Correlation متوسط اجابات افراد العينة على محور الاعتمادية	1	.396*	.666**	.697**
Sig. (2-tailed)		.034	.000	.000
N	26	28	28	28
Pearson Correlation متوسط اجابات افراد العينة على محور الاستجابة	.396*	1	.811**	.835**
Sig. (2-tailed)	.034		.000	.000
N	28	28	28	28
Pearson Correlation متوسط اجابات افراد العينة على محور الأمان	.666**	.811**	1	.790**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
N	28	28	28	28
Pearson Correlation متوسط جميع اجابات افراد العينة على محور التسويق الالكتروني	.697**	.835**	.790**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
N	28	28	28	28

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

إنّ معظم معاملات الارتباط للعلاقة بين متوسط قيم الإجابات الكلي للاستبيان وبقيّة
متوسطات قيم إجابات المتغيرات الأخرى هي معاملات مقبولة و ذات دلالة إحصائية
حيث: $\text{Sig} = p < \alpha 0.01$ مما يؤكد مستوى صدق فقرات الاستبانة.

مقياس (معامل) الثبات (Reliability Coefficient):

يُقصد بثبات أداة القياس أن يعطي تطبيقها على نفس العينة وفي نفس الظروف النتائج نفسها، ويمكن إجراء ذلك القياس بثلاث طرق، نطبق منها طريقة معامل ثبات ألفا كرو نباخ يتم حساب معامل ثبات ألفا كرو نباخ باستخدام برنامج SPSS. وعادة ما تكون قيمة معامل ألفا كرو نباخ مقبولة إذا زادت عن (0.70)، حيث تزداد قيمة هذا المعامل كلما ازدادت عبارات الاستبانة مما يدل على أن الاستبانة تشمل كل تفاصيل البحث، ويزداد أيضاً كلما كانت إجابات أفراد العينة متباينة أي غير متجانسة.

بتطبيق معامل ألفا كرو نباخ على جميع عبارات الاستبانة نجد الجدول الآتي:

الجدول رقم (2) قيمة معامل ثبات ألفا كرو نباخ لعبارات الاستبانة

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	28

نلاحظ أن قيمة معامل ألفا كرو نباخ أكبر من 0.70 بالنسبة لجميع العبارات مما يعني الاستبانة تتمتع بثبات جيد جداً (0.849) وهي صالحة للحصول على البيانات المطلوبة دراسة الإحصاءات الوصفية التحليلية لمتغيرات الدراسة الأساسية:

لدراسة الإحصاءات الوصفية وتقييم المتوسطات الحسابية الخاصة بأبعاد جودة الخدمة السياحية والتسويق الإلكتروني، وذلك باستخدام المتوسط المرجح الموضح بالجدول الآتي، حيث تم حساب طول خلايا المقياس المستخدم كما يلي: $4/5=0.80$ وقد حسبت على أساس أن الأرقام الخمسة (1,2,3,4,5) قد حصرت فيما بينها أربع مسافات.

جدول رقم (3) درجات تطبيق الأبعاد الخاصة بالمتغيرات

مدى المتوسطات	مستوى التطبيق / درجة الموافقة
من 4.20 حتى 5	مرتفع جداً (موافق بشدة)
من 3.40 حتى أقل من 4.20	مرتفع (موافق)
من 2.60 حتى أقل من 3.40	متوسط (محايد)
من 1.8 حتى أقل من 2.60	منخفض (غير موافق)
من 1 حتى أقل من 1.8	منخفض جداً (غير موافق بشدة)

دور التسويق الالكتروني في تطوير جودة الخدمة السياحية في فنادق الساحل السوري
دراسة ميدانية على عملاء فنادق الأربع نجوم في محافظة طرطوس

كما تم استخدام بعض مقاييس النزعة المركزية والتشتت المتمثلة بالمتوسط الحسابي والانحراف المعياري وذلك لتحديد نقاط القوة والضعف لعبارات أداة البحث كما يأتي:

أولاً: الإحصاءات الوصفية لبعء التسويق الالكتروني:

جدول رقم (4) الإحصاءات الوصفية لبعء التسويق الالكتروني

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التطبيق
تخصص الفنادق موقع الكتروني يعرض جميع المعلومات والخدمات بشكل مناسب	4.14	.755	مرتفعة
التصميم الجيد لموقع الويب يجعل الموقع الالكتروني جذاب	3.25	.879	مرتفعة
تستخدم الفنادق البريد الالكتروني للتواصل مع زبائنها لإبلاغهم عن كل جديد حول عروضها المقدمة	3.65	.925	مرتفعة
تستخدم الفنادق الهاتف النقال والرسائل القصيرة كرابط بينها وبين الزبائن	3.10	.928	متوسطة
إن الحجز الالكتروني يسهل عملية اقتناء الخدمة	3.24	.423	متوسطة
العملاء قادرون على نشر تعليقاتهم وتقييم العروض عبر الموقع الخاص بالفندق	3.10	.628	متوسطة
يوفر الفندق مجموعة متنوعة من الخدمات السياحية الكترونياً لتلبية حاجات ورغبات العملاء	3.18	.557	متوسطة
يسمح التسويق الالكتروني عن طريق عملية الترويج الالكتروني إلى جعل الخدمة المقدمة الكترونياً فعالة..	3.55	.964	مرتفعة
تستخدم الفنادق برمجيات تهتم بالحفاظ على سرية وحماية معلوماتك وتنظيمها	4.56	.634	مرتفعة جداً
يؤدي التسويق الالكتروني إلى تخفيض تكلفة الخدمات المقدمة للزبون عبر الموقع وبالتالي استمرارية التعامل مع الفندق	4.32	.814	مرتفعة جداً
يسمح التسويق الالكتروني بإيصال الخدمة المقدمة الكترونياً عبر موقع الفندق في الوقت المناسب	4.45	.523	مرتفعة جداً
يتيح الفندق امكانية الدفع الكترونياً عبر بطاقات الائتمان والحساب المصرفي	3.53	.708	مرتفعة
المتوسط العام لبعء التسويق الالكتروني	3.387	.728	متوسطة

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج spss20

نلاحظ من الجدول السابق أن أعلى متوسط حسابي لعبارات الخدمة الخضراء كان للعبارة (تستخدم الفنادق برمجيات تهتم بالحفاظ على سرية وحماية معلوماتك وتنظيمها) بمتوسط حسابي (4.56) وانحراف معياري (0.734) وبدرجة تطبيق مرتفعة جداً، فيما حصلت عبارتي (تستخدم الفنادق الهاتف النقال كرابط بينها وبين الزبائن) ، (العملاء قادرون على نشر تعليقاتهم وتقييم العروض عبر الموقع الخاص بالفندق) على أقل متوسط حسابي قدره (3.10) وانحراف معياري قدره (0.928). أما المتوسط الكلي لبعد التسويق الالكتروني بلغ (3.387) وانحراف معياري (0.728). وبالتالي فإن درجة تطبيق التسويق الالكتروني في فنادق الأربع نجوم جاءت متوسطة من وجهة نظر أفراد العينة محل الدراسة.

ثانياً: الإحصاءات الوصفية لأبعاد جودة الخدمة السياحية:

البعد الأول: الاستجابة:

جدول رقم (5) الإحصاءات الوصفية لبعد الاستجابة

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة التطبيق
يلتزم مقدمو الخدمة بتقديم الخدمات المطلوبة في أي وقت	3.44	0.814	مرتفعة
يحصل الزبون على كل المعلومات التي تخصه وفي الوقت المناسب	4.29	0.784	مرتفعة جداً
الموظفين في الوكالة على استعداد تام للتعاون معك	4.42	0.753	مرتفعة جداً
تخصص ادارة الفندق جزء من وقتها لاستقبال شكاوى واقتراحات الزبائن	4.65	0.640	مرتفعة جداً
المتوسط العام لبعد الاستجابة	4.20	0.632	مرتفعة جداً

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج التحليل الإحصائي spss20

نلاحظ من الجدول السابق أن عبارة (تخصص ادارة الفندق جزء من وقتها لاستقبال شكاوى واقتراحات الزبائن) حصلت على أعلى متوسط حسابي قدره (4.65) وانحراف معياري قدره (0.640) وبدرجة تطبيق مرتفعة جداً، بينما حصلت عبارة (يلتزم مقدمو الخدمة بتقديم الخدمات المطلوبة في أي وقت) على أقل المتوسطات وبدرجة تطبيق مرتفعة، لذا يجب على إدارة الفنادق محل الدراسة أن تهتم بتقديم أفضل الخدمات للزبائن ، وقد بلغ المتوسط الكلي لبعد الاستجابة (4.2) بالتالي جاءت درجة تطبيق هذا البعد مرتفعة جداً من وجهة نظر أفراد العينة، وعلى إدارة الفنادق التركيز على هذا البعد لما له من أهمية في تعزيز جودة الخدمة والتميز على منافسيها.

دور التسويق الالكتروني في تطوير جودة الخدمة السياحية في فنادق الساحل السوري
دراسة ميدانية على عملاء فنادق الأربع نجوم في محافظة طرطوس

البعد الثاني: الاعتمادية:

جدول رقم (6) الإحصاءات الوصفية لبعد الاستجابة

درجة التطبيق	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة
مرتفعة	.882	3.84	تحرص ادارة الفندق على تقديم خدماتها وبطريقة صحيحة
مرتفعة	.865	3.76	يعتمد الفندق على موظفين لهم معارف ومهارات كافية لأداء واجباتهم
مرتفعة	.787	3.50	تتميز خدمات الفندق بالكفاءة العالية والمصداقية في تقديمها
مرتفعة	.775	4.15	تهتم ادارة الفندق بمشاكل واقتراحات العملاء
مرتفعة	.854	3.8125	المتوسط العام لبعد الاعتمادية

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج spss20
نلاحظ من الجدول السابق أن عبارة (تهتم ادارة الفندق بمشاكل واقتراحات العملاء)
حصلت على أعلى متوسط حسابي قدره (4.15) بانحراف معياري قدره (0.775)، في
حين حصلت عبارة (تتميز خدمات الفندق بالكفاءة العالية والمصداقية في تقديمها)
على أقل متوسط حسابي ولكن بشكل عام فإن المتوسط الكلي لعبارات البعد (الاعتمادية
للخدمة) يبلغ (3.812) مما يدل على أن إجابات أفراد العينة تميل نحو درجة الموافقة.

البعد الثالث: الأمان:

جدول رقم (7) الإحصاءات الوصفية لبعد الاستجابة

درجة التطبيق	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبرة
مرتفعة	.925	3.42	تتمتع الفنادق بمكانة وسمعة جيدة لدى أفراد المجتمع
مرتفعة جداً	.961	4.23	يتسم سلوك الموظفين في الفندق بالأدب وحسن المعاملة مع الزبائن
مرتفعة	.888	3.77	تحرص ادارة الفندق على خلق الشعور بالأمان لدى الزبون لاهتمامها باحتياجاته
مرتفعة	.898	3.84	تحتفظ الفنادق بسجلات دقيقة عن زبائنها
مرتفعة	.659	3.815	المتوسط العام لبعد الأمان

المصدر: الجدول من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج

spss20

يتضح من الجدول السابق أن المتوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة على العبارات الخاصة بمحور "الأمان" قد بلغ (3.815) مما يعني أن إجابات أفراد العينة فيما يتعلق ببعد الأمان للخدمة كانت أقرب إلى الموافق، حيث حازت عبارة (يتسم سلوك الموظفين في الفندق بالأدب وحسن المعاملة مع الزبائن) على أعلى متوسط حسابي وقدره (4.23) وبانحراف معياري (0.961)، فيما حازت عبارة (تتمتع الفنادق بمكانة وسمعة جيدة لدى أفراد المجتمع) على أدنى متوسط حسابي وقدره (3.42) وبانحراف معياري (0.925).

12- اختبار الفرضيات

الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة معنوية للتسويق الإلكتروني في

استجابة الخدمة السياحية في فنادق الأربع نجوم في محافظة طرطوس.

لاختبار هذه الفرضية تم الاعتماد على الانحدار البسيط لتوضيح أثر التسويق

الإلكتروني في استجابة الخدمة السياحية وكانت النتائج كالتالي:

جدول رقم (8) نتائج تحليل الانحدار البسيط لتأثير التسويق الإلكتروني في استجابة الخدمة السياحية

في الفنادق محل الدراسة

Model	R	R Square	Change Statistics				
			R Square Change	F Change	DF1	DF2	Sig. F Change
1	.794	.630	.630	86.315	1	48	.000

المصدر: الجدول من إعداد الباحثة بناءً على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS 20)

من الجدول نجد ان معامل الارتباط بلغ (0.794) مما يعني أن العلاقة طردية ومقبولة

بين التسويق الإلكتروني وبين بعد الاستجابة للخدمة ، وكذلك معامل التحديد بلغ

(0.630) وهو يدل على أن (63%) من تغيرات المتغير التابع تتبع لتغيرات المتغير

المستقل، مما يعني أن هناك تأثير للتسويق الإلكتروني في استجابة الخدمة السياحية في

دور التسويق الالكتروني في تطوير جودة الخدمة السياحية في فنادق الساحل السوري
دراسة ميدانية على عملاء فنادق الأربع نجوم في محافظة طرطوس

الفنادق محل الدراسة بمقتضى تلك النسبة، ونلاحظ أيضاً أن قيمة معامل التباين بلغت (86.315) عند القيمة الاحتمالية ($\text{sig}=0.000$) وهي أصغر من مستوى الدلالة (α) $=0.05$ وبناء عليه فإننا نرفض فرضية العدم التي تقول بعدم وجود أثر ذو دلالة معنوية للتسويق الالكتروني في استجابة الخدمة السياحية في فنادق الأربع نجوم في محافظة طرطوس، ونقبل الفرضية البديلة القائلة بوجود أثر ذو دلالة إحصائية بين التسويق الالكتروني وبعد الاستجابة للخدمة في الفنادق الأربع نجوم في محافظة طرطوس الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة معنوية للتسويق الالكتروني في الالكتروني في اعتمادية الخدمة السياحية في فنادق الأربع نجوم في محافظة طرطوس.

لاختبار هذه الفرضية قمنا بإجراء تحليل الانحدار البسيط لتأثير التسويق الالكتروني في اعتمادية الخدمة السياحية للفنادق المدروسة وفق الجدول الآتي:

جدول (9) نتائج تحليل الانحدار البسيط لتأثير التسويق الالكتروني في اعتمادية الخدمة السياحية في الفنادق محل الدراسة

Model	R	R Square	Change Statistics				
			R Square Change	F Change	DF1	DF2	Sig. F Change
1	.718	.515	.515	80.654	1	48	.000

المصدر: الجدول من إعداد الباحثة بناءً على نتائج التحليل الإحصائي باستخدام برنامج (SPSS 20)

يتضح من خلال الجدول السابق أن قيمة معامل الارتباط بلغت (0.718) وهذا يعني أن العلاقة طردية ومقبولة بين التسويق الالكتروني وبين اعتمادية الخدمة للفنادق محل الدراسة ، كما بلغت قيمة معامل التحديد (0.515) وهذا يعني أن التسويق الالكتروني يؤثر تقريباً بنسبة (52%) في اعتمادية الخدمة السياحية للفنادق محل الدراسة، كما نجد أن قيمة معامل التباين بلغت (80.654) عند القيمة الاحتمالية ($\text{sig}=0.000$) وهي

أصغر من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) وبناء عليه فإننا نرفض فرضية العدم التي تقول بعدم وجود أثر ذو دلالة معنوية للتسويق الالكتروني في اعتمادية الخدمة السياحية في فنادق الأربع نجوم في محافظة طرطوس، ونقبل الفرضية البديلة التي تقول بوجود أثر ذو دلالة معنوية في اعتمادية الخدمة السياحية في فنادق الأربع نجوم في محافظة طرطوس.

الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة معنوية للتسويق الالكتروني في أمان الخدمة السياحية في الفنادق محل الدراسة.

لاختبار هذه الفرضية قمنا بإجراء تحليل الانحدار البسيط لتأثير التسويق الالكتروني في أمان الخدمة السياحية للفنادق المدروسة وفق الجدول الآتي:

جدول (10) نتائج تحليل الانحدار البسيط لتأثير التسويق الالكتروني في أمان الخدمة السياحية

في الفنادق محل الدراسة

Model	R	R Square	Change Statistics				
			R Square Change	F Change	DF1	DF 2	Sig. F Change
1	.786	.617	.617	83.865	1	48	.000

من الجدول نجد ان معامل الارتباط بلغ (0.786) وهو يدل على أن العلاقة طردية ومقبولة التسويق الالكتروني وبعد الأمان للفنادق المدروسة، كما نجد أن قيمة معامل التحديد بلغت (0.617) وها يعني أن المتغير المستقل (التسويق الالكتروني) يؤثر بنسبة (62%) تقريبا في أمان الخدمة السياحية في الفنادق محل الدراسة، كما بلغت قيمة معامل التباين (83.865) عند القيمة الاحتمالية ($\text{sig}=0.000$) وهي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha = 0.05$) وبناء عليه فإننا نرفض فرضية العدم التي تقول بعدم وجود أثر ذو دلالة معنوية بين التسويق الالكتروني في أمان الخدمة السياحية للفنادق المدروسة، ونقبل الفرضية البديلة التي تقول بوجود أثر ذو دلالة معنوية للتسويق الالكتروني في أمان الخدمة السياحية للفنادق في محافظة طرطوس.

وبالتالي نرفض الفرضية الرئيسية للبحث ونؤكد وجود أثر ذو دلالة معنوية للتسويق الالكتروني في تحسين جودة الخدمة السياحية في فنادق الأربع نجوم في محافظة طرطوس.

13- النتائج:

بناء على الدراسة العملية واختبار فرضيات البحث توصلت الباحثة إلى النتائج التالية:

1- يوجد أثر معنوي للتسويق الالكتروني في استجابة الخدمة السياحية في فنادق الأربع نجوم في محافظة طرطوس، وترى الباحثة أنه يجب على إدارة الفنادق أن تقوم بتوفير المتطلبات المادية والتقنية في مجال الاتصالات والعمل على الاستفادة منها إلكترونياً لما لها من دور كبير في مساعدة الموظفين على التواصل مع العملاء بسهولة وتقديم الخدمة لهم بسرعة وكفاءة عالية وذلك من خلال تطوير مهاراتهم في استخدام هذه التقنيات واخضاعهم لدورات تدريبية مستمرة من أجل تقديم أفضل الخدمات وبالشكل المطلوب.

2- يوجد أثر معنوي للتسويق الالكتروني في اعتمادية الخدمة السياحية في فنادق الأربع نجوم في محافظة طرطوس، وبالتالي ترى الباحثة أنه يجب على المؤسسة أن تسعى لتقديم الخدمات بطريقة صحيحة وأن تقوم بالاعتماد على موظفين أكفاء يحسنون التعامل مع التكنولوجيا من أجل أداء وظائفهم إلكترونياً من أجل تقديم خدماتها بكفاءة ومصدقية عالية.

3- يوجد أثر معنوي للتسويق الالكتروني في أمان الخدمة السياحية في فنادق الأربع نجوم في محافظة طرطوس، وترى الباحثة أنه يجب على الفنادق محل الدراسة أن تسعى باستمرار من أجل تعزيز مكانتها لدى أفراد المجتمع من أجل الاقبال على خدماتها وأن تحرص على خلق الشعور بالأمان لدى العملاء وأنها تولي اهتماماً كبيراً لحاجاتهم ورغباتهم، وأن تسعى دائماً للاحتفاظ بسجلات دقيقة عن

العملاء إلكترونياً مما يسهل عملية الرجوع إليها ومعالجة أي مشكلة تخص هؤلاء العملاء، وهذا ما يتم تحقيقه من خلال التسويق الإلكتروني القائم على الثقة المتبادلة بين العملاء والفنادق من حيث وجود معلومات دقيقة عن هذه الشركات بحيث تزرع في نفوس العملاء الطمأنينة والأمان عند التعامل معها.

4- يوجد أثر معنوي للتسويق الإلكتروني في جودة الخدمة السياحية في فنادق الأربع نجوم في محافظة طرطوس، وبالتالي ترى الباحثة أن التسويق الإلكتروني يمثل فرصة ثمينة يجب على الفنادق الاستفادة منها كونها تساهم في الاستجابة للتغيرات التي تحدث في الأسواق وتساهم في دمج رغبات العملاء مع التطورات التكنولوجية المتسارعة، حيث يمثل التسويق الإلكتروني صورة واضحة للعملاء عن هذه الفنادق ويحقق الاتصال الفعال معهم واعلامهم بخدماتها ومنتجاتها بالإضافة إلى مساهمته في تخفيض أسعار الخدمات وسماحه بالمقارنة بينها خاصة أنه لا يحتاج إلى وجود مكان مادي وموظفين، بالإضافة إلى تحقيقه ميزة هامة وهي سماحه للفنادق بدراسة أسعار الشركات المنافسة الأخرى والقيام بمنافستها عن طريق الأسعار المخفضة والمناسبة.

14- المقترحات:

- بناء على نتائج الدراسة العملية نقدم أهم التوصيات والمقترحات:
- ضرورة الاستعانة بالأجهزة والمعدات الإلكترونية في تقديم الخدمات السياحية والاستعانة بتقنيات التسويق الإلكتروني وفق الاتجاهات الحديثة في تقديم الخدمة.
 - العمل على كسب ثقة العملاء والتركيز على عنصر الأمان والخصوصية حيث يجب التأكد من استخدام النظم الأكثر موثوقية لضمان أمن المعلومات للزبائن.

- تحسين سرعة الإنترنت لتسهيل عمليات التسويق الإلكتروني وتخفيض أسعار اشتراكات الزبائن.
- وجوب كسب رضا الزبائن من خلال تحسين الخدمات بصفة دائمة والوفاء بالوعود .
- ضرورة معالجة شكاوى العملاء باستمرار مع أخذ اقتراحاتهم بعين الاعتبار .
- ضرورة تحسين موقع الفنادق إلكترونياً بحيث يتم التعامل معه من مختلف المتصفحات.
- ضرورة اقناع القائمين على قطاع السياحة بأهمية التسويق الإلكتروني للخدمات السياحية.

15- المراجع:

- بن البار، موسى (2019): "تبني التسويق الالكتروني من خلال المواقع الالكترونية في المؤسسات الاقتصادية - دراسة عينة من المؤسسات الجزائرية"، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 12، العدد الثاني، ص 290-301.
- بن قدور، عابد، وشارف، نور الدين (2019): "واقع بحوث التسويق عبر الإنترنت عالميا"، حالة الجزائر"، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المجلد 12، العدد 1.
- بوشاشية، نادية (2017): "جودة الخدمة السياحية وأثرها على تعزيز ولاء السائح مع دراسة ميدانية لكيفية تقديم الخدمة السياحية لمنطقة الشلف"، الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، العدد 18، ص 70 - 82.
- جعفري، زكريا (2021) "أثر التسويق الالكتروني في الترويج للخدمات السياحية : دراسة ميدانية على عينة من الوكالات السياحية بأم البواقي"، رسالة ماجستير، جامعة العربي بن مهيدي.
- حمو، علي (2016) " دور التسويق الالكتروني في تعزيز العلاقة بين المصارف وزبائنها " رسالة ماجستير في جامعة الجزائر.
- حميدات، ايناس (2020): "دور التسويق الالكتروني في تحسين جودة الخدمة - دراسة حالة مؤسسة موبيليس - وكالة بسكرة"، رسالة ماجستير، جامعة محمد خيضر، بسكرة. الجزائر.
- خان، احلام، قطاف، فيروز (2019): " واقع تأثير التسويق الالكتروني على عناصر المزيج التسويقي المصرفي من وجهة نظر موظفي بنك سوسيتي جينيرال -الجزائر العاصمة"، المجلد الرابع، العدد الثاني، ص 96 - 113.

- خلف ، هالة عيدان حسون (2021) "تأثير أبعاد جودة الخدمة والمؤثرات المالية في ربحية المصارف " رسالة مقدمة إلى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية، بغداد.
- زارد، مريم (2015): " تأثير المزيج الترويجي على سلوك المستهلك النهائي دراسة حالة: مؤسسة موبيليس"، رسالة ماجستير، جامعة المسيلة، الجزائر.
- زوبع، راحل يحيى ابراهيم (2020) " تأثير جودة الخدمة في إدارة علاقات الزبائن: دراسة تطبيقية في عينة من المصارف العراقية" الجامعة المستنصرية، بغداد.
- الصباغ، نور(2016): " أثر التسويق الإلكتروني على رضا الزبائن في قطاع الاتصالات -دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير، كلية الأعمال، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا.
- عبد الرحمان، نور (2021): "دور التسويق الإلكتروني في ترقية الخدمات السياحية - دراسة ميدانية على وكالة لبيك للسياحة والأسفار بولاية المسيلة"، رسالة ماجستير، جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، الجزائر.
- عطا الله وآخرون (2020): "دراسة تقييمية لملموسية الخدمات السياحية في منطقة البترا"، المجلة الدولية للتراث والسياحة والضيافة، المجلد 14، العدد الأول، ص313-325.
- عمري، حدة (2018): " التسويق الإلكتروني للخدمات السياحية واثره في دعم القدرة التنافسية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة - دراسة عينة من المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في القطاع السياحي- والية بسكرة"، أطروحة دكتوراه، جامعة محمد خيضر -بسكرة، الجزائر.
- غضبان، ليلي (2021): " جودة الخدمات السياحية كمدخل لكسب ولاء العملاء"، مجلة الدراسات القانونية والاقتصادية، المجلد الرابع، العدد الأول. ص 178-197.
- فاطمة الزهراء، مساعدية، دباش، شيماء (2021) " دور التسويق الإلكتروني في تطوير الخدمة السياحية"، رسالة ماجستير، جامعة الجزائر.

- كلاخي، لطيفة، وتولم زاهية (2021) "جودة الخدمة السياحية وأثرها على ولاء العملاء: دراسة ميدانية على عينة من عملاء وكالة لجدار للسياحة والسفر" مجلة الاقتصاد وإدارة الأعمال، جامعة الجزائر.
- ليازيد، وهيبة (2016): "تأثير التسويق الإلكتروني في جودة الخدمات المصرفية - دراسة تحليلية مقارنة بين المصارف العامة والمصارف الخاصة في الجزائر"، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 18، العدد الرابع، ص155-168.
- محمد، ايوب محمود (2020): "أثر جودة الخدمة في تحقيق ولاء الزبون - دراسة تطبيقية على عينة من مشتركي شركة ايرث لينك لخدمات الإنترنت في محافظة اربيل"، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد الثامن عشر، ص 70 - 92.
- مزيان، حمزة، دحماني، علي (2021): " دور التسويق الإلكتروني في تنمية الحصة السوقية - حالة مجموعة من الوكالات السياحية بالشلف"، مجلة اقتصاديات شمال إفريقيا، المجلد 17، العدد 26، ص 307-322.
- مساعد العياشي(2016) " التسويق الإلكتروني ودوره في تحقيق المزايا التنافسية للمؤسسة: دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية" مذكرة لنيل درجة الماجستير في تسويق العمليات المصرفية والمالية، جامعة الجزائر.
- نوري، منير: "التجارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني"، ديوان المطبوعات الجامعية، الطبعة الثانية، الجزائر، 2017.
- ولد قادة، عبد الغني، بن قدور، جمال الدين (2018): "أثر جودة الخدمات على رضا الزبون - دراسة حالة الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي CNMA سعيدة"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية، الجزائر.

- Chavindi .b, Paranage and Kennedy F.B.:2021,'**Market orientation on tourism service performance : the mediating role of E-Marketing,**' Asian journal of economics, business and accounting, 20(4).
- Enshaei .H .Manzari Tavokoli.H,2020,"**Presenting a model of social factors effective in the service quality of the municipalities of Mazandaran "**.agriculture marketing and commercialization journal,4(1.)
- Masrurul .M,M,2019,'**Impact of service quality on customer satisfaction in Bangladesh tourism industry : An empirical study "** Advances in Management vol 12,1.
- Tegambwage,Dr.Amani,2017,"**the relative importance of service quality dimensions: An empirical study in the university of Dodoma ,Tanzania"**, International journal of interdisciplinary & multidisciplinary studies.
- Rahniati, F., Othman, N, A., Bakri, M, H., Ismail, Y., & Amin, G, (2020), "**Tourism service quality and tourism product availability on the loyalty of international tourists**", The Journal of Asian Finance, Economics and Business, 7(12), 959-968,

دور استخدام أساليب بحوث العمليات في ترشيده قرارات إدارة المخزون -دراسة حالة شركة الساحل للغزل في جبلة -

الدكتورة: فداء الشيخ حسن *

نسرین أحمد السليمان **

الملخص

يهدف هذا البحث إلى بيان مدى أهمية استخدام أساليب بحوث العمليات في عملية ترشيده قرارات إدارة المخزون، وذلك لأن أساليب بحوث العمليات تعمل على تحليل المشكلات وإيجاد الحلول المثلى التي تعمل على تحسين عمليات الشراء والتخزين والتوريد، وتحديد الكمية الاقتصادية المثلى للمخزون، وتحديد نقطة إعادة الطلب في الوقت المحدد، ولتحقيق هذا الهدف تم تطبيق نموذج إدارة المخزون في شركة الساحل للغزل وحلّه باستخدام برنامج (QM WINDOWS)، وقد توصل البحث إلى أن تطبيق هذا النموذج قد أسهم بترشيده قرارات إدارة المخزون من خلال تحديد الكمية الاقتصادية للمخزون، وتحديد نقطة إعادة الطلب، وتخفيض التكاليف الكلية للتخزين بنسبة % 33.69.

الكلمات المفتاحية: أساليب بحوث العمليات، ترشيده القرارات، إدارة المخزون، شركة الساحل للغزل.

* أستاذ مساعد، قسم إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، اللاذقية، سورية.

E- mail: Fedaa hassan 1984@gmail.com

** طالبة دكتوراه، قسم إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد، جامعة تشرين، اللاذقية، سورية.

E- mail: nsren sleman09@gmail.com

The role of using operations research methods in rationalizing inventory management decisions - a case study of the Coast Spinning Company in Jableh -

*Dr. Fedaa Sheikh Hassan

** Nisreen Ahmed Al-Sulaiman

ABSTRACT

This research aims to show the importance of using operations research methods in the process of rationalizing inventory management decisions, because operations research methods work to analyze problems and find optimal solutions that improve the purchasing, storage and supply processes, determine the optimal economic quantity of inventory, and determine the point of re-ordering on time, and to achieve this goal the inventory management model was applied in the Coast Spinning Company and solved it using the program (QM WINDOWS), and the research found that the application of this model It has contributed to rationalizing inventory management decisions by determining the economic quantity of inventory, determining the point of reorder, and reducing total storage costs by 33.69%.

Keywords: Operations Research Methods, Decision Rationalization, Inventory Management, Coast Spinning Company.

*Assistant Professor, Department of Business Administration, Faculty of Economics, Tishreen University, Lattakia, Syria.

E- mail: Fedaa hassan 1984@gmail.com

* * PhD student, Department of Business Administration, Faculty of Economics, Tishreen University Lattakia, Syria.

E-mail: nsren sleman09@gmail.com

مقدمة:

تُعد إدارة المخزون أحد التحديات الرئيسية التي تواجهها الشركات في قطاعات الصناعة والتجارة، فهي تتطلب اتخاذ قرارات استراتيجية وتكتيكية دقيقة لضمان توفر المواد والسلع المطلوبة في الوقت المناسب، وبأقل تكلفة ممكنة.

ومن أجل تحقيق هذا الهدف يستخدم مديرو المخزون أساليب بحوث العمليات التي تعتبر أداة قوية لترشيد قرارات إدارة المخزون، حيث تهدف أساليب بحوث العمليات إلى تحليل المشكلات المعقدة وإيجاد الحلول المثلى التي تحقق أهداف الشركة بأقل تكلفة وأقصر وقت ممكن، بالإضافة إلى ذلك يمكن استخدام أساليب بحوث العمليات في تحسين عمليات الشراء والتوريد وتحديد الكمية الاقتصادية المثلى، ونقطة إعادة الطلب للمخزون في الوقت المحدد.

وبناءً على ذلك فإن هذا البحث يسعى إلى إبراز دور استخدام أساليب بحوث العمليات في ترشيد قرارات إدارة المخزون، وتسعى إلى توفر المواد والسلع المطلوبة بأقل تكلفة، وتحسين كفاءة إدارة المخزون من خلال تحديد الكمية الاقتصادية ونقطة إعادة الطلب للمخزون في شركة الساحل للغزل في جبلة.

مشكلة البحث:

تعتبر إدارة المخزون من أهم الجوانب التي تؤثر بشكل كبير على أداء وربحية الشركات، فهي تتعامل مع تخطيط وتنظيم ورصد ومراقبة السلع والمواد المخزنة في الشركة بهدف ضمان توفرها في الأوقات المطلوبة وبالكميات الصحيحة، وفي نفس الوقت تجنب التكاليف الزائدة المرتبطة بالتخزين الزائد أو نقصانه، وتعتبر أساليب بحوث العمليات وسيلة فعالة لترشيد قرارات إدارة المخزون من خلال تحديد الكمية الاقتصادية للمخزون، وتحديد نقطة إعادة الطلب، وضمان تخفيض تكاليف التخزين، وبناءً على ذلك يمكن تلخيص مشكلة البحث في السؤال الرئيس الآتي:

هل يسهم استخدام أساليب بحوث العمليات في ترشيد قرارات إدارة المخزون في شركة الساحل للغزل في جبلة؟

ويتفرع عنه الأسئلة الفرعية الآتية:

- 1) هل يسهم استخدام أساليب بحوث العمليات في تحديد الكمية الاقتصادية للمخزون في شركة الساحل للغزل في جبلة؟
- 2) هل يسهم استخدام أساليب بحوث العمليات في تحديد نقطة إعادة الطلب في شركة الساحل للغزل في جبلة؟
- 3) هل يسهم استخدام أساليب بحوث العمليات في تخفيض تكلفة التخزين في شركة الساحل للغزل في جبلة؟

أهداف البحث:

يهدف هذا البحث إلى تحديد مدى اسهام أساليب بحوث العمليات في ترشيد قرارات إدارة المخزون في شركة الساحل للغزل في جبلة بشكل يسهم في:

- 1) تحديد مدى اسهام أساليب بحوث العمليات في تحديد الكمية الاقتصادية للمخزون في شركة الساحل للغزل في جبلة.
- 2) تحديد مدى اسهام أساليب بحوث العمليات في تحديد نقطة إعادة الطلب في شركة الساحل للغزل في جبلة.
- 3) تحديد مدى اسهام أساليب بحوث العمليات في تخفيض تكاليف التخزين في شركة الساحل للغزل في جبلة.

أهمية البحث:

الأهمية النظرية: تتبع الأهمية النظرية نظراً لأهمية استخدام أساليب بحوث العمليات في ترشيد قرارات إدارة المخزون، ومساعدتها في توفير أساس علمي قوي لاتخاذ قرارات رشيدة في إدارة المخزون بناءً على معطيات ومعلومات دقيقة، وذلك لتحديد أفضل البدائل لإدارة المخزون بالشكل الأمثل في الشركة محل الدراسة.

أما الأهمية العملية: تتجلى الأهمية العملية في تطبيق أساليب بحوث العمليات في شركة الساحل للغزل، وذلك لقدرتها على تحسين كفاءة التخطيط والتنظيم للمخزون، حيث يتم استخدام نماذج رياضية لتحديد الكميات المثلى من المواد المخزنة والأوقات المثلى لإعادة الطلب، كما تسهم في تقليل تكاليف التخزين، حيث يتم تحليل البيانات المتعلقة

بالتكاليف والطلب والتوريد لاتخاذ أفضل القرارات لتقليل التكاليف الزائدة وتجنب نقصان المخزون، وبالتالي تلبية احتياجات العملاء في الأوقات المطلوبة.

متغيرات البحث:

- المتغير المستقل: أساليب بحوث العمليات.
- المتغير التابع: ترشيد قرارات إدارة المخزون.

فرضيات البحث:

الفرضية الرئيسية: يسهم استخدام أساليب بحوث العمليات في ترشيد قرارات إدارة المخزون في شركة الساحل للغزل في جبلة.
ويتفرع عنها الفرضيات الفرعية الآتية:

- 1) يسهم استخدام أساليب بحوث العمليات في تحديد الكمية الاقتصادية للمخزون في شركة الساحل للغزل في جبلة.
- 2) يسهم استخدام أساليب بحوث العمليات في تحديد نقطة إعادة الطلب في شركة الساحل للغزل في جبلة.
- 3) يسهم استخدام أساليب بحوث العمليات في تخفيض تكاليف التخزين في شركة الساحل للغزل في جبلة.

الدراسات السابقة:

1- دراسة (حجاب، 2015) بعنوان: مساهمة لتحديد متغيرات القرار المتعلقة بالمخزون الأمثل لاستخدام بحوث العمليات في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية- دراسة حالة عينة من مؤسسات مطاحن القمح للفترة (2010-2012).

اعتبرت الدراسة أن هناك مجموعة من المتغيرات التي يحتاجها نموذج المخزون (أحد أساليب بحوث العمليات) من أجل اتخاذ القرارات المتعلقة بالمخزون، وتنقسم هذه المتغيرات إلى نوعين: متغيرات يمكن التحكم بها وأخرى لا يمكن التحكم بها، وتكمن المشكلة في الأخيرة من حيث صعوبة الحصول عليها بالإضافة إلى صعوبة قياسها

وتحديدها، ومن هنا جاء السؤال البحثي الرئيس الآتي: كيف يتم تحديد متغيرات القرار المتعلقة بالمخزون الأمثل لاستخدام بحوث العمليات في مؤسسة اقتصادية؟
وقد هدفت الدراسة إلى تحديد كيفية اختيار نموذج المخزون الملائم من بين مجموعة كبيرة من النماذج وتحديد طرق تصنيف المواد المخزنة والتي يجب أن تخضع لأقصى درجات الرقابة من خلال نمذجة القرارات المتعلقة بها من حيث كمية الطلب ونقطة إعادة الطلب، وقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي فيما يخص الجانب النظري، بينما تم الاعتماد على منهج دراسة الحالة في الجانب العملي واسقاط الدراسة على عينة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية وتحليل النتائج باستخدام برنامج WIN QSB .

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

- ضرورة استخدام أساليب علمية تحليلية (بحوث العمليات) لما توفره من قرارات سليمة، وذلك من أجل مساعدة المؤسسات الاقتصادية في تخفيض التكاليف المرتبطة بالمخزون.
- ضرورة استخدام المحاسبة التحليلية كوسيلة لحل مشكلة المتغيرات التي لا يمكن التحكم بها.
- لا يمكن إدارة المخزون بشكل أمثل دون وجود كفاءات علمية قادرة على التعامل مع الأساليب العلمية الحديثة.
- حتى تتخفض التكاليف المرتبطة بالمخزون لا بد للمؤسسة من استخدام الأساليب العلمية المتمثلة في أساليب بحوث العمليات لما توفره من قرارات سليمة وواضحة.

2- دراسة (سارة، 2018) بعنوان: استخدام الأساليب الرياضية في إدارة المخزون

في المؤسسة الاقتصادية " دراسة حالة مؤسسة الأقمشة الصناعية بالمسيلة" -
الجزائر

تمثلت مشكلة الدراسة بالسؤال الرئيس الآتي: ما مدى وأهمية استخدام مؤسسة EATTT للنماذج الكمية في إدارة مخزونها؟ وينبثق عنه مجموعة من الأسئلة الفرعية:

- ما هي أساليب إدارة وتنظيم المخزون؟

- ما هي أهم النماذج الكمية لإدارة المخزون وما هي افتراضاتها الرئيسية

هدفت الدراسة إلى مساعدة المؤسسة الاقتصادية محل الدراسة في تطبيق النماذج الكمية في التسيير اليومي للمخزون، وقد اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي لتغطية الجانب النظري كونه ملائم لتقرير الحقائق وفهم مكونات الموضوع، واعتمدت على منهج دراسة حالة فيما يخص الجانب التطبيقي باستعمال بعض التقنيات الكمية من أجل اسقاط الدراسة العملية على واقع المؤسسة الاقتصادية وذلك بالاستعانة ببرنامج WIN QSB المتخصص في المسائل المتعلقة ببحوث العمليات وإدارة الإنتاج والمخزون بالإضافة إلى الاستعانة ببرنامج اكسل، وتوصلت الباحثة من خلال هذا البحث إلى أن إدارة التخزين تحظى بمكانة هامة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة محل الدراسة، كما أن للمؤسسة طاقات تخزينية كبيرة جداً، ومن خلال استخدام برنامج WIN QSB واستناداً على حالة شبه الثبات التي ميزت استهلاك المواد الرئيسة في المؤسسة استطاعت الباحثة تطبيق نموذج الكمية الاقتصادية للطلب وتحديد الحجم الأمثل والتكاليف الكلية لكل مادة من المواد الرئيسة في المؤسسة محل الدراسة.

3- دراسة (محرز، 2022) بعنوان: واقع ومعوقات تطبيق الأساليب الكمية ودورها في

ترشيد القرارات في المؤسسة الصناعية- دراسة حالة شركة اسمنت تبسة.

تمثلت مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس الآتي: ما هو واقع تطبيق الأساليب الكمية في شركة اسمنت تبسة ودورها في ترشيد القرارات؟ وتهدف الدراسة إلى تشخيص دور وأهمية تطبيق الأساليب الكمية في المؤسسات الصناعية الجزائرية، وأهم المعوقات التي تقابلها في اتخاذ القرارات من خلال التطرق إلى واقع استخدام الأساليب الكمية وأهم معوقاته في شركة اسمنت تبسة، والتعرف على مستوى التطبيق الفعال للأساليب الكمية في المؤسسة بمختلف أنواعها، والوقوف على مختلف المشكلات والأسباب التي تحول دون التحكم في اتخاذ القرارات الرشيدة، وقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي في الجانب النظري، أما الجانب التطبيقي فتم الاعتماد على منهج دراسة حالة، ثم تحليل البيانات باستخدام برنامج التحليل الإحصائي spss. وقد توصلت الدراسة إلى أن استخدام النماذج والتقنيات الكمية في مجال الإدارة يساعد متخذ القرار للوصول إلى حل لجميع المشكلات، كما أن الأساليب التي تستخدم في اتخاذ القرار في المؤسسة محل الدراسة هي الأساليب التقليدية (الخبرة والتجربة) وغياب شبه تام لاستعمال الأساليب الكمية الحديثة.

4- دراسة (Rababh el al,2019) بعنوان: Literature review of the Impact of the Use of Quantitative techniques in administrative Decision Making: Study (Public and private sector " institutions).

مراجعة الأدبيات لتأثير استخدام التقنيات الكمية في صنع القرار الإداري. دراسة مؤسسات القطاعين العام والخاص في مملكة البحرين". هدفت هذه الدراسة إلى توضيح تأثير استخدام الأساليب الكمية لصنع القرار وحل المشكلات في مؤسسات القطاعين

العام والخاص في مملكة البحرين، وتم اعتماد نهج مراجعة الأدبيات واستخدام لهذا الغرض قواعد بيانات scopus وقواعد بيانات الويب للعلوم (WOS)، بالإضافة إلى الاعتماد على مقالات الصحافة وأوراق المؤتمرات كمصدر موسى به لمراجعة الأدبيات، وخلصت الدراسة إلى أن استخدام الأساليب الكمية في المنظمات العامة والخاصة يساعدهم على تطوير وحل العديد من المشكلات المختلفة واتخاذ قرارات جيدة للمنظمة وبالتالي يؤدي إلى تحقيق أهداف المنظمة وتطويرها.

5- دراسة (Muchaendepi et al,2019) بعنوان:

Inventory Management and Performance of SMEs in the Manufacturing Sector of Harare.

إدارة المخزون وأداء الشركات الصغيرة والمتوسطة في قطاع التصنيع في هراري-

زمبابوي

تكمن مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس الآتي:

إلى أي مدى تؤثر إدارة المخزون على أداء الشركات الصغيرة والمتوسطة في قطاع التصنيع في هراري؟

وتهدف هذه الدراسة إلى اختيار استراتيجيات مناسبة لإدارة المخزون وبما ينعكس إيجاباً على أداء الشركات الصغيرة والمتوسطة في قطاع التصنيع في هراري، وقد استخدمت الدراسة تصميم بحث وصفي، والتحليل الموضوعي، وبلغت حجم العينة 244 من الموظفين، والموردين، والدائنين في الشركات محل الدراسة، وتم جمع البيانات من خلال الاستبيانات والملاحظة الشخصية المباشرة، وتوصلت الدراسة إلى أن:

1. الشركات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة تستخدم نظام الإنتاج في الوقت المحدد وليس لديهم معرفة بالأنظمة المحوسبة الأخرى.
2. تكبدت الشركات تكاليف أكثر من أجل إرضاء خدمة العملاء عن طريق الاحتفاظ بالمخزون الفائض، وقد كان هذا بسبب سوء تخطيط المخزون.

3. استراتيجيات إدارة المخزون كان لها تأثير إيجابي على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة محل الدراسة.

6- دراسة (Yankah et al,2022) بعنوان:

Inventory Management and the Performance of Listed Manufacturing Firms in Ghana.

إدارة المخزون وأداء شركات التصنيع المدرجة في غانا.

تمثلت مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس الآتي: ما هو دور إدارة المخزون على أداء شركات التصنيع المدرجة في غانا؟

الهدف من هذه الدراسة هو التحقق تجريبياً في كيفية إدارة المخزون، وكيف يؤثر على كفاءة مؤسسات التصنيع في غانا، كما تهدف إلى فهم كيف وإلى أي مستوى تؤثر مراقبة المخزون على الربحية وأداء الأسهم وكذلك تلبية احتياجات العملاء، وقد اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، وتم جمع البيانات من جميع شركات التصنيع في كوماسي متروبوليس في غانا، وقد بلغ حجم العينة 54، واستخدم الباحث مقياس ليكرت ذو السبع نقاط في تطوير الاستبيان، وتم تحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1. لمراقبة المخزون تأثير كبير على نجاح المؤسسات الصناعية في كوماسي متروبوليس.

2. مراقبة المخزون في الشركات محل الدراسة له تأثير كبير على رضا العملاء وعلى تحقيق ربحية أعلى للأسهم.

3. أظهرت الدراسة أن إدارة ومراقبة المخزون هو عامل نجاح مهم في تحسين أداء شركات التصنيع في غانا.

الإطار النظري للبحث:

أولاً: أساليب بحوث العمليات:

❖ نشأة بحوث العمليات:

ظهرت بحوث العمليات عند بدء الثورة في علم الإدارة عبر الإدارة العلمية التي أنشئت بواسطة فريدريك تايلور في مطلع عام 1900، وكانت منطلق الأساليب الكمية الى الإدارة (عياش، 2008).

جاءت تسمية بحوث العمليات كون أول البحوث وتطبيقاتها تم إجراؤها على العمليات الحربية وكانت بدايتها في بريطانيا سنة 1936 إلا أن بعض المؤرخين قالوا إنها نشأت خلال الحرب العالمية الثانية عندما اجتمع مجموعة من العلماء من جامعة مانشيستر البريطانية برئاسة الأستاذ Blackett وخصص هذا الاجتماع لدراسة المشاكل التقنية والاستراتيجية المتعلقة بالدفاعين الجوي والأرضي لبريطانيا وكان الهدف الرئيسي هو الاستخدام الأمثل للموارد الحربية، وقد نجحت تلك البحوث في تحسين منظومة الرادار والدفاع المدني.

ثم قامت إدارة الحرب الأمريكية بإجراء أبحاث مماثلة برئاسة كل من B. James رئيس لجنة بحوث الدفاع و B. Annevar رئيس لجنة الأسلحة والمعدات الجديد وذلك كونهم شاهدوا طريقة استخدام هذا الأسلوب في بريطانيا أثناء إقامتهم بها خلال الحرب العالمية الثانية.

بعد النجاح الذي حققه هذا الأسلوب في إدارة العمليات الحربية خلال الحرب العالمية الثانية تم نقله للإدارة المدنية وبشكل خاص إلى إدارة الأعمال والمشاريع الاقتصادية وأسس في عام 1948 أول نادي لبحوث العمليات وقد تم تحويله الى جمعية بحوث العمليات للمملكة المتحدة وأصدر أول مجلة علمية في مجال بحوث العمليات سنة 1950. وقد قامت الولايات المتحدة الأمريكية بتأسيس جمعية بحوث العمليات الأمريكية ومعهد الإدارة العلمية في عام 1950 وكذلك مجلة بحوث العمليات التي أصدرت أول أبحاثها في عام 1952، وهذا ساعد بشكل كبير جداً بتتمة هذا الأسلوب واستخداماته في مجالات اتخاذ القرارات (عبد الله، 2018، ص5).

من هنا نرى أن بحوث العمليات كانت وما زالت حقيقة ملازمة للتقدم العلمي والصناعي. ومن الأدلة على ذلك أن معظم أو جميع الدول النامية بدأت تركز على هذا الجانب العلمي وتدرجه في الخطط والمناهج التدريسية في جامعاتها ومعاهدها وربما مدارسها أيضاً. وذلك بسبب قدرة وفعالية أساليب بحوث العمليات في صنع القرارات المختلفة (الطراونة وعبيدات، 2008، ص14)

❖ مفهوم بحوث العمليات:

تعددت الآراء حول مفهوم بحوث العمليات وعُرفت بالعديد من التعاريف أهمها ما يلي: عرفت جمعية بحوث العمليات البريطانية على أنها: "استخدام الأساليب العلمية لحل المشاكل المعقدة في إدارة الأنظمة الكبيرة من المعدات، المواد الأولية، القوى العاملة، الأموال والأمور الخدمية الأخرى في المؤسسات والمصانع العسكرية والمدنية" (الجواد والفتال، 2008، ص15).

كذلك وضعت جمعية بحوث العمليات الأمريكية تعريفاً مختصراً لبحوث العمليات مؤداه: "بحوث العمليات هي البحوث التي تهتم بالتحديد العلمي لأفضل تصميم، وتشغيل لنظم العامل والآلة، وذلك في الظروف التي تتضمن تخصيصاً للموارد المحدودة" (شيخ ديب والعلي، 2015، ص24).

- كما عرفت بأنها تعتمد على الأساليب العلمية في حل المشكلات المختلفة وذلك حتى يتمكن المديرين من اتخاذ قرارات رشيدة وسليمة، والتوصل الى حلول مثالية لها من خلال التعبير عن هذه المشكلات في شكل نماذج رياضية ومن ثم حل هذه النماذج (الشيخ حسن، 2013 ص66).

كما عرفها Daellenbach & George (2014) بأنها: "مجموعة التقنيات والأدوات الرياضية والتي تطبق مع مدخل النظم لحل مشاكل عملية تتعلق بإتخاذ القرارات ذات الطبيعة الاقتصادية أو الهندسية" (الأسطل، 2016، ص19).

أما Waters (2011) فقد عرفها بأنها: "مجموعة من الطرق الكمية والعديدية التي تستخدم لعرض المشكلات الإدارية والاقتصادية واتخاذ القرارات المناسبة لحل تلك المشكلات".

من خلال التعاريف السابقة ترى الباحثة أن بحوث العمليات هي مجموعة من الأساليب العلمية التي تساعد المدراء على حل المشكلات واتخاذ قرارات سليمة وذلك بالاعتماد على الأساس الكمي لتحليل البيانات والمعلومات.

❖ أهمية بحوث العمليات:

تتلخص أهمية بحوث العمليات فيما يلي (الأسطل، 2016، ص22)؛ (خضر، 2016، ص16):

- 1- المساهمة في تقريب المشكلة الإدارية الى الواقع.
- 2- صياغة نماذج رياضية معينة تعكس مكونات المشكلة.
- 3- عرض النموذج في مجموعة من العلاقات الرياضية وإعطاء بدائل لعملية اتخاذ القرارات وبما يسهم في تفسير عناصر المشكلة والعوامل المؤثرة فيها.
- 4- تطبيق هذه النماذج الرياضية في المستقبل عندما تواجهنا مشكلات مشابهة.
- 5- تتيح بحوث العمليات إمكانية ربط الأهداف الفرعية للوظائف والأنشطة المختلفة بالأهداف العامة للنظام الكلي.
- 6- هي فن وعلم في آن واحد فهي تتعلق بالتخصيص الأمثل للموارد المتاحة.
- 7- تقلل المخاطرة كما هو الحال عند البدء بمشروع جديد حيث لا توجد خبرة مسبقة عن كيفية اتخاذ قرار منطقي.
- 8- يسعى هذا العلم الى البحث عن القواعد والأسس الجديدة للعمل الإداري، للوصول الى أفضل المستويات من حيث الجودة الشاملة.
- 9- بحوث العمليات تساعد على خفض تكلفة حل المشكلات وتخفيض الوقت اللازم لحلها.
- 10- توجد تبريراً كمياً لقرار حل المشكلة وتساعد على تحسين الأداء.

❖ أنواع نماذج بحوث العمليات:

تعتمد الأساليب الكمية كمدخل رياضي يساعد متخذي القرارات على اتخاذ القرارات الرشيدة والفعالة على مجموعة من الوسائل يمكن ذكر أهمها فيما يلي (Render&Hanna,2009):

الجدول رقم (1) نماذج بحوث العمليات

النماذج الرياضية	النماذج الاحتمالية
البرمجة الخطية	نماذج المحاكاة
برمجة الأهداف	نماذج صفوف الانتظار
البرمجة الصحيحة	نظرية القرارات
البرمجة غير الخطية	سلاسل ماركوف
البرمجة الديناميكية	النماذج الاحتمالية للمخزون
نماذج المخزون في حالة التأكد	نماذج بيرت في الشبكات
نماذج المسار الحرج في الشبكات	

المصدر: (Render&Hanna,2009)

❖ **المخزون:** يُعرف المخزون بأنه: "الاحتفاظ لفترة زمنية معينة بالمواد الأولية أو المواد النصف مصنعة أو المواد الكاملة الصنع لاستخدامها بغرض المحافظة على السير الجيد للإنتاج ومواجهة احتمالات انخفاض منسوبها ولضمان التواجد المستمر والمنظم في الأسواق بالنسبة للمؤسسات التجارية، وتأدية الخدمات بصفة منتظمة بالنسبة للمؤسسات الخدمية".

ويمكن القول إن المخزون هو جميع المنتجات التامة التي ستبيعها المؤسسة أو المواد النصف المصنعة وكل المواد الأولية الداخلة في الإنتاج، وبالتالي فهو كميات قابلة للزيادة والنقصان وذلك بهدف الاستخدام المستقبلي عند الحاجة له ولضمان استمرارية العملية الإنتاجية دون انقطاع (فطوم & دريدي، 2018، ص178).

وإدارة المخزون هي: مجموعة من الأعمال المنظمة والمُرتبة من السهولة إلى المعقدة واللازمة للإعداد وتنفيذ برنامج التمويل بالمؤسسة بتخزين المواد وتوجيه المبيعات مع تجنب الانقطاع من جهة، والتخزين الزائد من جهة أخرى، وهذا في ظل أفضل الظروف الاقتصادية (Belacel,1994, p5).

➤ **مستويات المخزون:** هناك عدة مستويات للمخزون هي (السعدي،2005، ص 133):

- **المخزون الأعظم (الأقصى، الأعلى) S_{max} :** وهو الحد الأقصى أي السقف الذي لا يمكن تجاوزه، وفي حال تجاوز هذا الحد تواجه المؤسسة مجموعة صعوبات تصريف المبيعات، ويتم حسابه وفق العلاقة: الحد الأعلى $Q+S_S = Q$: مخزون الأمان.
- **الحجم الاقتصادي للطلبية: Q**
- **المخزون الأدنى S_{min} :** وهو المخزون المتبقي الذي يسد حاجة المؤسسة إلى غاية وصول الطلبية المشتراة.
- **متوسط المخزون SM :** وهو المتوسط بين المخزون الأعلى والمخزون الأدنى، حيث بانخفاض فترة التسليم فإن متوسط المخزون ينخفض وهذا يعني ارتفاع الطلبيات والعكس صحيح.
- **مخزون الأمان:** يمكن أن تواجه المؤسسة في مجال المخزون نوعين من الخطر، إما حدوث فائض في المخزون أو حالة نفاذ المخزون، ولهذا تحتفظ بكمية محددة لمواجهة الطوارئ، ويكلف هذا المخزون المؤسسة تكاليف إضافية ويحسب وفق العلاقة الآتية: مخزون الأمان = معدل الاستهلاك اليومي * عدد الأيام المرغوب الاحتفاظ فيها بالمخزون.
- **نقطة إعادة الطلب:** وهي كمية من المخزون التي تكفي للاستخدام خلال فترة التوريد، وهذه الأخيرة هي الفترة التي تنقضي بين إصدار الطلبية ووصولها للمؤسسة أي بتعبير آخر هي الحد الذي عندما يصل إليه المخزون تقوم المؤسسة بإصدار طلبية جديدة أي حينما يقترب المخزون من النفاذ بحيث تتجنب حالة الانقطاع، والفترة بين ارسال الطلبية ودخولها للمخزن تسمى بفترة

الانتظار، وتتأثر نقطة إعادة الطلب بعاملين مهمين هما معدل الاستهلاك وفترة
الانتظار، وتحسب كما يأتي: نقطة إعادة الطلب = مخزون الأمان + (معدل
الاستهلاك * فترة الانتظار).

ثانياً: ترشيد القرارات

اتخاذ القرار هو عمل فكري وموضوعي يسعى إلى اختيار الحل الأنسب من بين بدائل
متعددة ومتاحة أمام متخذ القرار، وذلك عن طريق المفاضلة بينها باستخدام معايير تخدم
ذلك وبما يتماشى مع الظروف الداخلية والخارجية التي تواجه متخذ القرار (شيخي،
2016، ص532).

وإضافة صفة الرشد على تلك القرارات يكون أهم من اتخاذها، فعملية ترشيد القرار
هو البحث عن حالة العقلانية لأي تصرف، أو سلوك إنساني، ويقصد بترشيد القرارات
إضافة صفة العقلانية على القرار المتخذ بحيث يتحقق الاستخدام الأمثل والصحيح لكل
الإمكانات المتاحة، مما سبق نجد أن القرار الرشيد هو أن يكون محققاً للمصلحة العامة
فقط بعيداً عن المشاعر ومعتمداً على الحكمة والعقلانية بحيث يتحقق الاستخدام الأمثل
والصحيح لكل الإمكانات المتاحة لتحقيق هدف أو حل مشكلة معينة (أويادي، 2021،
ص41).

❖ مقومات ترشيد القرارات

تقوم عملية ترشيد القرارات على مجموعة من العناصر التي يتوجب على متخذ القرار أن
يحرص على توفرها نظراً لأهميتها، وأن يسعى لإيجاد الأفكار التي تلائم موضوع القرار،
والبحث عن المعلومات الموثوقة التي تساعد في ترشيد قراراته، وهذه العناصر هي
(أويادي، 2021، ص ص 42-43):

1. **متخذ القرار:** قد يكون فرداً أو جماعة أو جهة، و متخذ القرار الرشيد بحاجة إلى
الابتكار، أي أن تكون لديه القدرة على إيجاد أفكار جديدة، ومناسبة للمشكلة،
والذي يتمتع عادة بالسلطة التي تخول له ذلك.

2. **موضوع القرار:** وهو المشكلة التي تتطلب من متخذ القرار البحث عن حل أو اتخاذ قرار بشأنها، فأغلب المشكلات لا تظهر بشكل واضح، فهناك مشكلات ظاهرية لا تعبر عن المشكلة الحقيقية.

3. **الأهداف والفاعلية:** فالقرار المتخذ عبارة عن سلوك أو تصرف معين من أجل تحقيق هدف محدد، ومن المعلوم أن وراء كل عمل أو سلوك دافع، ووراء كل دافع حاجة معينة يُراد اشباعها، وبناءً عليه لا يُتخذ قرار إلا إذا كان وراءه دافع لتحقيق هدف محدد.

4. **البيانات والمعلومات:** تعد عملية توفير البيانات والمعلومات بالكمية الكافية والنوعية المطلوبة وبالوقت المناسب عن المشكلة قيد البحث، مسألة حيوية لنجاح القرار.

5. **التنبؤ:** فالتنبؤ يساعد متخذ القرار في أن يستطلع ما سيحدث في المستقبل، لذلك فهو ركن أساسي في إدراك أبعاد المشكلة تمهيداً لاتخاذ قرار بشأنها بغرض حلها ومعالجتها.

6. **البدائل:** يمثل البديل مضمون القرار الذي سوف يُتخذ لحل مشكلة ما، فمتخذ القرار الجيد هو الذي يختار البديل الأنسب والأفضل من بين البدائل المتاحة لحل المشكلة.

7. **مناخ القرار:** أي الجو العام الذي يتم فيه اتخاذ القرار، وما يتضمنه هذا المناخ من اعتبارات خاصة عند متخذ القرار، وظروف داخلية وخارجية تضع أمام متخذ القرار معوقات يتوجب عليه أن يُخفف أثارها السلبية قدر الإمكان.

❖ دور الأساليب الكمية في ترشيد القرارات

إن متخذ القرار خلال ممارسته لمهنته فإنه يستعين بالأسلوب الكمي لتنفيذ الأدوار الآتية (سحنون & لعجالي، 2017، ص462):

1) توجيه عملية اتخاذ القرار من خلال استخدام الأطر العملية الرياضية، فالمحلل الكمي هو المسؤول عن حل المشكلة عن طريق صياغتها رياضياً، وهذه الصياغة الرياضية تصبح مفيدة في الوصول إلى الحل عندما تتضمن:

- تحديد للمتغيرات المرتبطة بالمشكلة الأساسية منها والفرعية.

- صياغة الفرضيات التي تحدد نوع العلاقات فيما بين المتغيرات المرتبطة بالمشكلة، هذا يعني بأن عملية اتخاذ القرار تمثل المساهمة الأولى للأساليب الكمية عن طريق الوصول إلى الحل الأمثل للمشكلة.

(2) مساعدة عملية اتخاذ القرار ومتخذ القرار بالأدوات والتقنيات التحليلية، والتي يمكن أن تتضمن النماذج الرياضية أو الأشكال البيانية، أو المعالجات الإحصائية التي تعتمد على جهاز إعلام آلي.

(3) اتخاذ القرار باستخدام الحاسب لحل المشكلات الرياضية، فطبيعة المشكلات الإدارية التي تواجه المؤسسات اليوم من الحجم الذي يجعل من الصعب التعامل معها يدوياً، لذا فإن النموذج الرياضي أو الاحصائي وبمساعدة الجهاز الإعلامي الآلي يمكن أن يجعل الحل أكثر إمكانية في الوصول، وإنجاز هذه الخطوة بكفاءة وفعالية يعتمد على الصياغة الدقيقة للمشكلة والتحديد السليم للمتغيرات المرتبطة بها، والتفسير المنطقي لمسار العلاقات بين المتغيرات المرتبطة بالمشكلة،

أي أن دور الأساليب الكمية في عملية ترشيد القرارات يمكن أن يسهم في الوصول إلى القرار الأصح عن طريق اختيار البديل المناسب بحكمة وعقلانية.

النتائج والمناقشة:

القسم العملي: دراسة تطبيقية في شركة الساحل للغزل في جبلة.

نبذة عن شركة الساحل للغزل: تقع شركة الساحل للغزل في مدينة جبلة بجانب المخبز الآلي، أسست سنة 1998 كمشروع للغزل، وفي سنة 2008 أطلق عليها اسم شركة الساحل للغزل، وهي تمتد على مساحة 371 دونماً، وتتألف في جانبها الإنتاجي من 3 صالات إنتاج كل منها معمل قائم بحد ذاته ومزوّد بمخبر تتم فيه الاختبارات على الأقطان، وتقوم الشركة بإنتاج الخيوط المسرّحة والمشطّة والتوريبينية والمزدوجة من القطن المحلي الذي يرد من المؤسسة العامة لحلج وتسويق الأقطان.

يوجد في الشركة مستوصف لعلاج العمال، مركز تدريب، ندوة لتلبية احتياجات العمل بشكل مأجور ومستثمرة من خارج الشركة، بالإضافة إلى وجود ثلاثة مستودعات أقطان،

وثلاثة مستودعات غزول، ومحطة توليد كهرباء موجودة خارج سورها، ومخبر، ومحلج أقطان صغير من أجل إعادة تنظيف القطن الوارد من مؤسسة الأقطان.

<http://wehda.alwehda.gov.sy>

❖ تطبيق نموذج الكمية الاقتصادية للطلب الاحتمالي في شركة الساحل للغزل في جبلة:

إن الهدف الأساسي لهذا النموذج هو إيجاد حجم الطلبية الأمثل الذي يجعل التكلفة الاجمالية أقل ما يمكن، ويسمى هذا الحجم (الكمية الاقتصادية للطلب)، ويستخدم هذا الحجم لمعرفة متى نقوم بطلب الكمية، أو لمعرفة المستوى الأمثل للمخزون. ولحساب الكمية الاقتصادية للطلب حددنا أولاً من خلال مساعدة أحد الإداريين المكلف بالأمور المحاسبية مخزون الشركة من الأصناف الموجودة فيها وهي (مخزون الغزول ومخزون الأقطان ومخزون البوليستير)، وتكاليف طلبها المتمثلة في تكاليف الكهرباء والاتصالات والنقل وغيرها من التكاليف المتعلقة بالمخزون، بالإضافة إلى تقدير تكاليف الاحتفاظ بالمخزون بـ 20% من تكلفة الوحدة من المخزون وهذه التكاليف هي (تكاليف التلف وتكاليف المخزون الزائد عن الاستعمال)، وقد بلغت التكاليف الكلية في الشركة 206450312 ل.س. وبما أنه لا يوجد خصم كمية ولا يسمح بنفاذ المخزون فإن الحجم الأمثل للطلب يُحسب كما يلي:

$$Q = \sqrt{\frac{2KD}{H}}$$

حيث: D: الاستخدام السنوي ويساوي 1049 طن.

و k: تكلفة الطلب ويساوي 4400000 ل.س.

و h: تكلفة الاحتفاظ بالوحدة وتساوي ل.س 2030 = 10152 * 0.2

بعد تحديد مختلف التكاليف نقوم بإدخالها في برنامج QM windows كما يلي:

الجدول رقم (2) تكاليف المخزون في شركة الساحل للغزل

دور استخدام أساليب بحوث العمليات في ترشيد قرارات إدارة المخزون
- دراسة حالة شركة الساحل للغزل في جبلة -

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج QM windows.

بعد ادخال التكاليف في البرنامج تظهر النتائج كالآتي:

الجدول رقم (3) استخراج نتائج النموذج الأمثل لمخزون شركة الساحل للغزل.

Parameter	Value	Parameter	Value
Demand rate(D)	1049000	Optimal order quantity (Q*)	67434.33
Setup/ordering cost(S)	4400000	Maximum Inventory Level (Imax)	67434.33
Holding/carrying cost(H)	2030	Average inventory	33717.16
Unit cost	0	Orders per period/year	15.56
		Annual Setup cost	68445850
		Annual Holding cost	68445840
		Total Inventory (Holding + Setup) Cost	136891700
		Unit costs (PD)	0
		Total Cost (including units)	136891700

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج QM windows.

يظهر من خلال الجدول السابق نتائج النموذج كما يلي:

- الكمية الاقتصادية Q: وتساوي 67434.33
- التكاليف الناتجة عن الاحتفاظ بالمخزون تساوي التكاليف الناشئة عن طلبه وتساوي 67434.33.
- متوسط المخزون: 33717.16
- التكلفة الكلية المثلى: 136891700

$$N = D / Q = 1049000 / 67434.33 = 15.56$$

أي بمعدل 23 يوم $360 / 15.56 = 23$

والشكل الآتي يوضح سلوك مختلف التكاليف للمخزون في شركة الساحل للغزل.

الشكل رقم (1) سلوك التكاليف الكلية للمخزون



المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على برنامج QM windows.

❖ تحديد نقطة إعادة الطلب:

ترغب الشركة في تحقيق مستوى خدمة قدره 98% وبالتالي يمكن حساب نقطة إعادة الطلب وفق المعادلة الآتية:

$$R = DL + Z \sqrt{\sigma_d^2 L + \sigma_l^2 d^2}$$

حيث R: نقطة إعادة الطلب.

و L: معدل فترة التوريد.

و d: معدل الاستخدام اليومي.

و B: مخزون الأمان ويحسب بالعلاقة: $B = Z \sqrt{\sigma_d^2 L + \sigma_l^2 d^2}$

Z: عدد الوحدات المعيارية من جدول التوزيع الطبيعي ويساوي 2.06.

σ_d : الانحراف المعياري للطلب اليومي.

σ_l : الانحراف المعياري لفترة الانتظار.

وحسب مسؤول الإنتاج فإن معدل الاستخدام اليومي لمختلف الأصناف هو 4000 كغ في اليوم، والانحراف المعياري للطلب اليومي خلال فترة التوريد هو 1500 كغ، بينما فترة التوريد هي 7 يوم، والانحراف المعياري لفترة الانتظار هو 2 يوم، ومنه يمكن حساب كمية مخزون الأمان B.

$$B=2.06 \sqrt{(1.5)^2 * 7 + 2^2 4^2} = 18.40 \text{ طن}$$

ومنه فإن نقطة إعادة الطلب هي :
طن
 $R= 4*7+ 18.40= 46.40$ أي عندما يصل مستوى المخزون في الشركة إلى 46.40 طن تقوم الشركة بإصدار أمر توريد جديد.

ويمكن تلخيص نتائج التكاليف الكلية للمخزون قبل تطبيق النموذج وبعد التطبيق وفق الجدول الآتي:

جدول رقم (4) نتائج التكاليف الكلية للمخزون في شركة الساحل للغزل.

التكاليف الكلية	
206450312	قبل تطبيق النموذج
136891700	بعد تطبيق النموذج
69558612	الفرق
%33.69	نسبة الانخفاض %

المصدر: من إعداد الباحثة

نلاحظ أن استخدام النموذج المقترح سيمكن الشركة من تخفيض التكاليف الكلية للتخزين بنسبة %33.69 هي نسبة ممتازة.

النتائج والتوصيات:

- 1) تبين من خلال تطبيق نموذج إدارة المخزون في شركة الساحل للغزل أن النموذج الأمثل قد أسهم بتحديد الكمية الاقتصادية للمخزون (67434.33) كغ، وتحديد متوسط المخزون (33717.16)، والعدد الأمثل لمرات التوريد بمعدل 23 يوم.
 - 2) أسهم النموذج الأمثل بتحديد نقطة إعادة الطلب عند (46.40) طن، فعندما يصل المخزون إلى هذا الحد، على الشركة أن تقوم بإصدار أمر توريد جديد.
 - 3) أسهم النموذج الأمثل بتخفيض التكاليف الكلية للتخزين بمقدار (69558612) أي بنسبة %33.69.
 - 4) نجد مما سبق أن نموذج إدارة المخزون الأمثل قد أسهم في ترشيد قرارات إدارة المخزون من خلال تحديد الكمية الاقتصادية، وتحديد نقطة إعادة الطلب، وتخفيض التكاليف الكلية للتخزين.
- وبناءً على النتائج السابقة تقدم الباحثة مجموعة من التوصيات:

التوصيات:

- 1- ضرورة اعتماد الشركة محل الدراسة على الأساليب العلمية الدقيقة في ترشيد القرارات، وذلك من خلال استخدام أساليب بحوث العمليات ومنها نموذج إدارة المخزون لما له من دور كبير في تخفيض التكاليف، وتحديد الكمية الاقتصادية المثلى، وتحديد نقطة إعادة الطلب في الوقت المحدد.
- 2- ضرورة التزام الشركة بنتائج الحل الأمثل للنموذج والتي تمكن متخذ القرار من تحديد الكمية الاقتصادية للمخزون، ومتوسط المخزون، وتكاليف الاحتفاظ بالمخزون.
- 3- ضرورة التزام متخذو القرار في الشركة بتحديد نقطة إعادة الطلب المثلى للمخزون، والالتزام بالعدد الأمثل لمرات التوريد، الأمر الذي سينعكس إيجاباً على أداء الشركة من خلال تخفيض التكاليف الكلية للتخزين.

المراجع:

- المراجع العربية:

- الأسطل، رند (2016). بحوث العمليات والأساليب الكمية في صنع القرارات الإدارية. فلسطين: كلية إدارة المال والأعمال، جامعة فلسطين.
- أويادي، عبد المؤمن (2021). دور تقييم الأداء المالي في ترشيد القرارات - دراسة حالة مؤسسة نفضال وحدة GPL رقم 704 أم البواقي - رسالة ماجستير غير منشورة. قسم العلوم والتسيير، جامعة أم البواقي: الجزائر.
- الجواد، دلال؛ الفتال، حميد (2008). بحوث العمليات. عمان: دار اليازودي للنشر والتوزيع.
- حجاب، عيسى (2015). مساهمة لتحديد متغيرات القرار المتعلقة بالمخزون الأمثل لاستخدام بحوث العمليات في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية - دراسة حالة عينة من مؤسسات مطاحن القمح للفترة (2010-2012) - أطروحة دكتوراه غير منشورة. قسم العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر: الجزائر.
- خضر، سفيان (2016). واقع استخدام الأساليب الكمية في اتخاذ القرار وحل المشكلات في المستويات العليا بوزارة الداخلية والأمن الوطني بقطاع غزة. رسالة ماجستير غير منشورة. الجامعة الإسلامية: غزة.
- دريدي، أحلام؛ حوحو، فطوم (2018). دور استخدام نماذج تسيير المخزون في تحسين أداء المؤسسات الجزائرية - دراسة حالة عيادة خاصة بولاية سكرة. مجلة المنهل الاقتصادي. المجلد الأول العدد (2).
- دولة، سارة (2018). استخدام الأساليب الرياضية في إدارة المخزون في المؤسسة الاقتصادية " دراسة حالة مؤسسة الأقمشة الصناعية بالمسيلة" - رسالة ماجستير غير منشورة. قسم علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف: الجزائر.

- سحنون، فاروق؛ لعجالي، عادل (2017). واقع تطبيق الأساليب الكمية لاتخاذ القرار في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية- دراسة حالة بعض المؤسسات بولاية سطيف. مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية. العدد (17).
- السعدي، رحال (2005). بحوث العمليات في الإدارة المالية. الجزائر: مطبعة جامعة منتوري قسنطينة.
- الشيخ حسن، فداء (2013). استخدام نموذجي البرمجة الخطية وبرمجة الأهداف في فعالية اختيار المزيج الإنتاجي الأمثل" دراسة مقارنة على شركات الصناعة الهندسية في القطاعين العام والخاص في سورية- أطروحة دكتوراه غير منشورة. قسم إدارة الأعمال، جامعة تشرين: سورية.
- الطراونة، محمد؛ عبيدات، سليمان (2008). مقدمة في بحوث العمليات. الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان.
- عبد الله، أحمد (2018). بحوث العمليات. سورية: منشورات الجامعة الافتراضية السورية.
- العلي، إبراهيم؛ شيخ ديب، صالح. (2015). بحوث العمليات. سورية: مديرية الكتب والمطبوعات الجامعية، جامعة تشرين.
- محرز، صالح (2022). واقع ومعوقات تطبيق الأساليب الكمية ودورها في ترشيد القرارات في المؤسسة الصناعية- دراسة حالة اسمنت تبسة- مجلة الآفاق للدراسات الاقتصادية. المجلد 7 العدد (2).

- المراجع الأجنبية:

- Belacel, Mohamed said (1994). **La gestion des stocks**. Alger: edition gestion tizi- Ouzou.
- Muchaendepi, W; Mbohwa, C; Hamandish, T; Kanyepe, J (2019). **Inventory Management and Performance of SMEs in the Manufacturing Sector of Harare**.Procedia Manufacturing 33.
- Rababh,B; Omar,K; Alzyoud,A(2019). **Literature review of the impact of the use of quantitative techniques in administrative decision making**.volume9, issue 7.
- Render,B;Stair,R&Hanna,M.(2009).**Quantitativ Analysis for Management**. (10th ed). Prentice:Hall.
- Waters,D,(2011). **Quantitative methods for business**, New Jersey: prentice Hall.
- Yankah,Rose;Osei,Francis;Mensah,Samuel;Agyapong,Poku(2022).**Inventory Management and the Performance of Listed Manufacturing Firms in Ghana**. Open journal of business and management.

- المواقع الالكترونية:

- <http://wehda.alwehda.gov.sy>

أثر التضخم على عوائد المؤشرات القطاعية

في الأسواق المالية

(دراسة تطبيقية على سوق دمشق للأوراق المالية)

سوزان العلي¹*

إشراف: د. ريم محمود** ، د. هلا نصار***

المخلص

تناولت هذه الدراسة أثر التضخم على عوائد المؤشرات القطاعية في سوق دمشق للأوراق المالية في الأجلين الطويل والقصير، باستخدام نموذج الانحدار الذاتي ذو الإبطاء الموزع (ARDL) للفترة الزمنية (2010-2020)، وذلك بعد أن تم بناء مؤشرات قطاعية في سوق دمشق للأوراق المالية باستخدام المؤشر المرجح بالقيمة السوقية وباستخدام بيانات شهرية .

أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة توازنية طويلة الأجل بين معدل التضخم وعوائد قطاعات البنوك ، التأمين، الصناعة والخدمات في سوق دمشق للأوراق المالية، وعدم وجود علاقة عكسية ذات دلالة إحصائية بين معدل التضخم وعوائد هذه المؤشرات في الأجلين القصير والطويل.

الكلمات المفتاحية: عوائد أسهم القطاعات، التضخم، نموذج ARDL

* طالبة دراسات عليا (دكتوراه) - قسم العلوم المالية والمصرفية - كلية الاقتصاد - جامعة تشرين- سورية.

** أستاذ مساعد - قسم العلوم المالية والمصرفية - كلية الاقتصاد - جامعة تشرين- سورية.

*** مدرس - قسم الذكاء الصناعي - كلية الهندسة المعلوماتية - جامعة تشرين- سورية.

The impact of inflation on the sectoral indices returns in financial markets (An applied study on Damascus Securities Exchange)

Suzan AL-ALI^{2*}

Supervised by: Dr.Reem Mahmood** & Dr.Hala Nassar***

Abstract

This study dealt with the impact of inflation on the sectoral indices returns in Damascus Securities Exchange (DSE) in the long and short term, using Auto Regressive Distributed Lag Model (ARDL) for the time period (2010-2020), after sectoral indices were built using the market value weighted index and monthly data.

The results indicated that there is a long-term equilibrium relationship between the inflation rate and the returns of the banking, insurance, industry and services sectors in Damascus Securities Exchange, and there is no statistically significant inverse relationship between the inflation rate and the returns of these indicators either in the short nor in the long term

Keywords: Sectoral stock returns, Inflation, ARDL Model.

*Postgraduate student (PHD) - Department of financial and banking science - Faculty of Economics - Tishreen University - Syrian Arab Republic.

**Associate Professor - - Department of financial and banking science - Faculty of Economics - Tishreen University - Syrian Arab Republic.

***Teacher - Department of Artificial Intelligence- Faculty of Informatics Engineering- Tishreen University - Syrian Arab Republic.

مقدمة:

يشكل التضخم إحدى أهم المشكلات التي شغلت فكر الاقتصاديين خلال العقود الماضية، لما يمثله من خطر حقيقي على النشاط الاقتصادي ككل سواء في الدول المتقدمة أو النامية، إذ يمثل تحدي للسياسة الاقتصادية التي تهدف للحفاظ على استقرار الأسعار وسلامة الاقتصاد الكلي.

من أبرز آثار التضخم السلبية فقدان النقود وظيفتها الأساسية كمخزون للقيمة، الأمر الذي يدفع المستثمرين إلى البحث عن بدائل أخرى للحصول على عائد أعلى يكفي للتعويض عن انخفاض قيم دخولهم.

تعد الأسهم أحد هذه البدائل كون عوائدها غير ثابتة، الأمر الذي دفع العديد من الاقتصاديين إلى دراسة العلاقة بين التضخم وعوائد الأسهم وتحديد مدى تأثير عوائد الأسهم بالتغيرات الحاصلة في معدلات التضخم.

تباين تفسير هذه العلاقة بين اتجاهين رئيسيين، الأول استند إلى فكرة أن الأسهم هي وسيلة للتحوط من معدلات التضخم المرتفعة والذي بني على نظرية فيشر (Fisher,1930) التي تفترض أن معدلات العوائد الاسمية هي عبارة عن معدلات العوائد الحقيقية مضافاً إليها معدل التضخم المتوقع ، أي أن العوائد الاسمية للسهم تزداد بمعدل يساوي معدل التضخم المتوقع وبالتالي فإن توزيعات الأسهم سترتفع في أوقات التضخم بنسبة تكافئ انخفاض القوة الشرائية بسبب التضخم.

كذلك (Fledstein,1980) قدم تفسير آخر للعلاقة الطردية بين معدل التضخم وأسعار الأسهم من خلال نظرية تأثير الضريبة (Tax Effect Hypothesis)، والتي تفترض أن ارتفاع معدل التضخم لا يؤثر على تكاليف الاهتلاك التي تحتسب على أساس التكلفة التاريخية، وبالتالي فإن الربح الخاضع للضريبة يرتفع مما يعكس على أسعار الأسهم.

الاتجاه الثاني تبنى نظرية فاما (Fama,1981) التي رفضت نظرية (Fisher,1930) وانطلقت من وجهة نظر معاكسة لها تماماً، إذ افترضت وجود علاقة عكسية بين عوائد الأسهم والتضخم، وأن العلاقة بين التضخم وعوائد الأسهم تعكس آلية الطلب على النقود والنشاط الحقيقي والتضخم.

يشار إلى أن الأدبيات التجريبية التي تناولت العلاقة بين التضخم وعوائد سوق الأوراق المالية شهدت بدورها انقساماً بين هذين الاتجاهين، بالإضافة إلى تلك الدراسات التي لم تجد أي أثر للتضخم على عوائد الأسهم في الأسواق المالية.

من هنا تأتي ضرورة هذه الدراسة التي تقدم دليل تجريبي جديد حول أثر التضخم على المؤشرات القطاعية في سوق دمشق للأوراق المالية، لاسيما أنه وبعد مراجعة الأدبيات التي تناولت هذه العلاقة في سوق دمشق للأوراق المالية لم نجد أي إجماع على طبيعة هذه العلاقة، كما أن أغلب هذه الدراسات تمت على المؤشر الرئيسي للسوق وليس على المؤشرات القطاعية، علماً أن تحليل أثر ظروف الاقتصاد الكلي على المؤشرات القطاعية للأسواق المالية يمكن المستثمرين من مقارنة أداء القطاعات في الظروف الاقتصادية المختلفة، ومعرفة القطاعات التي لديها آفاق جيدة للاستثمار، بحيث يتمكن المستثمرون من استخدام نتائج هذه الدراسات كمعلومات يمكن الاستناد إليها في استراتيجياتهم الاستثمارية عند اختيار القطاعات التي سيتم تضمينها في محافظهم الاستثمارية.

تسعى هذه الدراسة لمعرفة إذا ما كان هناك علاقة عكسية بين معدل التضخم وعوائد المؤشرات القطاعية في سوق دمشق للأوراق المالية وفق فرضية (Fama,1981).

انطلاقاً من هذه الفرضية فإن الأسهم في سوق دمشق للأوراق المالية في مختلف القطاعات لا تشكل وسيلة تحوط جيدة لارتفاع معدلات التضخم نظراً لطبيعة المستثمرين في سوق دمشق للأوراق المالية، الذين غالبيتهم من المدخرين أو المضاربين، وبالتالي إن

ارتفاع معدل التضخم يدفع بهؤلاء المستثمرين إلى تجنب الاستثمار في الأسهم والاتجاه إلى أنواع أخرى من الاستثمارات للحفاظ على مدخراتهم.

مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة الدراسة الحالية في الإجابة على التساؤلات التالية:

- 1- هل توجد علاقة تكامل مشترك (علاقة توازنية في الأجل الطويل) بين معدل التضخم وعوائد المؤشرات القطاعية (مؤشر البنوك، مؤشر التأمين، مؤشر الخدمات، مؤشر الصناعة) في سوق دمشق للأوراق المالية خلال الفترة (2010-2020) .
- 2- هل يؤثر التضخم سلباً في الأجل الطويل على عوائد المؤشرات القطاعية (مؤشر البنوك، مؤشر التأمين، مؤشر الخدمات، مؤشر الصناعة) في سوق دمشق للأوراق المالية خلال الفترة (2010-2020) .
- 3- هل يؤثر التضخم سلباً في الأجل القصير على عوائد المؤشرات القطاعية (مؤشر البنوك، مؤشر التأمين، مؤشر الخدمات، مؤشر الصناعة) في سوق دمشق للأوراق المالية خلال الفترة (2010-2020) .

أهمية البحث:

تكمن الأهمية العلمية لهذه الدراسة في كونها تتناول العلاقة بين أحد أهم متغيرات الاقتصاد الكلي متمثلاً في معدل التضخم (Inflation Index)، وعوائد المؤشرات القطاعية (Sectoral Indicators Returns) في سوق دمشق للأوراق المالية (Damascus Securities Exchange – DSE) خلال الفترة (2010-2020).

إذ إنه لدى مراجعتنا للدراسات السابقة التي تمت على سوق دمشق للأوراق المالية وتناولت هذه العلاقة، لوحظ اختلاف نتائج تلك الدراسات، إذ أن منها من وجد علاقة عكسية بين من معدل التضخم وعوائد الأسهم مثل دراسة (بيطار وعلي، 2021)، ومنها من لم يجد أي علاقة ذات دلالة إحصائية بينهما مثل دراسة (ياغي، 2020) ودراسة

(العمار وأسعد، 2017) ، ومنهم من وجد علاقة موجبة في الأجلين الطويل والقصير للتضخم على عوائد الأسهم مثل دراسة (زيدان، 2016)، وبالتالي إن الوقوف على إذا ما كان ارتفاع معدل التضخم يقود إلى ارتفاع أسعار الأسهم أو إلى تراجعها، بحاجة إلى مزيد من الدراسات حول هذه العلاقة الجدلية.

كما تستمد هذه الدراسة أهميتها أيضاً كونها من الدراسات الأولى (على حد علم الباحث) التي تقدم دليل تجريبي حول أثر التضخم على المؤشرات القطاعية في سوق دمشق للأوراق المالية ، وبالتالي فإن نتائج هذا البحث تهم المستثمرين والمتداولين في السوق، بالإضافة إلى ماستقدمه من توصيات واقتراحات يمكن تبنيها من قبل صناع القرار من أجل المساعدة في تطوير السوق واتخاذ القرارات الصحيحة.

تقوم الدراسة الحالية ببناء المؤشرات القطاعية في سوق دمشق للأوراق المالية حيث أنه حتى تاريخ إعداد البحث لم يتم إطلاق المؤشرات القطاعية في سوق دمشق للأوراق المالية، حيث نجد أن الدراسات التي تمت على قطاعات معينة في سوق دمشق إما قامت بدراسة جميع الشركات المدرجة في القطاع أو اعتمدت على وسطي أداء القطاع من حيث بيانات التداول.

تأتي أهمية بناء هذه المؤشرات ودراستها من أن لتحليل أداء المؤشرات القطاعية في السوق المالي أهمية كبيرة، إذ يعطي فكرة عن مدى استقرار أداء القطاع عبر الزمن وفي الظروف الاقتصادية المختلفة، بالإضافة إلى معرفة إذا ما كان هناك تفاوت كبير بين العوائد التي تحققها القطاعات المختلفة في السوق وبالتالي وجود فروقات في معدلات عوائد هذه القطاعات الأمر الذي يساعد على تحديد الفرص الاستثمارية (الجيدة والمريحة).

كما أن المؤشرات القطاعية مفيدة للمتداولين والمستثمرين إذ تمنحهم فكرة عن أداء كل قطاع على حدى، كما ذكرنا سابقاً فإن عدم وجود المؤشرات القطاعية في السوق سيدفع

كل منهم إلى دراسة أداء كل سهم ضمن القطاع لتقييم أداء القطاع بشكل عام وهو أمر قد يكون مرهقاً في حال وجود عدد كبير من الشركات ضمن كل قطاع بالإضافة إلى أنه عرضة للعديد من الأخطاء، فالمؤشرات القطاعية تجعل هذه المهمة أسهل إذ أن كل ما يستلزمه الأمر هو إلقاء نظرة على المؤشر القطاعي والتي تمنح المستثمرين فكرة جيدة عن أداء القطاع، لاسيما إذا كان المستثمر مهتماً بسهم معين ضمن هذا القطاع، بالتالي يمكن مقارنة أداء هذا السهم مع أداء مؤشر القطاع حيث أن النظر إلى السهم لوحده لا يعطي فكرة كافية عن أداءه.

هدف البحث:

تهدف الدراسة إلى مايلي:

- 1- اختبار وجود علاقة تكامل مشترك بين معدل التضخم وعوائد المؤشرات القطاعية (مؤشر البنوك، مؤشر التأمين، مؤشر الخدمات، مؤشر الصناعة) في سوق دمشق للأوراق المالية خلال الفترة (2010-2020).
 - 2- اختبار وجود أثر سلبي لمعدل التضخم في الأجل الطويل على عوائد المؤشرات القطاعية (مؤشر البنوك، مؤشر التأمين، مؤشر الخدمات، مؤشر الصناعة) في سوق دمشق للأوراق المالية خلال الفترة (2010-2020).
 - 3- اختبار وجود أثر سلبي لمعدل التضخم في الأجل القصير على عوائد المؤشرات القطاعية (مؤشر البنوك، مؤشر التأمين، مؤشر الخدمات، مؤشر الصناعة) في سوق دمشق للأوراق المالية خلال الفترة (2010-2020).
- وذلك بعد بناء وتكوين المؤشرات القطاعية في سوق دمشق للأوراق المالية وهو مالم تتبناه أي من الدراسات السابقة حول هذه السوق.

فرضيات البحث:

تختبر الدراسة الفرضيات التالية:

- 1- لا توجد علاقة تكامل مشترك (توازنية طويلة الأجل) بين معدل التضخم وعوائد المؤشرات القطاعية (مؤشر البنوك، مؤشر التأمين، مؤشر الخدمات، مؤشر الصناعة) في سوق دمشق للأوراق المالية خلال الفترة (2010-2020).
- 2- لا يوجد أثر سلبي معنوي في الأجل الطويل لمعدل التضخم على عوائد المؤشرات القطاعية (مؤشر البنوك، مؤشر التأمين، مؤشر الخدمات، مؤشر الصناعة) في سوق دمشق للأوراق المالية خلال الفترة (2010-2020).
- 3- لا يوجد أثر سلبي معنوي في الأجل القصير لمعدل التضخم على عوائد المؤشرات القطاعية (مؤشر البنوك، مؤشر التأمين، مؤشر الخدمات، مؤشر الصناعة) في سوق دمشق للأوراق المالية خلال الفترة (2010-2020).

الدراسات السابقة:

الدراسات العربية :

1- دراسة (بيطار وعلي، 2021)

استخدام نماذج الانحدار الذاتي اللاخطي (NARDL) لدراسة أثر التضخم في عوائد الأسهم "دراسة قياسية على شركات التأمين المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية

للفترة (2019-2012)

تناولت الدراسة عدم تماثل أثر التغيرات في معدل التضخم على عوائد أسهم قطاع التأمين في سوق دمشق للأوراق المالية، باستخدام نموذج الانحدار الذاتي ذو الإبطاء الموزع غير الخطي (Nonlinear Auto Regressive Distributed Lag Model-)، للفترة (2019-2012) وذلك باستخدام بيانات شهرية، وخلصت الدراسة (NARDL)، للفترة (2019-2012) إلى وجود أثر سلبي لمعدل التضخم الشهري في عوائد مؤشر قطاع التأمين وهذا ما يتفق

مع فرضية فاما التي تنص على وجود علاقة عكسية بين معدل التضخم و عوائد الأسهم.

2- دراسة (ياغي، 2020)

العلاقة السببية بين معدل التضخم ومؤشر أسعار الأسهم (بحث تطبيقي على سوق دمشق للأوراق المالية)

تناولت الدراسة العلاقة السببية بين معدل التضخم وأسعار الأسهم في سوق دمشق بهدف تحديد اتجاه العلاقة السببية بين المتغيرين التابع والمستقل، تم استخدام البيانات الشهرية لكل من معدل التضخم ومؤشر سوق دمشق للأوراق المالية خلال الفترة (2011-2017)، و اختبار العلاقة السببية باستخدام تحليل جرانجر للسببية (Granger Causality Test) و نموذج الانحدار الذاتي (Vector Autoregressive Model- VAR) لاستبعاد الارتباط الذاتي بين المتغيرين، توصلت النتائج إلى وجود علاقة سببية أحادية الاتجاه من مؤشر السوق باتجاه معدل التضخم.

3- دراسة (حمدوش، 2017)

أثر التضخم على عوائد الأسهم بالتطبيق على سوق دمشق المالية

تناولت الدراسة أثر التضخم على عائد مؤشر سوق دمشق المالية باستخدام البيانات الشهرية لمعدل التضخم ومؤشر السوق، خلال الفترة (2010-2013) وتوصلت الباحثة إلى وجود علاقة ارتباط ضعيفة ولكنها غير دالة إحصائياً لمعدل التضخم على عائد المؤشر في سوق دمشق للأوراق المالية.

4- دراسة (العمار وأسعد، 2017)

العلاقة بين المتغيرات الاقتصادية الكمية ومؤشر سوق دمشق للأوراق المالية

تناولت هذه الدراسة العلاقة بين مجموعة من المتغيرات الاقتصادية الكلية (سعر الصرف الاسمي الفعال، العرض النقدي، معدل تغطية الصادرات للواردات، معدل التضخم) ومؤشر سوق دمشق للأوراق المالية خلال الفترة (2010-2011) باستخدام بيانات شهرية، تم استخدام اختبار جرانجر للسببية لدراسة هذه العلاقة. توصلت إلى عدم وجود علاقة سببية بين كل من معدل تغطية الصادرات للواردات، معدل التضخم ومؤشر سوق دمشق، بينما وجدت علاقة سببية أحادية الاتجاه تتجه من سعر الصرف الاسمي الفعال، وعلاقة سببية أحادية الاتجاه تتجه من العرض النقدي نحو مؤشر السوق .

الدراسات الأجنبية :

1- دراسة (Malik et.al,2023)

Inflation and Stock Market Returns: An Empirical Study of Sectoral Indices with Special Reference to India

تناولت الدراسة العلاقة بين معدل التضخم والمؤشرات القطاعية في البورصة الوطنية للهند (NSE) وذلك باستخدام البيانات الشهرية لكل من عوائد المؤشرات القطاعية (البنوك، المالي، النقل، تكنولوجيا المعلومات، الصناعات الدوائية، الطاقة، الصناعات المعدنية) ومعدل التضخم خلال فترة الدراسة الممتدة على 8 سنوات، وذلك باستخدام معامل الارتباط بيرسون، توصلت النتائج إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية معدل التضخم وكل من مؤشر قطاع البنوك، القطاع المالي، قطاع النقل، وقطاع الصناعات الدوائية.

لم تجد الدراسة علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين معدل التضخم وكل من مؤشر قطاع تكنولوجيا المعلومات، مؤشر قطاع الطاقة و مؤشر قطاع الصناعات المعدنية.

2- دراسة (Erer,2021)

The Impacts of Inflation and inflation Uncertainty on Sectoral Stock Market Returns: evidence from turkey

تناولت الدراسة تحليل أثر معدل التضخم وصددماته على المؤشرات القطاعية (الخدمات ، الطاقة، الاتصالات، المالي، البنوك ، الصناعة، تكنولوجيا المعلومات) في بورصة اسطنبول (BIST100) وذلك خلال الفترة (2004-2021) باستخدام نموذج الانحدار الذاتي ذو الإبطاء الموزع غير الخطي (NARDL) وذلك لدراسة علاقة التكامل المشترك الخطية وغير الخطية في الأجلين القصير والطويل ، توصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة تكامل طويلة الأجل بين عوائد المؤشرات القطاعية ومعدل التضخم ، كما وجدت أن الصدمات الإيجابية والسلبية في التضخم ليس لها تأثير على قطاع الخدمات والطاقة ولكنها تؤثر سلباً على كل من قطاع التكنولوجيا في الأجلين القصير والطويل، بينما تؤثر على القطاع المالي والمصرفي والقطاع الصناعي سلباً في الأجل القصير فقط.

3- دراسة (Al-Sharkas & Al-Zoubi,2014)

Stock Prices and Inflation: Evidence from Jordan, Saudi Arabia, Kuwait, and Morocco

تناولت هذه الدراسة العلاقة بين معدل التضخم ومؤشرات أسعار الأسهم الشهرية لكل من الاسواق العربية التالية: الأردن ، السعودية، المغرب والكويت، وذلك خلال الفترة الزمنية (2009-2000) باستخدام منهجية جوهانسن للتكامل المشترك (Johansen Cointegration method).

جاءت النتائج لتبين وجود علاقة تكامل مشترك بين مؤشرات هذه الأسواق ومعدل التضخم، وعلاقة طردية ذات دلالة معنوية في الأجل الطويل بما يتوافق مع فرضية فيشر.

منهجية البحث:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي الذي يقوم على وصف خصائص ظاهرة معينة وجمع معلومات عنها دون تحيز، من خلال التأصيل النظري المرتبط بالأدبيات النظرية والتطبيقية ذات العلاقة بموضوع البحث إضافة إلى التحليل المعتمد على البيانات المتوفرة حول موضوع الدراسة في سوق دمشق للأوراق المالية.

تم اعتماد الدراسة القياسية من خلال توظيف منهجية الانحدار الذاتي ذو الإبطاء الموزع (ARDL) لدراسة أثر التضخم على عوائد المؤشرات القطاعية في سوق دمشق للأوراق المالية في الأجلين القصير والطويل، بناء على نتائج اختبارات استقرارية السلاسل الزمنية المتمثلة باختبارات جذر الوحدة (Unit Root Test) وبعد أن تم إجراء سلسلة من الاختبارات للتأكد من ملاءمة البيانات لشروط أدوات الاقتصاد القياسي كاختبارات الإحصاء الوصفي ومصفوفة الارتباط بين المتغيرات المستقلة (Correlation Matrix).

بما أن هذه الدراسة ستعتمد على دراسة سلسلة زمنية للعلاقة بين معدل التضخم وعوائد قطاعات الأسهم في سوق دمشق للأوراق المالية (DSE)، فقد قمنا بجمع البيانات اللازمة للدراسة من موقع سوق دمشق للأوراق المالية فيما يتعلق بالبيانات المتعلقة بالشركات المدرجة في كل من قطاع (البنوك ، التأمين ، الصناعة والخدمات) ، من حيث أسعار الإغلاق وعدد أسهم الشركات المدرجة لغايات احتساب المؤشرات القطاعية خلال فترة الدراسة، كما تم الحصول على بيانات معدل التضخم الشهري من موقع مصرف سورية المركزي حيث كانت البيانات المتاحة لهذا المتغير حتى تاريخ (1/8/2020)، لذلك تم تحديد الفترة الزمنية للبحث من 1/1/2010 وحتى 1/8/2020، وبيانات كل من سعر الصرف الاسمي وأسعار الفائدة قصيرة الأجل من

موقع مصرف سورية المركزي، والجدولين رقم (1) ورقم (2) يوضحان مجتمع وعينة البحث والمتغيرات المستخدمة في الدراسة.

مجتمع البحث وعينته:

يتكون مجتمع البحث من الشركات المدرجة في سوق دمشق للأوراق المالية، أما عينة البحث هي الشركات التي تتدرج ضمن القطاعات الاقتصادية التالية (البنوك ، التأمين ، الخدمات ، والصناعة) بحيث تغطي بيانات الدراسة السلسلة الشهرية لعوائد مؤشرات القطاعات الاقتصادية الأربعة³ داخل سوق دمشق للأوراق المالية ، خلال فترة الدراسة الممتدة بين 2010 - 2020.

جدول رقم(1): المؤشرات القطاعية في سوق دمشق للأوراق المستخدمة في الدراسة (عينة البحث)

مؤشر البنوك BANI	يتكون هذا المؤشر من 14 شركة مدرجة في قطاع البنوك للفترة (2010 - 2020) ، تم احتسابه عن طريق تطبيق معادلة المؤشر المرجح بالقيمة السوقية للشركات الموجودة فيه.
مؤشر التأمين INSI	يتكون هذا المؤشر من 6 شركات مدرجة في قطاع التأمين للفترة (2010 - 2020) عن طريق تطبيق معادلة المؤشر المرجح بالقيمة السوقية للشركات الموجودة فيه.
مؤشر الخدمات SERI	يتكون هذا المؤشر من 2 شركة مدرجة في قطاع الخدمات للفترة (2010 - 2020) عن طريق تطبيق معادلة المؤشر المرجح بالقيمة السوقية للشركات الموجودة فيه.
مؤشر الصناعة INDI	يتكون هذا المؤشر من 2 شركة مدرجة في قطاع الصناعة للفترة (2010 - 2020) عن طريق تطبيق معادلة المؤشر المرجح بالقيمة السوقية للشركات الموجودة فيه.

المصدر: من إعداد الباحثة

تم احتساب المؤشرات القطاعية وفق معادلة مؤشر سوق دمشق المالي (Damascus Weighted index -DWX)، والذي يعتمد على أسلوب التثقيف بالقيمة السوقية

³ تم استثناء القطاع الزراعي المؤلف من شركة واحدة وهي نماء (NAMA) وذلك بسبب إيقاف التداول عليها خلال الفترة من تاريخ 22/11/2013 وحتى تاريخ 3/8/2020 ، حيث تم إعادتها للتداول بعد أن استوفت شروط تعليق التداول وتم إعادة إدراج أسهمها في السوق وإعادة عضويتها إلى مركز المقاصة، كما تم استثناء قطاع الاتصالات الذي تم إدراج الشركات فيه في العام 2019 وبالتالي هو لا يغطي من فترة الدراسة سوى 2019 و 2020.

للشركات الداخلة في احتساب معادلته، حيث تعطي كل شركة وزناً بقدر ما تشكل قيمتها السوقية من القيمة السوقية للعينة ككل.
معادلة المؤشر المرجح بالقيمة السوقية:

$$\text{المعامل} * \frac{(\text{عدد أسهم الشركة} * \text{متوسط سعر السهم})}{(\text{عدد أسهم الشركة بتاريخ الأساس} * \text{سعر الأساس})}$$

متغيرات البحث:

جدول رقم(2): متغيرات البحث المستخدمة (التابعة، المستقلة ، الضابطة)

مصدر البيانات	الأساس المرجعي	طريقة القياس	الرمز	المتغيرات	
تم احتسابها بناء على البيانات التي تم الحصول عليها من موقع سوق دمشق للأوراق المالية	(بنال،2017) (Malik et.al,2023) (Erer,2021)	$\frac{PBANI_t}{PBANI_{t-1}}$	BANI	عائد مؤشر قطاع البنوك الشهري	التابعة
		$\frac{PINSI_t}{PINSI_{t-1}}$	INSI	عائد مؤشر قطاع التأمين الشهري	
		$\frac{PSERI_t}{PSERI_{t-1}}$	SERI	عائد مؤشر قطاع الخدمات الشهري	
		$\frac{PINDI_t}{PINDI_{t-1}}$	INDI	عائد مؤشر قطاع الصناعة الشهري	
موقع مصرف سورية المركزي	(Al-Sharkas & Al-Zoubi,2014) (بنال،2017) (بودريوة ومالكي ، 2019) (Malik et.al,2023)	$\frac{CPI_t - CPI_{t-1}}{CPI_{t-1}}$	INF	معدل التضخم الشهري	المستقلة
موقع مصرف سورية المركزي	(مشرقي والشهاب ، 2014) (Chandrashekar et.al,2018)	$\frac{EXC_t - EXC_{t-1}}{EXC_{t-1}}$	EXC	التغير في سعر الصرف ⁴	الضابطة
موقع مصرف سورية المركزي	(بيطار وعلي ،2021) (Chandrashekar et.al,2018)	$\frac{INL_t - INL_{t-1}}{INL_{t-1}}$	INL	التغير في سعر الفائدة قصيرة الأجل ⁵	

المصدر: من إعداد الباحثة

⁴ سعر صرف الليرة السورية مقابل العملات الأجنبية حسب النشرة الرسمية لأسعار الصرف للعملات الأجنبية الصادرة عن مصرف سورية المركزي.

⁵ المتوسط المرجح لأسعار الفائدة السوقية على ودائع العملاء بالليرة السورية (لفترة ثلاثة أشهر)

الإطار النظري للبحث:

1- تعريف التضخم:

لم يتفق الباحثون على تعريف محدد للتضخم ، عرفه البعض من خلال أسبابه كظاهرة نقدية على أنه الحالة التي تحدث فيها زيادة مفرطة للنقود في أيدي المستهلكين وبالتالي حدوث خلل بين العرض الكلي والطلب الكلي يظهر في ارتفاع متكرر للمستوى العام للأسعار (كنعان، 2000).

والبعض الآخر عرفه من خلال نتائج ظاهرة سعرية ، إذ ينتج التضخم عن زيادة الطلب الكلي عن قدرة الاقتصاد على زيادة كمية المنتجات الكلية الحقيقية وهو ما يعرف بمستوى التشغيل الكامل مما يؤدي إلى ارتفاع المستوى العام للأسعار (العبد الله ، 1990).

ينشأ التضخم بفعل عوامل اقتصادية مختلفة من أبرزها: التضخم بسبب ارتفاع التكاليف التشغيلية، التضخم الناشئ عن زيادة حجم الطلب النقدي والذي يصاحبه عرض ثابت من السلع والخدمات، التضخم الناتج من تغيرات كلية في تركيب الطلب الكلي في الاقتصاد، حتى لو كان هذا الطلب مفرطاً أو لم يكن هناك تركيز اقتصادي ، إذ أن الأسعار تكون قابلة للارتفاع وغير قابلة للانخفاض رغم انخفاض الطلب، وهناك تضخم ناشئ عن ممارسة الحصار الاقتصادي تجاه دول أخرى (حمدوش، 2017).

2- التضخم وعوائد سوق الأوراق المالية

إن الأسواق المالية تعكس الحالة الاقتصادية في البلد وتعتبر مرآة لها، وعليه فإن أي تغيير يطرأ على الوضع الاقتصادي نتيجة التغيرات في أحد العوامل المؤثرة لابد وأن يبال أثره الأسواق المالية.

يعتبر التضخم من العوامل ذات الأهمية الكبيرة في الأسواق المالية كونه يؤثر على القدرة الشرائية للنقود، إذ أن الارتفاعات المستمرة في الأسعار تؤدي إلى فقدان النقود جزء من

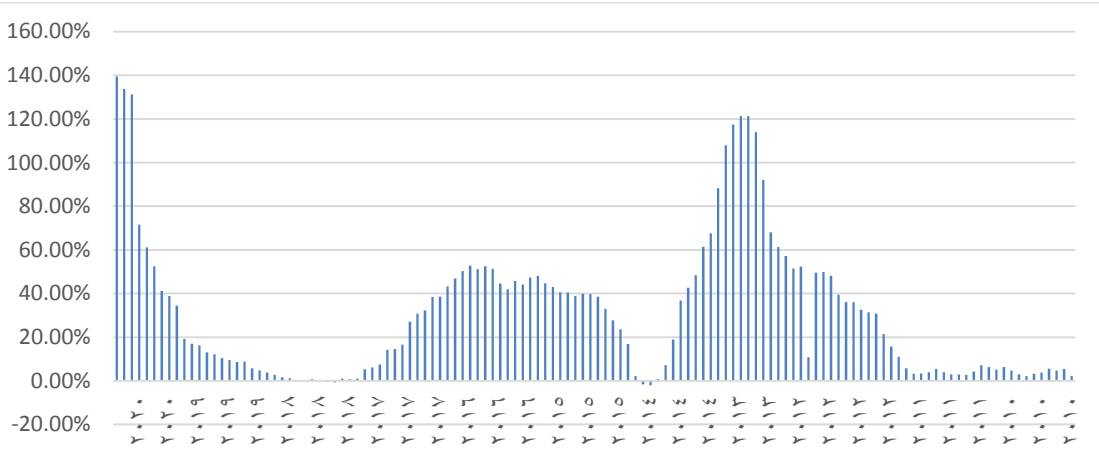
قوتها الشرائية فتفقد النقود قيمتها كمخزون مما يدفع بالأفراد الى إنفاق معظم دخلهم على الاستهلاك وبالتالي إضعاف الإدخار (Sharaf,2015)، الأمر الذي ينعكس على أسعار الأسهم في الأسواق المالية. في سياق هذه العلاقة هناك تيارين رئيسيين لدى دراسة أثر التضخم على عوائد الأسواق المالية، الأول يدعم الأثر الإيجابي للتضخم على عوائد الأسواق المالية و المرتكز على فرضية (Fisher,1930)، والتي دعمتها نتائج مجموعة من الدراسات التجريبية إذ توصلت إلى وجود علاقة وتأثير إيجابي للتضخم على عوائد الأسواق المالية مثل دراسة (Omotor,2010) ، التي وجدت إلى أن عوائد السوق قد توفر وسيلة فعالة للتحوط من التضخم وهذا ما يفسر العلاقة الإيجابية بين التضخم وعوائد السوق، و دراسة (Vena, 2012) التي توصلت الى وجود علاقة ارتباط قوية بين معدلات التضخم وعوائد الأسهم وأن هذا يشير الى أن الاستثمارات في سوق الأوراق المالية تزدهر بغض النظر عن معدل التضخم.

التيار الثاني يدعم الأثر السلبي للتضخم على عوائد الأسواق المالية و يرتكز على فرضية (Fama ,1981) التي تفترض وجود علاقة عكسية وليست علاقة سببية بين كل من التضخم وعوائد الأسهم، وأن تلك العلاقة ليست ناتجة عن التأثير المتبادل بينهما، وإنما بسبب ارتباط معدل التضخم بالنشاط الاقتصادي بعلاقة عكسية، ولأن العوائد ترتبط بعلاقة إيجابية مع النشاط الاقتصادي وبالتالي نجد العلاقة العكسية بين معدل التضخم والعوائد وعليه اعتبرت أن الأسهم أداة ضعيفة للتحوط من التضخم، وهذا ماكدت عليه كل من دراسة (Chen et al. 1986) ، و دراسة (Mahmood et al., 2015) التي توصلت لوجود علاقة عكسية بين التضخم وعوائد الأسهم المدرجة. بالإضافة إلى وجود عدد من الدراسات التي لم تجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين معدل التضخم وعوائد الأسهم في الأسواق المالية مثل دراسة (Gjerde & Sættem , 1999) ، و دراسة (عرموش ، 2014) وغيرها.

3- تطور معدل التضخم في سورية :

شهدت معدلات التضخم خلال مدة الدراسة (2010- 2020) ارتفاعات كبيرة ومنتالية، إذ ارتفع معدل التضخم السنوي من (2.18%) في بداية العام 2010 ، ووصل إلى (139.46%) حتى نهاية العام 2020 ، ويمكن رؤية هذه الارتفاعات موضحة في الشكل أدناه.

شكل رقم (1) : تطور معدل التضخم السنوي (YOY) خلال فترة الدراسة (2010-2020)



المصدر: من إعداد الباحثة باستخدام القيم السنوية لمعدل التضخم (YOY) من موقع مصرف سورية المركزي

يعود هذا الارتفاع الكبير في معدل التضخم إلى تداعيات آثار الحرب على سورية وأهمها:

- تضرر البنية التحتية للاقتصاد (كهرباء ، نفط ، طرق).
- تراجع الإنتاج الزراعي والصناعي.
- ارتفاع تكاليف الإنتاج.
- العقوبات الاقتصادية (قانون قيصر) التي أدت إلى ارتفاع تكاليف الاستيراد.

- تراجع موارد القطع الأجنبي اللازم لتلبية الطلب على تمويل المستوردات و الذي أثر بشكل كبير على سعر صرف الليرة وبالتالي ارتفاع التضخم المستورد الذي يشكل المكون الرئيسي في معدل التضخم في سورية (ياغي ، 2020).

4- تطور أداء القطاعات في سوق دمشق للأوراق المالية :

يتكون سوق دمشق للأوراق المالية من ستة قطاعات رئيسية هي : قطاع البنوك ، قطاع التأمين ، قطاع الصناعة، قطاع الخدمات ، قطاع الزراعة وقطاع الاتصالات الذي تم إضافته في العام(2019) وذلك عند إدراج كل من شركة سيريتل وشركة MTN للاتصالات في سوق دمشق للأوراق المالية.

يحتل قطاع البنوك المرتبة الأولى بين هذه القطاعات من حيث عدد وقيمة الأسهم المتداولة فيه من إجمالي السوق، حيث بلغ متوسط عدد هذه الأسهم خلال فترة الدراسة (23,035) ألف سهم أي مايشكل نسبة (86.15%) من إجمالي عدد الأسهم المتداولة في السوق و بلغت قيمة هذه الأسهم المتداولة (9,393) مليون ليرة سورية أي مايشكل نسبة (75.93%) من إجمالي قيمة الأسهم المتداولة في السوق.

نلاحظ تأثر قطاع البنوك بالأزمة التي مرت بها البلاد إذ انخفض مؤشر القطاع بنسبة (14%) خلال العام 2011 عن العام السابق وبنسبة (36.72%) في العام 2012 نتيجة انخفاض القيمة السوقية لهذا القطاع لتبلغ (95,372) مليون ليرة سورية في العام 2011 ، و قيمة (60,318) مليون ليرة سورية في العام 2012 مقارنة بقيمة (108,288) مليون ليرة سورية للعام 2010، ثم عاد المؤشر تدريجياً للارتفاع ليبلغ في نهاية العام 2020 قيمة (10,119.38) أي بارتفاع نسبته (554.53%) عن بداية انطلاق السوق.

يأتي قطاع التأمين في المرتبة الثانية حيث بلغ متوسط عدد هذه الأسهم خلال فترة الدراسة (1,893) ألف سهم أي مايشكل نسبة (8.59%) من إجمالي عدد الأسهم

المتداولة في السوق، و بلغت قيمة هذه الأسهم المتداولة (489.74) مليون سهم أي مايشكل نسبة (8.41%) من إجمالي قيمة الأسهم المتداولة في السوق.

انخفض مؤشر قطاع التأمين أيضاً خلال العام 2011 متأثراً بالأزمة بنسبة تبلغ (25%) نتيجة انخفاض القيمة السوقية لأسهم هذا القطاع إذ بلغت (7,422.98) مليون ليرة سورية مقارنة بقيمة (8,632.2) مليون ليرة سورية في العام 2010 ، بينما عاد للارتفاع تدريجياً ليبلغ في نهاية العام 2020 قيمة (4,638.95) أي بارتفاع نسبته (273.28%) عن بداية انطلاق السوق.

يحتل قطاع الصناعة المرتبة الثالثة من حيث متوسط عدد الأسهم المتداولة وقيمتها خلال فترة الدراسة إذ بلغت نسبتها (1.70%) و(1.65%) على التوالي، كما انخفضت قيمة مؤشر هذا القطاع بنسبة (25.57%) خلال العام 2011 إذ انخفضت القيمة السوقية لأسهم هذا القطاع لتبلغ (1,323.75) في العام 2011 مقارنة مع (1,778.46) العام 2010، ليعود إلى الارتفاع مع نهاية 2012 تدريجياً ويبلغ قيمة (7,834.08) في نهاية العام 2020 .

يأتي قطاع الخدمات في المرتبة الرابعة حيث بلغ متوسط عدد هذه الأسهم خلال فترة الدراسة (36.57) ألف سهم بنسبة (0.27%) من إجمالي عدد الأسهم المتداولة في السوق، و بلغت قيمة هذه الأسهم المتداولة (19.01) مليون سهم أي مايشكل نسبة (0.21%) من إجمالي قيمة الأسهم المتداولة في السوق.

انخفض مؤشر هذا القطاع أيضاً خلال العام 2011 متأثراً بالأزمة بنسبة تبلغ (32%) نتيجة انخفاض القيمة السوقية لأسهم هذا القطاع إذ بلغت (1,534.66) مليون ليرة سورية مقارنة بقيمة (2,262.48) مليون ليرة سورية في العام 2010 ، وعود الارتفاع تدريجياً لتبلغ قيمته (1,212.44) في نهاية العام 2020 أي بنسبة (9.87%) عن بداية انطلاق السوق.

جدول رقم (3): القيم السنوية لأداء القطاعات في سوق دمشق للأوراق المالية من حيث عدد الأسهم والقيم السوقية للأسهم المتداولة فيها الدراسة (2010-2020)

2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	
قطاع البنوك											
10,119.38	6,565.03	7,487.00	7,236.58	1,866.34	1,414.45	1,500.53	1,437.59	842.74	1,332.50	1,546.06	قيمة المؤشر*
26,987.38	80,145.34	28,499.08	26,616.68	19,236.36	6,395.43	20,110.48	15,802.11	6,579.68	17,059.42	5,956.12	عدد الأسهم المتداولة**
19,744.55	29,112.61	24,988.04	11,892.86	2,883.92	829.86	2,677.73	1,940.94	864.99	9.00	8,387.87	قيمة الأسهم المتداولة***
1,164,364.67	1,043,445.00	945,956.60	845,563.31	829,939.06	829,939.06	829,939.06	659,939.06	659,939.06	296,187.59	75,743.75	عدد الأسهم الكلي** للقطاع
842,305.42	546,452.66	623,194.35	602,350.34	155,348.41	117,734.61	124,899.40	102,894.41	60,318.23	95,372.60	108,288.11	القيمة السوقية***
قطاع التأمين											
4,638.95	3,798.60	3,716.93	2,341.63	950.89	879.73	927.75	943.68	920.11	934.17	1,242.74	قيمة المؤشر
835.22	3,971.32	2,171.31	1,541.87	1,067.79	1,895.17	5,082.77	2,888.71	687.42	526.14	152.00	عدد الأسهم المتداولة
347.60	1,668.42	866.16	452.44	136.14	292.94	626.44	270.75	260.89	327.53	137.78	قيمة الأسهم المتداولة
104,267.50	93,662.50	79,350.00	65,500.00	65,500.00	65,500.00	65,500.00	65,500.00	37,100.00	11,400.00	9,400.00	عدد الأسهم الكلي للقطاع
40,804.65	33,412.83	32,694.50	20,597.23	8,364.14	7,738.24	8,160.59	8,300.71	8,093.40	7,422.98	8,632.20	القيمة السوقية
قطاع الصناعة											

7,834.08	3,634.02	4,257.15	5,019.07	3,517.98	1,891.64	1,589.92	1,497.92	776.39	637.77	856.85	قيمة المؤشر
861.59	420.95	40.13	550.15	178.27	67.88	103.87	189.34	75.18	139.67	592.75	عدد الأسهم المتداولة
711.09	317.50	26.30	270.26	77.54	16.32	21.17	27.15	14.30	73.04	387.97	قيمة الأسهم المتداولة
112,600.00	112,600.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	15,000.00	3,000.00	3,000.00	عدد الأسهم الكلي للقطاع
190,832.20	117,728.05	8,836.05	10,417.50	7,301.85	3,926.25	3,300.00	3,109.05	1,611.45	1,323.75	1,778.46	القيمة السوقية
قطاع الخدمات											
1,212.44	1,251.46	1,163.40	1,026.24	720.20	717.03	731.67	748.54	748.54	748.54	1,103.54	قيمة المؤشر
7.45	9.03	38.66	124.87	20.52	6.25	16.87	2.45	-	52.13	123.99	عدد الأسهم المتداولة
3.23	6.10	21.94	35.43	3.40	1.09	3.08	0.53	-	33.77	100.60	قيمة الأسهم المتداولة
6,500.00	6,500.00	6,500.00	6,500.00	6,500.00	6,500.00	6,500.00	4,900.00	4,900.00	4,900.00	4,900.00	عدد الأسهم الكلي للقطاع
2,485.75	2,565.75	2,385.19	2,104.00	1,476.56	1,470.06	1,500.06	1,534.66	1,534.66	1,534.66	2,262.48	القيمة السوقية
الإجمالي											
28,831	84,765	30,749	28,834	20,503	8,365	25,314	18,884	11,204	17,788	6,885.61	عدد الأسهم المتداولة
21,939	32,763	25,902	12,651	3,101	1,140	3,328	2,241	2,143	7,803	9,064.00	قيمة الأسهم المتداولة

* عدد الأسهم بالآلاف

** القيمة بملايين الليرات السورية

المصدر: إعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات النشرات في موقع سوق دمشق للأوراق المالية.

الدراسة القياسية

1- الإحصاء الوصفي (Descriptive statistics):

قمنا أولاً بإجراء التحليل الإحصائي للحصول على بعض المقاييس الإحصائية الوصفية التي تعطينا ملخصاً عن طبيعة البيانات المتعلقة بالدراسة، نلاحظ من الجدول أدناه أن المتوسط الحسابي (Mean) لسلسلة عوائد مؤشر قطاع البنوك (BANI) كان الأكبر بقيمة (1.023) ، بينما المتوسط الحسابي لسلسلة سعر الفائدة (INT) الذي يساوي (0.001) هو الأصغر مقارنة بباقي السلاسل.

الانحراف المعياري (Std. Dev.) لسلسلة عوائد مؤشر قطاع الخدمات (SERI) هو الأصغر بقيمة (0.037) مما يدل على أن هذه السلسلة هي الأكثر اعتدالاً ولأقل تشتتاً ، بينما أعلى قيمة للانحراف المعياري كانت لسلسلة عوائد مؤشر قطاع البنوك (BANI) أما بالنسبة لقيم معامل الالتواء (Skewness) فقد جاءت جميع القيم أكبر من الصفر مما يدل على وجود قيم شاذة وأن توزيع السلسلة غير متماثل والذيل الأيمن أطول بالمقارنة مع التوزيع الطبيعي باستثناء سلسلة عوائد مؤشر قطاع الصناعة (INDI).

بالنسبة لمعامل التفرطح (Kurtosis) فقد جاءت جميع القيم أكبر من (3) وبالتالي فإن منحنى التوزيع الطبيعي لهذه السلاسل لا يخضع لشكل التوزيع الطبيعي إذ يأخذ شكلاً مدبباً، وهو ما يؤكد اختبار التوزيع الطبيعي حيث أن قيم احتمالية جارك بير (Jarque-Bera) لجميع السلاسل أكبر من (0.05) وهو ما يتنافى مع قاعدة التوزيع الطبيعي .

جدول رقم (4): المقاييس الوصفية للمتغيرات المستخدمة في البحث خلال فترة الدراسة (2010-2020)

INT	EXC	INF	SERI	INDI	INSI	BANI	
0.001	0.029	0.027	1.001	1.005	1.014	1.023	Mean
0.000	0.005	0.014	1.000	1.000	1.000	1.003	Median
0.443	0.874	0.530	1.150	1.279	1.301	1.492	Maximum
-0.241	-0.121	-0.022	0.892	0.358	0.811	0.653	Minimum
0.052	0.096	0.056	0.037	0.094	0.064	0.100	Std. Dev.
4.253	6.525	6.043	1.268	-1.922	1.553	1.620	Skewness
48.406	53.456	52.270	8.726	19.696	8.682	10.262	Kurtosis
11,381.87	14,485.88	13,726.17	209.11	1,565.58	223.63	337.27	Jarque-Bera
0.00	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	Probability
0.14	3.756	3.450	128.18	128.62	129.73	130.89	Sum
0.34	1.175	0.400	0.171	1.131	0.514	1.274	Sum Sq. Dev.
128	128	128	128	128	128	128	Observations

المصدر : من إعداد الباحثة باستخدام برنامج EViews-13

2- مصفوفة الارتباط بين المتغيرات التفسيرية (Correlation matrix):

نلاحظ أن القيم الاحتمالية لمعاملات الارتباط للمتغيرات المستقلة (INF, EXC, INT) جميعاً أكبر من (0.05)، وبالتالي فإنها غير معنوية أي لا يوجد ارتباط بين هذه المتغيرات.

جدول رقم (5): مصفوفة الارتباط للمتغيرات المستقلة

Correlation Probability()			
INT	EXC	INF	
		1.000	INF

	1.000	0.682	EXC
	-----	(10.489)	
1.000	0.004705	-0.030	INT
-----	(0.0528)	(0.3448)	

المصدر : من إعداد الباحثة باستخدام برنامج EViews-13

3- اختبار استقرارية السلاسل الزمنية (Unit- root test):

تم استخدام كل من اختبار ديكي فولر الموسع (Augmented Dickey-Fuller/ ADF) واختبار فيليب بيرون (Phillips -Perron/PP) للكشف عن درجة استقرار السلاسل الزمنية المستعملة في تقدير النموذج القياسي.

يوضح الجدول (6) أدناه أن السلاسل الزمنية لكل من عوائد أسهم قطاعات سوق دمشق (البنوك ، التأمين، الخدمات ، الصناعة) ، سعر الصرف والفائدة مستقرة عند المستوى الأصلي للبيانات (Level) بينما سلسلة معدل التضخم غير ساكنه عند هذا المستوى وتصبح مستقرة بعد أخذ الفروق من الدرجة الأولى (1st difference) .

جدول (6): نتائج اختبار جذر الوحدة (ADF) لمتغيرات الدراسة عند المستوى الأصلي للبيانات (level)

Variable	level	ADF		PP	
		coef	Prop	Coef	Prop
Dependent Variable					
BANI	intercept	-8.890	0.000	-8.879	0.000
	individual intercept & trend	-8.919	0.000	-8.919	0.000
	none	-8.602	0.000	-8.649	0.000
INSI	intercept	-10.451	0.000	-10.451	0.000
	individual intercept & trend	-10.806	0.000	-10.829	0.000
	none	-10.091	0.000	-10.207	0.000
INDI	intercept	-9.103	0.000	-9.161	0.000
	individual intercept & trend	-9.163	0.000	-9.208	0.000
	none	-9.120	0.000	-9.181	0.000
SERI	intercept	-8.544	0.000	-8.862	0.000
	individual intercept & trend	-8.734	0.000	-8.907	0.000
	none	-8.572	0.000	-8.889	0.000
Independent Variables					

INF	intercept	-1.794	0.382	-9.773	0.000
	individual intercept & trend	-1.894	0.652	-9.910	0.000
	none	0.009	0.686	-8.831	0.000
Controlling Variables					
EXC	intercept	-7.384	0.000	-7.135	0.000
	individual intercept & trend	-7.423	0.000	-7.165	0.000
	none	-6.827	0.000	-6.939	0.000
INT	intercept	-11.7548	0.000	-12.4819	0.000
	individual intercept & trend	-11.9483	0.000	-12.7609	0.000
	none	-11.7888	0.000	-12.5283	0.000

المصدر : من إعداد الباحثة باستخدام برنامج EViews-13

جدول (7): نتائج اختبار جذر الوحدة (ADF) لمتغيرات الدراسة عند الفروق من الدرجة الأولى
(1st difference)

Variable	1rst difference	ADF		PP	
		Coef	Prop	Coef	Prop
INF	Intercept	-18.525	0.000	-66.216	0.000
	individual intercept & trend	-18.561	0.000	-64.221	0.000
	None	-18.498	0.000	-65.782	0.000

المصدر : من إعداد الباحثة باستخدام برنامج EViews-13

4- اختبار وجود علاقة توازنية طويلة الأجل بين متغيرات النماذج المقدره لعوائد قطاعات الأسهم في سوق دمشق للأوراق المالية خلال فترة الدراسة (2010-2020)

من أجل التأكد من وجود علاقة توازنية طويلة الأجل تربط فيما بين متغيرات الدراسة، قمنا بتقدير نموذج الانحدار الذاتي للفجوات الزمنية الموزعة المتباطئة (ARDL) لعوائد المؤشرات القطاعية (البنوك ، التأمين ، الصناعة والخدمات) في سوق دمشق للأوراق المالية (DSE) بدلالة معدل التضخم .

يوضح الجدول رقم (8) نتائج اختبار الحدود (Bound test) لكل نموذج من النماذج (ARDL) المقدر، حيث أن القيم الاحتمالية ل(F) للنماذج التي تم تقديرها لكل من قطاع البنوك (BANI) ، قطاع التأمين (INSI)، وقطاع الصناعة (INDI)، وقطاع الخدمات (SERI) أكبر من الحدود العليا عند جميع المستويات المعنوية، وبالتالي يمكننا القول أن هناك علاقة تكامل مشترك بين عوائد هذه المؤشرات ومعدل التضخم (INF)، وبالتالي نقبل الفرضية الأولى لبحثنا التي تنص على وجود علاقة توازنية طويلة الأجل بين معدل التضخم وعوائد المؤشرات القطاعية (مؤشر البنوك، مؤشر التأمين، مؤشر الصناعة و مؤشر الخدمات) في سوق دمشق للأوراق المالية.

جدول (8): نتائج اختبار الحدود للنماذج المقدر، و تقييم النماذج وفقاً للمعيار الإحصائي

(معامل التحديد ، اختبار F ، اختبار DW)

dependent variable	Selected ARDL model	F3-statistic value (Bound Test)	R-squared	Adjusted R-squared	F-statistic	Prob(F-statistic)	Durbin-Watson stat
BANI	ARDL(1,0,1,0)	16.654	0.100	0.062	2.680	0.025*	2.022
INSI	ARDL(2,0,0,7)	7.551	0.190	0.100	2.111	0.022*	1.971
INDI	ARDL(1,0,4,0)	19.654	0.147	0.087	2.470	0.017*	2.012
SERI	ARDL(1,0,0,0)	14.496	0.078	0.048	2.612	0.038*	1.981
signif		I(0)			I(1)		
10%		2.37			3.2		
5%		2.79			3.67		
1%		3.65			4.66		

المصدر : من إعداد الباحثة باستخدام برنامج EViews-13

5- تقدير أثر معدل التضخم على عوائد أسهم القطاعات في سوق دمشق للأوراق المالية خلال فترة الدراسة (2010- 2020) في الأجل الطويل.

بعد التأكد من وجود علاقة تكامل مشترك بين عوائد قطاعات الأسهم في سوق دمشق ومعدل التضخم ، قمنا بقياس العلاقة طويلة الأمد في إطار نموذج (ARDL) وتتضمن هذه المرحلة الحصول على مقدرات المعلمات في الأجل الطويل.

يتضح من النتائج التي حصلنا عليها والموجودة بشكل تفصيلي في الجدول رقم (9) أن إشارة المعلمات المقدرّة تشير إلى وجود علاقة عكسية بين معدل التضخم (INF) وعوائد مؤشر كل من قطاع البنوك (BANI) وقطاع التأمين (INSI) ، ووجود علاقة طردية بين عوائد كل من مؤشر الصناعة (INDI) ومؤشر الخدمات (SERI) ، ولكن جميع معلمات علاقة التوازن طويلة الأجل غير معنوية إحصائياً حيث أنها جميعاً أكبر من (0.05)، وبالتالي نرفض الفرضية الثانية لبحثنا التي تنص على وجود أثر سلبي ذو دلالة إحصائية لمعدل التضخم على عوائد المؤشرات القطاعية (مؤشر البنوك، مؤشر التأمين، مؤشر الخدمات، مؤشر الصناعة) في سوق دمشق للأوراق المالية في المدى طويل الأجل.

جدول (9): نتائج تقدير العلاقة طويلة الأجل (Long run coefficient)

	Variable	Coefficient	Std.Error	t-Statistic	Prob
BANI	BANI(-1)	0.244068	0.090598	2.693964	0.0081*
	INF	-0.09597	0.22471	-0.42708	0.6701
	EXC	0.235498	0.143782	1.637888	0.104
	EXC(-1)	-0.16353	0.105354	-1.55216	0.1232
	INT	0.220015	0.172076	1.278588	0.2035
	C	0.772555	0.092495	8.352378	0.000*

أثر التضخم على عوائد المؤشرات القطاعية في الأسواق المالية (دراسة تطبيقية على سوق دمشق للأوراق المالية)

INSI	INSI(-1)	0.123897	0.091426	1.355169	0.1782
	INSI(-2)	0.144719	0.088517	1.634929	0.105
	INF	-0.08292	0.137935	-0.60113	0.549
	EXC	0.068446	0.080236	0.853056	0.3955
	INT	-0.11821	0.119242	-0.99138	0.3237
	INT(-1)	0.044841	0.119331	0.375773	0.7078
	INT(-2)	-0.07687	0.127688	-0.60204	0.5484
	INT(-3)	0.154121	0.129248	1.192437	0.2357
	INT(-4)	-0.23939	0.128295	-1.86589	0.0648
	INT(-5)	0.191127	0.127414	1.500041	0.1365
	INT(-6)	-0.35003	0.117468	-2.9798	0.0036*
	INT(-7)	0.411735	0.123134	3.343795	0.0011*
	C	0.741822	0.123353	6.013812	0.000*
INDI	INDI(-1)	0.122667	0.091403	1.342044	0.1822
	INF	0.371001	0.223536	1.659693	0.0997
	EXC	-0.12307	0.145612	-0.84516	0.3998
	EXC(-1)	-0.00164	0.121185	-0.01356	0.9892
	EXC(-2)	-0.01151	0.118277	-0.09734	0.9226
	EXC(-3)	0.310666	0.240523	1.291627	0.1991
	EXC(-4)	0.43453	0.234654	1.851793	0.0666
	INT	0.222316	0.161594	1.375766	0.1716
	C	0.860717	0.090994	9.459023	0.000*
SERI	SERI(-1)	-0.735572	0.086509	-8.502878	0.000*
	INF	0.027760	0.080358	0.345452	0.7303
	EXC	-0.032964	0.046870	-0.703303	0.4832
	INT	-0.032964	0.06126	-0.64974	0.6359
	C	0.001109	0.003661	0.303039	0.7624

المصدر : من إعداد الباحثة باستخدام برنامج EViews-13

6-تقدير أثر معدل التضخم على عوائد أسهم القطاعات في سوق دمشق للأوراق

المالية خلال فترة الدراسة (2010- 2020) في الأجل القصير

بعد الحصول على العلاقة طويلة الأجل وفقاً لنماذج التكامل المشتركة لكل مؤشر قطاعي، يتم تقدير العلاقة قصيرة الأجل ونموذج تصحيح الخطأ (ECM regression Model) الذي يلتقط ديناميكية المدى القصير (علاقة قصيرة الأجل) بين المتغيرات المفسرة والمتغير التابع .

يتضح من النتائج التي حصلنا عليها والموجودة بشكل تفصيلي في الجدول رقم (10) أنه :

لايوجد أثر للتضخم ذو دلالة إحصائية في الأجل القصير على أي من عوائد المؤشرات القطاعية في سوق دمشق للأوراق المالية.

يوجد أثر إيجابي بين سعر الصرف (EXC) وعائد مؤشر البنوك (BANI) في الأجل القصير وهذا الأثر معنوي، إذ أن القيمة الاحتمالية للمعلمة المقدرة أقل من (0.05). هناك أثر سلبي معنوي في الأجل القصير بين الإبطاء السادس لمعدل سعر الفائدة قصيرة الأجل (INT) وعائد مؤشر التأمين (INSI).

أما قيم معامل تصحيح الخطأ لكل من عائد مؤشر قطاع البنوك (BANI) ، عائد مؤشر قطاع التأمين (INSI) ،عائد مؤشر قطاع الصناعة (INDI) وعائد مؤشر قطاع الخدمات (SERI) فهي سالبة ومعنوية عند مستوى (5%)، مما يعني أنه توجد عملية تصحيح من الاختلالات قصيرة الأجل إلى المدى الطويل سيتم تصحيحها خلال الوحدة الزمنية المدروسة (شهر) بمعدل (75.59%) لقيم عوائد مؤشر البنوك ، معدل (73.13%) لقيم عوائد مؤشر التأمين ، معدل(87.73%) لقيم عوائد مؤشر الصناعة ، ومعدل (73.55%) لقيم عوائد مؤشر الخدمات.

بالتالي لانستطيع قبول الفرضية الثالثة لبحثنا التي تنص على وجود أثر سلبي ذو دلالة إحصائية لمعدل التضخم على عوائد المؤشرات القطاعية (مؤشر البنوك، مؤشر التأمين، مؤشر الخدمات، مؤشر الصناعة) في سوق دمشق للأوراق المالية في الأجل القصير.

جدول (10): نتائج تقدير نموذج تصحيح الخطأ (ECM Regression)

	Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob
BANI	D(EXC)	0.235498	0.08154	2.888136	0.0046*
	Cointeq(-1)	-0.75593	0.081502	-9.27496	0.000
INSI	D(INSI(-1))	-0.14472	0.084388	-1.71492	0.0891
	D(INT)	-0.11821	0.109517	-1.07941	0.2827
	D(INT(-1))	-0.09069	0.140973	-0.64335	0.5213
	D(INT(-2))	-0.16757	0.184601	-0.90773	0.366
	D(INT(-3))	-0.01345	0.184581	-0.07285	0.9421
	D(INT(-4))	-0.25283	0.185324	-1.36427	0.1752
	D(INT(-5))	-0.06171	0.141597	-0.43578	0.6638
	D(INT(-6))	-0.41174	0.111889	-3.67984	0.0004*
	COINTEQ*	-0.73138	0.111889	-6.25715	0.000*
INDI	D(EXC)	-0.12307	0.09335	-1.31833	0.1899
	D(EXC(-1))	-0.73368	0.120633	-6.08192	0.000*
	D(EXC(-2))	-0.7452	0.141299	-5.27389	0.000*
	D(EXC(-3))	-0.43453	0.202856	-2.14207	0.0342*
	COINTEQ*	-0.87733	0.087003	-10.084	0.000*
SERI	COINTEQ*	-0.735572	0.08517	-8.652004	0.000*

المصدر : من إعداد الباحثة باستخدام برنامج EViews-13

5- اختبار معنوية المتغيرات المستقلة بتطبيق اختبار (Wald-test)

يعد اختبار (Wald-test) طريقة لمعرفة ما إذا كانت المتغيرات المستقلة (التفسيرية) في النموذج مهمة أم لا، ويمكن من خلاله حذف المتغيرات التي لا تضيف شيئاً دون التأثير على النموذج .

الجدول رقم (11) يوضح نتائج هذا الاختبار لنماذج (ARDL) المقدره لعوائد المؤشرات القطاعية ، نلاحظ أن جميع القيم الاحتمالية للاختبار معنوية عند مستوى (5%) وبالتالي جميع المتغيرات المستقلة في هذه النماذج هي معنوية.

جدول (11): نتائج اختبار معنوية المتغيرات المستقلة (wald-test)

	Test Statistics	Value	df	Pro
BANI ARDL (1,0,1,0)	F-statistic	2.679546	(5, 121)	0.0247*
	Chi-square	13.39773	5	0.0199*
INSI ARDL (2,0,0,7)	F-statistic	2.110808	(12, 108)	0.0218*
	Chi-square	25.3297	12	0.0133*
INDI ARDL (1,0,4,0)	F-statistic	2.858937	(4, 122)	0.0263*
	Chi-square	11.43575	4	0.0221*
SERI ARDL(1,0,0,0)	F-statistic	2.612846	(4, 122)	0.0386*
	Chi-square	10.45138	4	0.0335*

المصدر : من إعداد الباحثة باستخدام برنامج EViews-13

8- اختبارات جودة النموذج:

8-1 اختبار وجود الارتباط التسلسلي في النماذج المقدرة (Serial correlation)

(test)

إن نتائج اختبار الارتباط التسلسلي (Breusch-Godfrey serial correlation)

(test) المستخدم ، تظهر أن جميع القيم الاحتمالية لاختبارات النماذج هي أكبر من

(0.05) ، وبالتالي نقبل فرضية العدم التي تفرض عدم وجود ارتباط تسلسلي لبواقي

النماذج المقدرة.

جدول رقم (12): نتائج اختبار الارتباط التسلسلي للبواقي (Serial correlation test)

BANI	F-statistic	0.466526	Prob.F	0.6283
	Obs*R-square	0.988032	Prop.Chi-square	0.6102
INSI	F-statistic	0.938206	Prob.F	0.3946
	Obs*R-square	2.104685	Prop.Chi-square	0.3491
INDI	F-statistic	1.130056	Prob.F	0.3266
	Obs*R-square	2.431492	Prop.Chi-square	0.2965
SERI	F-statistic	1.998885	Prob.F	0.1402
	Obs*R-square	4.201127	Prop.Chi-square	0.1224

المصدر : من إعداد الباحثة باستخدام برنامج EViews-13

8-2 اختبار تجانس تباين البواقي في النماذج المقدرة (Heteroscedasticity)

(test)

تظهر نتائج اختبار تجانس تباين جميع القيم الاحتمالية لاختبارات النماذج هي أكبر من

(0.05) ، وبالتالي نقبل فرضية العدم التي تنص على وجود تجانس تباين البواقي في

النماذج المقدرة.

جدول رقم (13): نتائج اختبار تجانس تباين البواقي (Heteroscedasticity test)

BANI	F-statistic	0.88377	Prob.F	0.4943
	Obs*R-square	4.474558	Prop.Chi-square	0.4833
INSI	F-statistic	0.597403	Prob.F	0.8402
	Obs*R-square	7.531803	Prop.Chi-square	0.8206
INDI	F-statistic	0.062383	Prob.F	0.9927
	Obs*R-square	0.259229	Prop.Chi-square	0.9923
SERI	F-statistic	2.437433	Prob.F	0.0507
	Obs*R-square	9.398241	Prop.Chi-square	0.0519

المصدر : من إعداد الباحثة باستخدام برنامج EViews-13

3-8 اختبار الارتباط الذاتي للبواقي في النماذج المقدر (correlogram test)

تم إجراء اختبار الارتباط الذاتي لسلسلة البواقي للنماذج المقدر (RESD01, RESD02, RESD03, RESD04 Partial) ، تظهر النتائج الموضحة في الجدول رقم (14) أن قيم الارتباط الذاتي (autocorrelation-AC) والارتباط الذاتي الجزئي (autocorrelation-PAC) جميعاً قريبة من الصفر والقيم الاحتمالية لها أعلى من (0.05)، وبالتالي يمكننا قبول فرضية العدم لهذا الاختبار التي تنص على عدم وجود ارتباط ذاتي لهذه السلاسل.

جدول رقم (14): نتائج الارتباط الذاتي للبواقي في النماذج المقدر (correlogram test)

RESD04			RESD03			RESD02			RESD01			
Prob	PAC	AC	Prob	PAC	AC	Prob	PAC	AC	Prob	PAC	AC	
0.86	0.02	0.02	0.89	-0.01	-0.01	0.67	-0.04	-0.04	0.86	-0.02	-0.02	1
0.98	0.00	0.01	0.52	-0.10	-0.10	0.85	-0.04	-0.03	0.61	0.09	0.09	2
0.92	-0.06	-0.06	0.48	0.09	0.10	0.88	-0.06	-0.06	0.79	-0.02	-0.02	3
0.97	-0.01	-0.02	0.61	0.03	0.04	0.95	-0.03	-0.02	0.90	0.00	0.01	4
0.99	0.02	0.02	0.45	0.15	0.13	0.91	0.07	0.08	0.18	-0.22	-0.22	5

0.98	0.06	0.07	0.49	-0.07	-0.07	0.94	0.05	0.05	0.26	-0.04	-0.03	6
0.99	-0.02	-0.02	0.52	0.10	0.07	0.93	-0.06	-0.07	0.36	0.03	-0.01	7
1.00	0.04	0.03	0.59	-0.10	-0.05	0.94	0.07	0.07	0.46	-0.01	-0.01	8
0.52	0.23	0.22	0.68	0.01	-0.02	0.90	0.11	0.10	0.56	0.02	0.02	9
0.35	-0.17	-0.15	0.77	-0.05	0.01	0.92	0.06	0.05	0.63	-0.01	0.04	10
0.40	-0.06	-0.06	0.78	-0.04	-0.07	0.90	0.10	0.09	0.37	0.16	0.17	11
0.48	0.02	-0.01	0.83	0.01	0.04	0.90	0.12	0.08	0.27	-0.14	-0.14	12
0.56	-0.04	-0.02	0.87	0.05	0.02	0.93	0.04	0.01	0.33	-0.07	-0.03	13
0.63	-0.04	-0.01	0.91	0.03	0.02	0.96	0.00	0.00	0.40	0.06	0.02	14
0.69	-0.07	-0.04	0.94	0.00	-0.02	0.97	-0.02	-0.03	0.46	-0.02	-0.03	15
0.75	0.03	-0.01	0.96	0.03	0.02	0.90	-0.16	-0.15	0.53	0.07	-0.01	16
0.79	-0.07	-0.05	0.95	0.06	0.09	0.90	0.01	0.07	0.57	0.01	0.06	17
0.81	0.01	0.06	0.95	-0.06	-0.06	0.93	-0.03	0.01	0.63	-0.05	-0.02	18
0.82	0.02	-0.06	0.96	-0.06	-0.05	0.95	-0.03	0.02	0.69	0.02	0.00	19
0.86	0.03	0.03	0.96	0.05	0.07	0.89	0.11	0.13	0.71	0.06	0.07	20
0.88	0.05	0.05	0.97	-0.02	-0.01	0.89	-0.08	-0.08	0.76	-0.02	-0.02	21
0.90	0.06	0.05	0.78	-0.20	-0.20	0.88	0.07	0.08	0.80	0.01	0.03	22
0.92	0.01	0.00	0.71	-0.11	-0.12	0.66	-0.23	-0.19	0.68	-0.11	-0.14	23
0.91	-0.09	-0.09	0.76	-0.08	-0.02	0.69	0.08	0.06	0.73	-0.04	-0.03	24
0.93	0.01	0.00	0.80	0.06	0.03	0.72	0.04	0.04	0.67	-0.10	-0.11	25
0.95	0.00	-0.01	0.82	-0.02	-0.05	0.73	-0.09	-0.07	0.71	-0.02	-0.03	26
0.95	0.01	0.06	0.72	-0.07	-0.13	0.77	0.07	0.01	0.69	-0.08	-0.09	27
0.97	0.03	0.03	0.76	-0.03	-0.03	0.81	0.00	-0.01	0.74	-0.08	-0.01	28
0.98	-0.01	0.01	0.77	0.09	0.07	0.81	-0.08	-0.07	0.78	0.02	-0.01	29
0.98	-0.02	-0.01	0.79	0.03	0.04	0.84	-0.09	-0.02	0.82	-0.05	0.01	30
0.98	-0.07	-0.06	0.83	0.06	0.02	0.87	-0.02	-0.01	0.85	-0.03	0.02	31
0.99	0.08	0.04	0.80	-0.12	-0.10	0.88	0.07	0.07	0.88	0.01	0.01	32
0.99	-0.03	-0.06	0.80	-0.12	-0.07	0.90	-0.01	0.00	0.90	-0.01	0.03	33
0.99	0.01	0.05	0.80	0.01	0.07	0.92	0.07	0.01	0.92	0.01	-0.03	34
0.99	0.02	0.00	0.84	0.02	0.00	0.93	0.02	-0.04	0.93	0.03	0.04	35
1.00	-0.02	0.00	0.87	0.01	-0.02	0.95	0.03	0.00	0.94	-0.06	-0.05	36

المصدر : من إعداد الباحثة باستخدام برنامج EViews-13

4-8 اختبار استقرارية البواقي في النماذج المقدرة (Residual Unit root test)

تظهر نتائج اختبارات جذر الوحدة (ADF,PP) لسلاسل البواقي للنماذج المقدرة (Risd01,Risd02, Risd03, Risd04) والموضحة في الجدول رقم (15) أدناه أن السلاسل الزمنية لبواقي النماذج المقدرة مستقرة عند المستوى الأصلي للبيانات (Level).

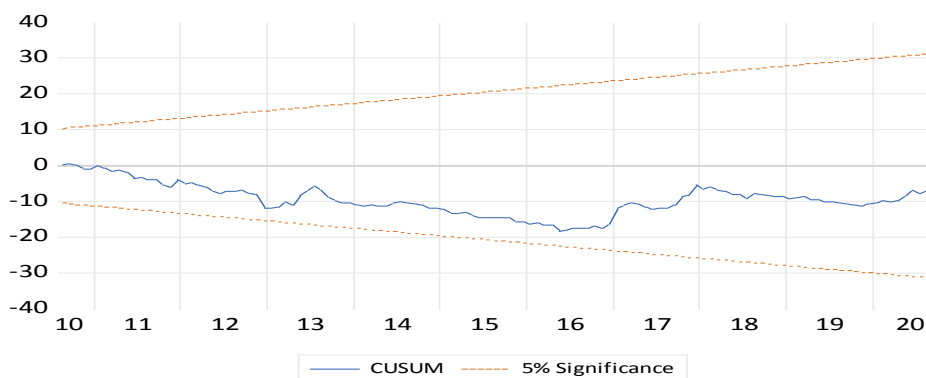
جدول رقم (15): نتائج استقرارية البواقي في النماذج المقدرَة (Residual Unit root test)

	level	ADF		PP	
		coef	prop	coef	Prop
RESD01	intercept	-11.2571	0.000	-11.2571	0.000
	individual intercept & trend	-11.3009	0.000	-11.3009	0.000
	none	-11.3025	0.000	-11.3025	0.000
RESD02	intercept	-10.7027	0.000	-10.7056	0.000
	individual intercept & trend	-10.9133	0.000	-10.9808	0.000
	none	-10.7484	0.000	-10.7509	0.000
RESD03	intercept	-11.0644	0.000	-11.0715	0.000
	individual intercept & trend	-11.053	0.000	-11.0605	0.000
	none	-11.1103	0.000	-11.1193	0.000
RESD04	intercept	-11.0646	0.000	-11.0655	0.000
	individual intercept & trend	-11.1367	0.000	-11.1372	0.000
	none	-11.1102	0.000	-11.1106	0.000

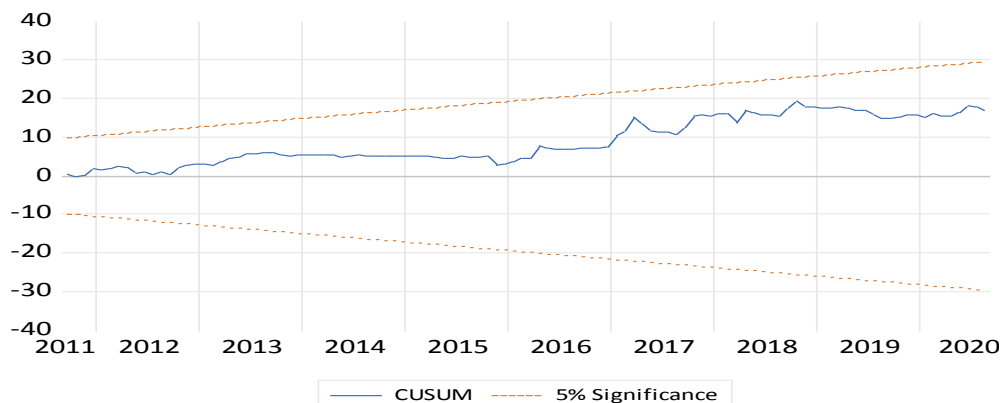
المصدر : من إعداد الباحثة باستخدام برنامج EViews-13

5-8 اختبارات استقرارية النموذج (Stability tests):

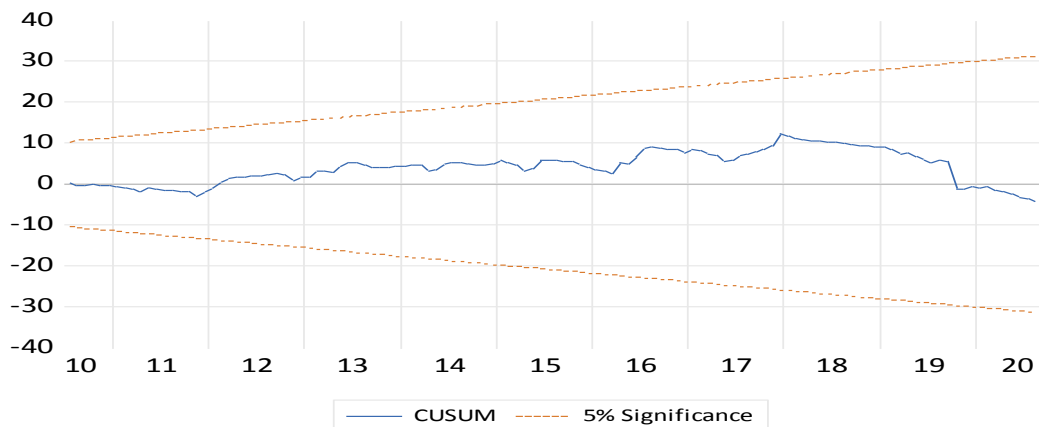
للتأكد من خلو البيانات المستخدمة في هذه الدراسة من وجود أي تغييرات هيكلية، ولمعرفة مدى استقرار وانسجام المعلمات طويلة الأجل مع المعلمات قصيرة الأجل، سنستخدم اختبار المجموع التراكمي للبواقي (CUSUM).



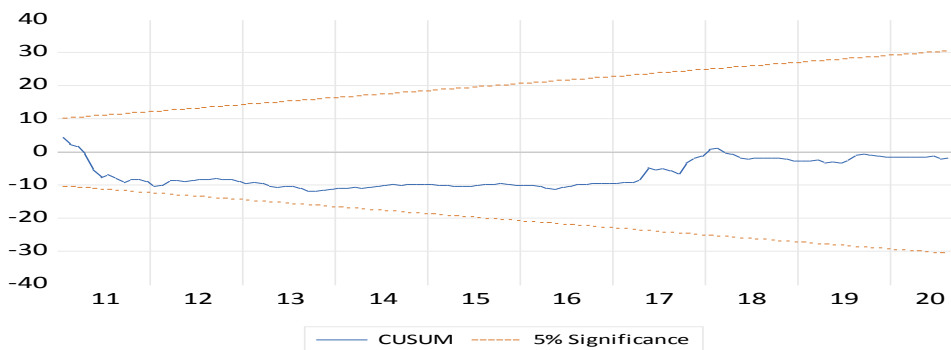
الشكل رقم (2) نتائج تطبيق اختبارات الاستقرارية على نموذج عوائد قطاع البنوك (BANI)



الشكل رقم (3) نتائج تطبيق اختبارات الاستقرار على نموذج عوائد قطاع التأمين (INSI)



الشكل رقم (4) نتائج تطبيق اختبارات الاستقرار على نموذج عوائد قطاع الصناعة (INDI)



الشكل رقم (5) نتائج تطبيق اختبارات الاستقرار على نموذج عوائد قطاع الخدمات (SERI)

نلاحظ من خلال الأشكال السابقة ووفقاً لاختبار (CUSUM) أن النماذج المقدرّة ثابتة على كامل الفترة الزمنية ولا يوجد انقطاعات هيكلية عند مستوى الدلالة 5%.

نتائج وتوصيات البحث:

النتائج:

يمكن تلخيص نتائج الاختبارات التي أجريناها بالنقاط التالية:

1- أظهرت نتائج اختبار الحدود للنماذج المقدرّة وجود علاقة توازنية ذات دلالة

إحصائية في الأجل الطويل بين سلاسل المتغيرات المدروسة، أي بين عوائد

المؤشرات القطاعية في سوق دمشق ومعدل التضخم، وذلك بعد إجراء اختبارات

السكون للسلاسل الزمنية لمتغيرات الدراسة عوائد (مؤشر قطاع البنوك، مؤشر

قطاع التأمين، مؤشر قطاع الخدمات، مؤشر القطاع الصناعي)، سعر الصرف

، سعر الفائدة قصيرة الأجل والتي وجدت أنها ساكنة عند المستوى الأصلي،

بينما كانت السلسلة الزمنية لمعدل التضخم غير ساكنة عند المستوى الأصلي

للبيانات ولكنها أصبحت ساكنة بعد أخذ الفروق من الدرجة الأولى.

2- أظهرت نتائج الدراسة أنه يوجد علاقة عكسية بين معدل التضخم وعوائد كل من

مؤشر قطاع البنوك و مؤشر قطاع التأمين في الأجل الطويل وهو ما يتوافق مع

فرضية (Fama,1981) والذي يمكن تفسيره بقصور دور هذه القطاعات في

جذب مدخرات الأفراد وتوظيفها في تمويل استثمارات إنتاجية فيها من شأنها أن

ترفع جانب العرض الكلي.

3- أظهرت النتائج وجود علاقة طردية بين معدل التضخم وعوائد مؤشر الصناعة

ومؤشر الخدمات في الأجل الطويل وهو ما يتفق مع فرضية (Fisher,1930)

4- أظهرت النتائج عدم وجود أثر معنوي في الأجل الطويل ويمكن أن يعزى ذلك

إلى ضعف مشاركة هذه القطاعات في سوق دمشق للأوراق المالية، وإلى طبيعة

سوق دمشق للأوراق المالية التي تتسم بعدم الكفاءة وضعف الاستثمار فيها بالإضافة إلى أن غالبية المستثمرين هم من المضاربين والمدخرين الذين يتخذون القرارات الاستثمارية دون دراية بمعلومات التحليل وتقنياته .

5- أظهرت نتائج الدراسة أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية في الأجل القصير بين معدل التضخم وعوائد المؤشرات القطاعية (مؤشر البنوك، مؤشر التأمين، مؤشر الخدمات، مؤشر الصناعة) في سوق دمشق للأوراق المالية.

التوصيات:

في ضوء ما توصلت إليه الدراسة من نتائج نقدم التوصيات التالية

1- العمل على زيادة عمق وفعالية سوق دمشق للأوراق المالية بما يضمن انتقالاً أفضل لآثار متغيرات الاقتصاد الكلي منها و إليها.

2- العمل على تحسين دور القطاعات المشاركة في سوق دمشق للأوراق المالية بما يضمن تفعيل دورها في جذب الاستثمارات ومشاركتها في العملية الإنتاجية.

3- العمل على تحسين الثقافة الاستثمارية لدى المستثمرين في سوق دمشق للأوراق المالية وذلك كون عدم وجود هذه الثقافة يؤدي إلى ضعف أداء السوق من خلال انعكاسه سلباً على مؤشرات التداول فيها، وهو الأمر الذي يعد غير محفز للاستثمار فيها.

4- على الباحثين إجراء المزيد من الدراسات ذات العلاقة لاسيما على المؤشرات القطاعية لسوق دمشق للأوراق المالية، وذلك لبيان أثر متغيرات الاقتصاد الكلي (مثل عرض النقود ومعدل النمو في الناتج المحلي) على عوائد هذه المؤشرات.

المراجع:

باللغة العربية:

- العمار ر & ،أسعد ع. (2017). العلاقة بين المتغيرات الاقتصادية الكلية ومؤشر سوق دمشق للأوراق المالية، مجلة جامعة تشرين للدراسات و للبحوث العلمية : سلسلة العلوم الاقتصادية و القانونية (3)38
- العبد الله ، مصطفى (1990). علم الاقتصاد والمذاهب الاقتصادية ، جامعة دمشق ، سورية ، ص 220.
- بتال، أحمد حسين، و مطر، سراب عبدالكريم. (2017). أثر التضخم على عوائد اسهم قطاعات سوق العراق للأوراق المالية: تحليل نموذج الانحدار الذاتي ذو الإبطاء الموزعة للمدة 2005 - 2015. مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، مج25، ع2 ، 96-117
- بودريوة، أمينة، و مالكي، محمد. (2019). أثر التضخم على عوائد الأسهم في بورصة الجزائر خلال الفترة 2008 - 2018. مجلة مجاميع المعرفة، مج5، ع2، 96-79.
- بيطار ش & ،. علي ب. (2021). استخدام نموذج الانحدار الذاتي الموزع غير الخطي لدراسة تأثير التضخم على عوائد الأسهم "دراسة اقتصادية قياسية على شركات التأمين المدرجة في بورصة دمشق للمدة (2012-2019) مجلة جامعة تشرين - سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية ، (4) 43
- حسن مشرقي ،أيمن الشهاب". (2014) . تحديد أثر المؤشرات الاقتصادية الكلية على عائد مؤشر السوق المالي في الأسواق المالية الناشئة (حالة سوقي دمشق و عمّان الماليين) . "جامعة البعث

- حمدوش، رشا. (2017). أثر التضخم على عوائد الأسهم بالتطبيق على سوق دمشق المالية. مجلة جامعة البعث للعلوم الإنسانية، مج39، ع15، 33-60
- زيدان م. (2016). العلاقة طويلة وقصيرة الأجل بين المتغيرات النقدية ومؤشر سوق دمشق للأوراق المالية، مجلة جامعة تشرين للدراسات و للبحوث العلمية : سلسلة العلوم الاقتصادية و القانونية (4) 37.
- شيحة، مصطفى،الاقتصاد النقدي والمصرفي، دار الجامعة ،بيروت، لبنان،2005
- عرموش،لارا.(2014). تأثير معدل التضخم في عوائد الأسهم- دراسة تطبيقية على أسواق الأوراق المالية في بعض الدول العربية، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد جامعة دمشق، سورية.
- كنعان ، علي. (2000). النظام النقدي والمصرفي السوري، دار الرضا ، دمشق ، سورية ، ص 227.
- ياغي، كنان مصطفى. 2020. العلاقة السببية بين معدل التضخم و مؤشر أسعار الأسهم : بحث تطبيقي على سوق دمشق للأوراق المالية .مجلة جامعة تشرين للدراسات و للبحوث العلمية : سلسلة العلوم الاقتصادية و القانونية،مج. 42، ع. 1، ص ص. 717-731.

باللغة الانكليزية:

- Al-Sharkas ,A & Al-Zoubi ,M 2011 "Stock Prices and Inflation: Evidence from Jordan, Saudi Arabia, Kuwait, and Morocco, Economic Research Forum, VOL 1. 653
- Chandrashekar, R., Sakthivel, P., Sampath, T., & CHITTEDI, K. R. (2018). Macroeconomic variables and stock prices in emerging economies: A panel analysis. Theoretical & Applied Economics, 25(3).
- Chen et al, 1986 Economic Forces and the Stock Market, The Journal of Business, Vol.59.3 383 –403
- Erer, D 2021 THE IMPACTS OF INFLATION AND INFLATION UNCERTAINTY ON SECTORAL STOCK MARKET RETURNS: EVIDENCE FROM TURKEY, Press Academia Procedia , VOL.14.1. 173-174
- Fama, F 1981 Stock Returns, Real Activity, Inflation, and Money, The American Economic Review, Vol. 71. 4 545-565
- Feldstein, M 1980 Inflation and the Stock Market, American Economic Review, vol. 70.5 39-47
- Fisher, R 1930 The genetical theory of natural selection
- Gjerde,O 1999 Causal relations among stock returns and macroeconomic variables in a small, open economy, Journal of International Financial Markets, Institutions and Money, Elsevier, VOL. 9.1 61-74
- Mahmood, I 2015, Stock Prices and Inflation: A Case Study of Pakistan, Journal of Asian Business Strategy, Vol.4.12 217-223

- Malik,A, 2023 Inflation and Stock Market Returns: An Empirical Study of Sectoral Indices with Special Reference to India, Economics and Business Quarterly Reviews, Vol.6.1
- Omotor,G 2010 Relationship Between Inflation and Stock Market Returns: Evidence from Nigeria, Journal of Applied Statistics, Vol.1.1 1-15
- Sharaf,F 2015 Inflation and Inflation Uncertainty Revisited: Evidence from Egypt, Economies MDPI, vol.3.3. 1-19
- Vena, H 2012 The effect of inflation on the stock market returns of the Nairobi securities exchange, a research project submitted in partial fulfilment of the requirement for the award of the degree of master of science in finance, school of business, university of Nairobi

أثر ضغوط العمل على الأداء الوظيفي -دراسة ميدانية على مؤسّسة التأمينات الاجتماعية في مدينة طرطوس-

الباحثة: حلا سامي عباس (1)

الملخص

هدف البحث إلى التعرف على مستوى أداء العاملين في مؤسّسة التأمينات الاجتماعية في مدينة طرطوس، والتحقّق من وجود أثر لضغوط العمل بأبعاده (غموض الدور، بيئة العمل، الأجور والحوافز) على أدائهم الوظيفي. اعتمدَ البحث المنهج الوصفي التحليلي حيث وزّعت استبانة على عيّنة عشوائية منهم، وتحليل البيانات واختبار الفرضيات تمّ استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss، استُخدمت الاختبارات الإحصائية (المتوسّط الحسابي، الانحراف المعياري، الانحدار البسيط)، وكانت أهمّ النتائج التي تمّ التوصل إليها كما يأتي:

- إنّ العاملين في المؤسّسة محل البحث يتمتّعون بمستوى أداء جيّد.
- وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعده غموض الدور على الأداء الوظيفي.
- وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعده بيئة العمل على الأداء الوظيفي.
- وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبعده المكافآت والحوافز على الأداء الوظيفي.

الكلمات المفتاحية: الأداء الوظيفي، ضغوط العمل، غموض الدور، بيئة العمل، الأجور والحوافز.

(1) حاصلة على شهادة الماجستير - قسم إدارة الأعمال - كلية الاقتصاد - جامعة طرطوس - طرطوس - سورية.

The impact of work pressures on job performance

Afield Study on the social insurance institution in Tartous City

Hla Sami Abbas ⁽¹⁾

Abstract

The research aims to identify the level of job performance for employees in the Social Insurance Institution in the city of Tartous, and checking for presence an effect of work pressures (role ambiguity, work environment, wages and incentives) on job performance. The research adopted the descriptive analytical method, where a questionnaire was distributed to a random sample of them, and to analyze the data and test the hypotheses, the Statistical Package for the Social Sciences (spss) program was used. Statistical tests were used (arithmetic average, standard deviation, simple regression), and the most important results were:

_The employees of the institution under study have a good level of performance.

_There is a statistically significant effect of the role ambiguity dimension on job performance.

_There is a statistically significant effect of the work environment dimension on job performance.

_There is a statistically significant effect of the wages and incentives dimension on job performance.

Keywords: work pressures, job performance, Role ambiguity, work environment, wages and incentives.

⁽¹⁾ (Master's degree, Business Administration Department, Faculty of Economics, Tartous, Syria.

تمهيد:

نالَ مفهوم الأداء الوظيفي اهتماماً كبيراً من قبل الباحثين في مجال إدارة الموارد البشرية باعتباره من المؤشرات الدالة على مستوى كفاءة العامل الذي يعدّ من أهمّ موارد المنظمة، وذلك من خلال التّوجيه السّليم للموارد نحو تحقيق الأهداف، وامتلاكه المهارات والقدرات على مواكبة التّغيرات المستمرة.

ويتعرّض العامل في المنظمة لضغوط متعدّدة داخل بيئة العمل وخارجها، البعض من هذه الضغوط يكون قادراً على مواجهتها والبعض الآخر منها قد يفشل في ذلك، وبالتالي تؤثر على سلوكه وصحته النفسيّة وتستنزف وقته وجهده كما أنّها تحبط معنوياته. لذلك سميت ضغوط العمل بالمقاتل الصّامت أو القنبلة الموقوتة كونها تتبلّور وتتمو داخل الفرد شيئاً فشيئاً حتّى تصبح جزءاً لا يتجزأ من حياته، تنفجر ساعة احتدام الصّراع بين أهداف الفرد وأهداف المنظمة، وعليه فإنّ درجة حدّة هذه الضّغوط ونتائجها تتفاوت من عامل لآخر، إلا أنّ تدني مستوى الكفاءة والإنتاجية، وزيادة معدلات الغياب والتّسرّب وارتفاع معدّل الشكاوى وتدني الرّوح المعنويّة، إضافةً إلى انخفاض مستوى الرّضا والأداء الوظيفي تعد من أبرز آثار تقاوم حدّة الضّغوط (عدنان، 2019، ص: 7).

وتعد الضّغوط في العمل من أكثر المظاهر انتشاراً في المنظّمات الحكومية لاسيما الخدميّة منها، لذلك جاءت هذه الدّراسة في محاولة لتحديد أسبابها والنتائج المترتبة عليها.

الدراسات السابقة:

الدراسات الأجنبية:

1_دراسة (Sharma & Singh, 2022):

“Analysis of the effect of work stress on the work performance of employees”.

بعنوان: تحليل تأثير ضغوط العمل على أداء العمل للموظفين.

توصيف الدراسة: هدفت الدراسة إلى معرفة تأثير الضغوط على أداء العاملين في قطاع التعليم، طبقت الدراسة على (80موظف في جامعات القطاع الخاص في هاريانا من أساتذة وأساتذة مساعدون وأساتذة مشاركون، استخدمت الدراسة الاستبانة لجمع البيانات الأولية.

نتائج الدراسة: إنَّ انعدام الأمن الوظيفي وعبء العمل الإضافي وبيئة العمل السيئة تعد من الأسباب الرئيسية التي تزيد من ضغوط الموظفين في مكان العمل، والتي تؤثر بدورها سلباً على أداء العمل.

2_دراسة (Nawaz & Ansari, 2017):

“Impact of job stress on job performance with perceived organizational support as a moderator”.

بعنوان: أثر ضغوط العمل على الأداء الوظيفي مع تصوّر الدعم التنظيمي كوسيط.

توصيف الدراسة: هدفت الدراسة إلى معرفة أثر ضغوط العمل على الأداء الوظيفي، أجريت الدراسة في القطاع المصرفي في أوكلارا/ باكستان. استخدمت الدراسة الاستبانة لجمع البيانات من عينة عشوائية 150شخصاً (موظفين، مشرفين).

نتائج الدراسة: هناك تأثير سلبي لضغوط العمل على الأداء الوظيفي.

ب_ الدّراسات العربيّة:

1_دراسة (البسيس & نصرالله،): (2018/2017)

بعنوان: أثر ضغوط العمل على أداء العاملين بالمؤسّسات الاستشفائية العمومية.

توصيف الدّراسة: هدفت الدّراسة إلى التّعرف على أثر ضغوط العمل وقياسها على أداء العاملين لدى المؤسّسة الاستشفائية العمومية. استخدمت الدّراسة المنهج الوصفي الاستدلالي واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات.

نتائج الدّراسة: وجود أثر لضغوط العمل على الأداء الوظيفي.

2_دراسة (طنوس،): (2019)

بعنوان: أثر ضغوط العمل في مستوى أداء العاملين في القطاع المصرفي/ دراسة ميدانية على العاملين في بنك بيبلس سوريا.

توصيف الدّراسة: هدفت الدّراسة إلى معرفة أثر ضغوط العمل بكافة أشكالها على إنتاجية العاملين وأدائهم الوظيفي. طبّقت على العاملين في بنك بيبلس الخاص في دمشق، واعتمدت الدّراسة على الاستبانة في جمع البيانات الأولية.

نتائج الدّراسة:

لا يسبّب وضوح الدّور ضغط عمل بالنسبة للموظّفين، وبالتالي ليس له تأثير على الأداء الوظيفي لهم خاصّة فيما يتعلّق بوضوح الهدف والمسؤوليات بالنسبة للموظّف.

يعد متغيّر بيئة العمل مسبباً لضغوط العمل للموظّفين في بعض الجوانب (الافتقار للشفافية في العلاقة مع المدير، الافتقار للهدوء في بعض الأقسام)، وغير مسببة للضّغط

في جوانب أخرى (وجود تأثير إيجابي لبيئة العمل والعلاقات بين الموظفين والعمل بروح الفريق).

التعقيب على الدراسات السابقة:

تميّزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة في قطاع التطبيق (مؤسسة التأمينات الاجتماعية)، حيث طبقت الدراسات السابقة في قطاع الجامعات والمستشفيات والبنوك. واتفقت مع أغلب الدراسات السابقة بوجود أثر سلبي لضغوط العمل على الأداء الوظيفي.

مشكلة الدراسة:

من خلال عمل الباحثة في مؤسسة التأمينات الاجتماعية والاحتكاك المباشر بالعاملين، لاحظت تعرّض العاملين لضغوط في العمل، مما يؤثر على مستوى جودة أدائهم الوظيفي وقد يترتب عليها نتائج سلبية ومن خلال هذه الدراسة نحاول الإجابة على التساؤلات الآتية:

-ما هو مستوى الأداء الوظيفي لدى العاملين في المؤسسة محل الدراسة؟

-هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد ضغوط العمل (غموض الدور، بيئة العمل، الأجور والحوافز) على الأداء الوظيفي للعاملين في المؤسسة محل الدراسة؟

أهداف الدراسة:

إلقاء الضوء على مفهوم الأداء الوظيفي وعناصره والعوامل المؤثرة به.

التعرّف على أبعاد ضغوط العمل والآثار المترتبة عليها.

التعرّف على مستوى أداء العاملين داخل المؤسسة محل الدراسة.

تحديد أثر ضغوط العمل على الأداء الوظيفي للعاملين في المؤسسة محل الدراسة.

أهمية الدراسة:

الأهمية النظرية:

تتبع الأهمية النظرية للدراسة من أهمية المواضيع التي تتناولها، إذ تعد ضغوط العمل من أكثر المشكلات التي تتعرض لها المنظمات لاسيما الخدمية منها والتي تؤثر سلباً على أداء الموظف بواجباته وعلى علاقاته مع زملائه، ويتيح لنا البحث الحالي إمكانية التعرف على أنواع ضغوط العمل التي يتعرض لها العاملون في المؤسسة محل الدراسة.

الأهمية العملية:

تتبع الأهمية العملية للدراسة من إمكانية الاستفادة من نتائج البحث في التعرف على مستوى أداء العاملين في المؤسسة محل البحث، وتحديد نقاط القوة وتعزيزها ونقاط الضعف ومعالجتها من خلال التدريب، وبالتالي زيادة قدرتهم على التعامل مع ضغوط العمل بما يعكس إيجاباً على أداء العاملين في المؤسسة محل الدراسة.

نموذج الدراسة:



شكل رقم (1): نموذج الدراسة

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على الدراسات السابقة.

فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لأبعاد ضغوط العمل (غموض الدّور، بيئة العمل، الأجور والحوافز) على الأداء الوظيفي.

يتفرّع عنها خمس فرضيات فرعية:

الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لغموض الدّور على الأداء الوظيفي.

الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبيئة العمل على الأداء الوظيفي.

الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للأجور والحوافز على الأداء الوظيفي.

منهجية الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، تمّ توزيع 35 استبانة ميدانياً وباليد على عينة البحث، وقد تضمّنت الاستبانة (22فقرة)، تمّ تصميمها اعتماداً على الدراسات السابقة (طنوس، & 2019 بكور، 2022).

-ثبات الاستبانة: يقصد به الحصول على نتائج متقاربة إذا أعيد تطبيق الاختبار على نفس المجموعة من الأفراد، حيث كلما كان معامل الثبات ألفا كرونباخ أكبر من (0.6) كلما كانت الاستبانة صالحة للدراسة.

الجدول رقم(1): معامل ألفا كرونباخ لأداة الدراسة.

عبارات الاستبانة	معامل ألفا كرونباخ
22	0.832

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات spss

من الجدول السابق نلاحظ أنّ معامل الثّبات ألفا كرونباخ قد بلغ (0.832) وهذه القيمة أكبر من (0.6)، وهذا يدلّ على أنّ الاستبانة صالحة للدراسة وتتمتع بالثّبات.

صدق الاستبانة: يقصد به أنّ الاجابات التي نحصل عليها من أسئلة الاستبانة تعطينا المعلومات التي وضعت لأجلها، ويجب أن تكون قيمة مستوى الدّلالة sig أصغر أو تساوي (0.05).

الجدول رقم (2):صدق الاستبانة.

أبعاد الدّراسة	Pearson correlation	مستوى الدّلالة sig
البعد الأوّل: الأداء الوظيفيّ	0.851**	0.000
البعد الثّاني: غموض الدّور	0.782**	0.000
البعد الثّالث: بيئة العمل	0.798**	0.000
البعد الرّابعة: الأجور والحوافز	0.733**	0.000

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدول أعلاه يتبيّن أنّ أبعاد الدّراسة تتمتع بالاتّساق الدّاخلّي، إذ أنّ قيم sig للأبعاد الأربعة كانت أقل من (0.05)، ومنه هذه الأبعاد متنسقة وتقيس ما وضعت لقياسه.

مجتمع وعيّنة الدّراسة:

تضمّن مجتمع الدّراسة جميع العاملين في مؤسّسة التّأمينات الاجتماعية في مدينة طرطوس، أمّا عيّنة البحث فقد تمّ اختيارهم بطريقة العيّنة العشوائيّة البسيطة من مختلف الشّعب والدّوائر وقد بلغ عددهم (35) عامل.

حدود الدراسة:

_الحدود المكانية: اقتصرت الدراسة على مؤسسة التأمينات الاجتماعية في مدينة طرطوس.

_الحدود البشرية: جميع العاملين في المؤسسة محل الدراسة.

_الحدود الزمانية: تم توزيع الاستبانة في الشهر الثامن عام 2023

_الحدود العلمية: يقوم البحث على تحديد أثر ضغوط العمل بأبعاده الثلاثة وهي (غموض الدور ، بيئة العمل ، الأجور والحوافز) على الأداء الوظيفي .

مصطلحات الدراسة:

_الأداء الوظيفي: هو الأفعال والسلوكيات المتبعة من قبل الأفراد ومساهماتهم في تحقيق أهداف المؤسسات، والتي بناءً عليه يتم دفع رواتب وأجور الأفراد العاملين، وهو تصور فعلي لقدرة الفرد على تحقيق أهداف المؤسسة (نعيرات، 2022، ص: 8)

_ضغوط العمل: مجمل الحالات التي تصيب الفرد نتيجة تعرّضه لمجموعة من المثيرات والمنبهات في بيئة عمله، فينجم عنها آثار فيزيولوجية أو نفسية (عدنان، 2019، ص: 22).

_غموض الدور: هو ذلك الغموض الناشئ من عدم كفاية المعلومات لدى الفرد عن كيفية قيامه بعمله، وهذا الغموض قد يُعزى إلى عدم كفاية التدريب وضعف الاتصالات وعدم حصوله على معلومات صحيحة من زملائه أو من المشرف (محمود وآخرون، 2020، ص: 90)

بيئة العمل: وتقسّم إلى البيئة الداخلية ويقصد بها تصميم مكان العمل مع مراعاة الظروف المناسبة (ملاءمة مساحة المكتب مع عدد العمال، الإضاءة الخ..)، والبيئة الخارجية ويقصد بها (البيئة الخارجية التي تعمل بها المنظمة بما تحمله من منافسين، موردين ومستهلكين، وبما تخضع له من قوانين وتشريعات تساهم في تكوين ضغوط العمل بصورة غير مباشرة على نفوس العاملين، إلا أن آثارها تمسهم بصورة مباشرة من خلال التغيرات التكنولوجية، وحتى الاقتصادية والاجتماعية والثقافية) (عدنان، 2019، ص: 33-35)

نظام الأجور والحوافز: إنّ ضعف الرواتب والأجور وعدم فاعلية نظم الحوافز مقارنة بالمنظمات المماثلة ينمي داخل الفرد شعوراً بالإحباط وعدم الرغبة في بذل الجهد، وبالتالي التهرب من أداء الأعمال الموكولة دون أن يتعرّض للمساءلة، ويزداد إحساسه بالعزلة عن المنظمة وتنتابه حالة من اللامبالاة والسخط، وترتفع معدلات غيابه بعذر وبدون عذر ممّا ينعكس سلباً على أداء المنظمة التي يعمل بها (عليمات، 2019، ص: 62)

الجانب النظري

عناصر الأداء الوظيفي:

- 1- المعرفة بمتطلبات الوظيفة: وتشمل المعارف والمهارات الفنيّة والخلفية العامّة عن الوظيفة والمجالات المرتبطة بها.
- 2- كمية العمل المنجز: أي مقدار العمل الذي يستطيع الموظّف إنجازه في الظروف العادية، ومقدار سرعة هذا الإنجاز.

3- المثابرة والوثوق :وتشمل الجدية والتفاني في العمل، والقدرة على تحمّل مسؤولية العمل، وإنجازه في الوقت المحدد، ومدى حاجة الموظف للإرشاد والتوجيه من قبل المشرفين وتقييم نتائج عمله (نعيرات، 2022، ص:12)

من خلال ما تقدّم نستخلص أنّه حتى يرقى الأداء الوظيفي للفرد إلى المستوى المطلوب، لا بدّ من أن تتوافر لديه مجموعة من العناصر وهي (القدرات المعرفية والفنية، تحمّل المسؤولية، القدرة على الإنجاز والمثابرة).

العوامل المؤثرة في الأداء الوظيفي:

1- نظام المكافآت والحوافز :هو الإطار الذي تضعه وتستخدمه المؤسسة لتقديم نوع من المكافأة للموظفين مقابل أدائهم، والهدف هو تعزيز دافعيتهم وتحفيزهم كي يواصلوا العمل لصالح المؤسسة.

2- عدم المشاركة في الإدارة :إن عدم مشاركة العاملين في التخطيط وصنع القرارات يساهم في وجود فجوة بين القيادات الإدارية والموظفين في المستويات الدنيا، وبالتالي يؤدي إلى ضعف الشعور بالمسؤولية والعمل الجماعي لتحقيق أهداف المؤسسة.

3- التسيب الإداري :ويعني ضياع ساعات العمل في أمور غير منتجة بل قد تكون مؤثرة بشكل سلبي على أداء الموظفين الآخرين، وقد ينشأ التسيب الإداري نتيجة لأسلوب القيادة أو الإشراف، أو للثقافة التنظيمية السائدة في المؤسسة.

4- الرضا الوظيفي :إنّ عدم الرضا الوظيفي أو انخفاضه قد يؤدي إلى ضعف الأداء وإنتاجية أقلّ، وهو يتأثر بعدد كبير من العوامل الشخصية للموظف مثل

(السّن، المؤهل العلمي، الجنس، العادات والتقاليد) والعوامل التنظيمية مثل (المسؤوليات والواجبات، نظام الترقيات والحوافز في المؤسسة الخ..).

5- الموارد المادية: تؤثر الموارد المادية مثل التكنولوجيا المستخدمة والأدوات والأجهزة والمعدات على أداء الموظف.

6- البيانات والمعلومات: كلما قلت البيانات والمعلومات التي يستطيع الموظفون الوصول إليها قد تقل جودة القرارات التي يتخذونها، وبالتالي جودة ومستوى أدائهم الوظيفي.

7- القدرات الفردية: تتخذ الإدارة القدرات الفردية للموظف بعين الاعتبار عند التوظيف أو ترقية الموظف لأنها تؤثر على أدائه وبالتالي على مستوى وجودة العمل، مثل القدرة على حل المشكلات، القدرة على العمل مع الفريق، قدرات قيادية، إدارة الوقت، الذكاء العاطفي) نعيبر، 2022، ص: (17_14

ومنه نجد أنّ العوامل المؤثرة في الاداء الوظيفي تتّوع بين عوامل تنظيمية وعوامل شخصية متعلقة بالفرد نفسه، بالإضافة إلى عوامل قد تكون ناجمة عن البيئة الخارجية. وهذه العوامل بمجملها تؤثر على مستوى وجودة الأداء المطلوب للفرد.

الآثار المترتبة على ضغوط العمل:

-نقص الحيوية والنشاط: عندما يتعرض الفرد لمستوى مرتفع من الضغوط بشكل مستمر، فإنه يفقد حماسه وحيويته وقدرته على الأداء، ومن ثم تنخفض مساهمته في تحسين أداء المنظمة وفعاليتها.

-الغياب والتأخر عن العمل: إن تأخر العامل أو غيابه عن العمل يؤثر على الإنتاجية، وتحمل المنظمة تكاليف باهظة بسبب هذين النمطين من السلوك.

-نقص الاتصالات: يؤثر المستوى المرتفع من ضغوط العمل على أنماط الاتصالات بين الأفراد في المنظمات، فتشير الدراسات إلى أن صراع وغموض الدور يؤديان إلى انخفاض في معدل تكرار الاتصالات بين الفرد والأفراد الآخرين في بيئة العمل، ويترتب عليه سوء فهم في إنجاز المهام خاصة التي تعتمد على بعضها البعض، وهذه تكاليف تتحملها المنظمة.

-عدم الدقة في صنع القرارات: تحتاج عملية صنع القرارات الإدارية إلى معلومات عن طبيعة هذه القرارات والهدف من ورائها، والنتائج المترتبة عليها، وبما أن ضغوط العمل يترتب عليها ضعف الاتصالات وانخفاض في معدل تكرار الاتصالات وتحريف وتشويه الرسائل، وبالتالي المعلومات المطلوبة لصنع القرارات ستكون ناقصة أو مشوهة أو أنها لا تصل في الوقت المناسب، ومن ثم اتخاذ قرار غير دقيق أو غير ملائم للمنظمة (القاضي، 2015، ص:185-187).

مما تقدّم نجد أنّ الآثار المترتبة على ضغوط العمل تأخذ أشكالاً مختلفة، وهنا يتوجب على الفرد أن يكون قادراً على التعامل معها وذلك من خلال المحافظة على علاقات جيدة مع زملائه ومناقشة مشاكل العمل معهم، التركيز على العمل والتفكير بإيجابية.

الإحصاءات الوصفية

-الإحصاءات الوصفية للمتغيرات المستقلة والتابعة:

الاختبارات المستخدمة في الإحصاءات الوصفية هي: المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، الأهمية النسبية.

الأهمية النسبية = (المتوسط الحسابي) / 100 * 5)

مستوى الأهمية النسبية:

طول الفترة = (الحد الأعلى _ الحد الأدنى) / عدد المستويات = 1.33 = 3/5

جدول رقم (3): توزيع قيم الأهمية النسبية.

مستوى الأهمية النسبية	منخفضة	متوسطة	مرتفعة
القيمة العددية	1_2.33	2.34_3.66	3.67_5

المحور الأول: الأداء الوظيفي:

جدول رقم (4):

الترتيب	مستوى الأهمية النسبية	الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
4	مرتفعة	84.8	0.63	4.24	1_ أقوم بإنجاز الأعمال الموكلة إليّ في الوقت المحدد دون تأخير.
2	مرتفعة	89	0.79	4.45	2_ أتميز بالجدية في أدائي لعملي وأبذل الوقت والجهد في سبيل ذلك.
5	متوسطة	70	0.86	3.5	3_ أنجز مهامى الوظيفية طبقاً لمعايير الجودة المطلوبة.
6	متوسطة	56	0.96	2.81	4_ تشكل الحوافز المادية والمعنوية المقدمة دافعاً لاجعلي أتميز في أدائي.
7	متوسطة	50	0.54	2.5	5_ يتم تقييم أدائي بناءً على أسس علمية ومعايير واضحة.
1	مرتفعة	90	0.65	4.5	6_ أتعاون مع زملائي واعمل معهم بروح الفريق.
3	مرتفعة	87.2	0.71	4.36	7_ أملك الرغبة في تحسين أدائي باستمرار.
	مرتفعة	75.4	0.68	3.77	المتوسط الكلي

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور "الأداء الوظيفي"

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

من الجدول السابق نلاحظ ما يلي: أغلب الفقرات كانت قيمة المتوسط الحسابي لها مرتفعة، وكان الانحراف المعياري لها أقل من (1) أي أن تشتت الاجابات كان ضعيفاً مما يشير إلى أن إجابات أفراد العينة كانت متقاربة وفي اتجاه واحد إلى حد كبير.

ونلاحظ انخفاض المتوسط الحسابي للفقرة رقم (4) و (5) حيث بلغ (2.81) و (2.5) على التوالي، أي أنهم يؤكّدون عليها بدرجة متوسطة.

المحور الثاني: غموض الدور:

جدول رقم (5):

الترتيب	مستوى الأهمية النسبية	الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
3	متوسطة	59.2	0.65	2.96	1-عدم وضوح المسؤوليات والمهام الموكلة إلي.
2	متوسطة	70	0.95	3.5	2-المعلومات المقدّمة من قبل رئيسي في العمل غير واضحة.
5	متوسطة	50	0.81	2.5	3-أنتقى تعليمات العمل من عدّة رؤساء.
4	متوسطة	54	0.77	2.70	4-يوجد تعارض في المهام الوظيفية بيني وبين زملائي في نفس القسم.
1	مرتفعة	79.2	0.64	3.96	5-التدريب القبلي للوظيفة غير كافٍ لأفهم مهامي.
	متوسطة	62.4	0.76	3.12	المتوسط الكلي

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور "غموض الدور"

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

نلاحظ من الجدول أعلاه أنّ المتوسط الحسابي لأغلب فقرات البعد الثاني يتراوح بين ((2.5_3.5)، أي أنهم يؤكدون وبدرجة متوسطة على هذه الفقرات. وكان الانحراف المعياري لجميع الفقرات أقلّ من (1) وهذا يدل على وجود تشتت منخفض في إجابات المبحوثين.

باستثناء الفقرة الخامسة "التدريب القبلي للوظيفة غير كافٍ لتفهم مهامّي" حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.96) وبالتالي إنّ مستوى الأهمية النسبية لهذه العبارة كان مرتفعاً، وهذا يدلّ أنّ العاملين في المؤسسة لم يحصلوا على تدريب كافٍ.

المحور الثالث: بيئة العمل:

جدول رقم (6):

الترتيب	مستوى الأهمية النسبية	الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
5	متوسطة	57.2	0.98	2.86	1_أجد صعوبة في التّواصل بوضوح وشفافية مع مديري في العمل.
3	متوسطة	70	0.83	3.5	2_الجوّ الاجتماعيّ في العمل غير مريح ويسبّب ضغطاً يومياً.
4	متوسطة	67.6	0.70	3.38	3_تتوتّر العلاقات الشخصيّة مع المدراء في تقييم الموظّفين.
1	مرتفعة	84	0.65	4.2	4_التكنولوجيا المستخدمة في المؤسسة تسهّل على الموظّف أداء مهامه الوظيفيّة.
2	متوسطة	70.8	0.70	3.54	5_مكان العمل يفتقر إلى الهدوء والتركيز.
	متوسطة	70	0.72	3.5	المتوسط الكليّ

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور "بيئة العمل"

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

وفقاً للجدول أعلاه: تراوحت قيم المتوسط الحسابي الفقرات بين ((3.54_2.86، أي أنّ إجابات المبحوثين تؤكد وبدرجة متوسطة عليها، كما أنّ قيم الانحراف المعياري لجميع الفقرات كانت أقل من ((1وهذا يدلّ على تشبّت منخفض لإجابات المبحوثين.

أمّا الفقرة الرابعة فقد حازت على أعلى متوسط حسابي ((4.2، وهذا يدلّ على أنّ العاملين يؤكّدون وبدرجة مرتفعة على أنّ التكنولوجيا المستخدمة في المؤسسة تسهّل عليهم أداء المهام الوظيفية.

المحور الرابع: الأجور والحوافز:

جدول رقم (7):

الترتيب	مستوى الأهمية النسبية	الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الفقرة
4	متوسطة	54	0.45	2.70	1_تقوم الإدارة بتقييم عمل الموظفين دورياً.
2	متوسطة	70	0.68	3.5	2_تتمّ الترقية في العمل بشكلٍ عادلٍ ووفق خطة محددة.
3	متوسطة	63.6	0.86	3.18	3_تقوم الإدارة بصرف مكافآت وحوافز عادلة ودورية.
1	مرتفعة	89	0.82	4.45	4_يستطيع الموظفون أخذ الإجازات السنوية كاملة.
5	منخفضة	46.2	0.68	2.31	5_كيعد الأجر المقدم من العمل كافٍ ولا يلزم الموظفين القيام بعملٍ آخر سواه.
	متوسطة	61.2	0.7	3.23	الإجمالي

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمحور "الأجور والحوافز"

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.

وفقاً للجدول أعلاه كانت أكثر العبارات ارتفاعاً هي عبارة "يستطيع الموظفون أخذ الإجازات السنوية كاملة" حيث بلغ المتوسط الحسابي لها (4.45) بانحراف معياري (0.82) وهذا يدل على تشتت منخفض في إجابات المبحوثين.

أما أكثر العبارات انخفاضاً فكانت "يعد الأجر المقدم للعمل الإضافي حافزاً لأداء العمل" بمتوسط حسابي (2.24) وهذا يدل على أن العاملين في المؤسسة غير موافقين بشدة عليها، وبلغ الانحراف المعياري (0.57) وهذا يدل على تشتت منخفض في إجابات المبحوثين.

اختبار الفرضيات

- اختبار الفرضية الفرعية الأولى: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لغموض الدور على الأداء الوظيفي.

جدول رقم (8) نموذج الانحدار الخطي البسيط لأثر غموض الدور على الأداء الوظيفي.

معنوية التأثير بين المتغيرين (معنوية معاملات الانحدار)			معنوية العلاقة بين المتغيرين		
النتيجة	Sig	المعاملات	$Y = B_0 + B X_1$	نموذج الانحدار	
دال إحصائياً	0.000	6.629	الثابت	R=0.417	معامل الارتباط
				R ² =0.231	معامل التحديد
دال إحصائياً	0.000	0.342-))	معنوية المعامل	F=14.491	معنوية نموذج الانحدار البسيط
				Sig=0.000	
$Y = 6.629 - 0.342 (X_1)$			المستقل	غموض الدور X ₁	معادلة الانحدار الخطي البسيط
			التابع	الأداء الوظيفي Y	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات spss

يتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل الارتباط ((0.417)) وهذا يدل أن الارتباط إيجابي ومتوسط بين ضغوط العمل والأداء الوظيفي. بلغت قيمة معامل التحديد ((0.231)) هذا يعني أن غموض الدور يفسر ما نسبته 23.1% من انخفاض الأداء الوظيفي. كما بلغت قيمة مستوى الدلالة (Sig=0.000) وهي أصغر من 0.05 ومنه هناك تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لغموض الدور على الأداء الوظيفي. كما يشير الجدول إلى أن قيمة (F=14.491) عند مستوى دلالة 0.000 وهي أصغر من 0.05 مما يشير إلى الأهمية الإحصائية لغموض الدور بالنسبة للأداء الوظيفي، ومنه يمكن استخدام نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار هذه الفرضية.

كما نلاحظ أن قيمة معامل الحد الثابت (6.629) ومعامل الميل (-0.342) عند مستوى دلالة أصغر من 0.05 وبالتالي تكون معادلة الانحدار الخطي البسيط بين غموض الدور والأداء الوظيفي كما يلي:

$$Y = 6.629 - 0.342 (X1)$$

أي أن زيادة ضغوط (غموض الدور) بمقدار وحدة واحدة ستؤدي إلى نقصان الأداء بمقدار (0.342).

وبذلك نرفض الفرضية الصفرية القائلة "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لغموض الدور على الأداء الوظيفي" ونقبل الفرضية البديلة.

اختبار الفرضية الفرعية الثانية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبيئة العمل على الأداء الوظيفي.

جدول رقم (9) نموذج الانحدار الخطي البسيط لأثر بيئة العمل على الأداء الوظيفي.

معنوية العلاقة بين المتغيرين		معنوية التأثير بين المتغيرين (معنوية معاملات الانحدار)	
نموذج الانحدار	$Y = B_0 + B X_1$	المعاملات	Sig
معامل الارتباط	R=0.539	الثابت	0.000
معامل التحديد	R ² =0.273		
معنوية نموذج الانحدار البسيط	F=23.513 Sig=0.000	معنوية المعامل	0.000
معادلة الانحدار الخطي البسيط	بيئة العمل X ₂	المستقل	Y = 8.352 - 1.214 (X ₂)
	الأداء الوظيفي Y	التابع	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات spss

يتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل الارتباط ((0.539 وهذا يدل أن الارتباط إيجابي ومتوسط بين ضغوط العمل والأداء الوظيفي. بلغت قيمة معامل التحديد (0.273) هذا يعني أن بيئة العمل يفسر ما نسبته 27.3% من انخفاض الأداء الوظيفي. كما بلغت قيمة مستوى الدلالة (Sig=0.000) وهي أصغر من 0.05 ومنه هناك تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لبيئة العمل على الأداء الوظيفي. كما يشير الجدول إلى أن قيمة (F=23.513) عند مستوى دلالة 0.000 وهي أصغر من 0.05 مما يشير إلى الأهمية الإحصائية لبيئة العمل بالنسبة للأداء الوظيفي، ومنه يمكن استخدام نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار هذه الفرضية.

كما نلاحظ أن قيمة معامل الحد الثابت (8.352 ومعامل الميل (-1.214) عند مستوى دلالة أصغر من 0.05 وبالتالي تكون معادلة الانحدار الخطي البسيط بين بيئة العمل والأداء الوظيفي كما يلي:

$$Y = 8.352 - 1.214 (X2)$$

أي أنّ زيادة ضغوط (بيئة العمل) بمقدار وحدة واحدة ستؤدي إلى نقصان الأداء بمقدار (1.214).

وبذلك نرفض الفرضية الصفرية القائلة "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبيئة العمل على الأداء الوظيفي" ونقبل الفرضية البديلة.

_ اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للأجور والحوافز على الأداء الوظيفي.

جدول رقم (10): نموذج الانحدار الخطي البسيط لأثر الأجور والمكافآت على الأداء الوظيفي.

معنوية العلاقة بين المتغيرين		معنوية التأثير بين المتغيرين (معنوية معاملات الانحدار)		
نموذج الانحدار	$Y = B_0 + B X_1$	المعاملات	Sig	النتيجة
معامل الارتباط	$R = 0.682$	الثابت	0.000	دال إحصائياً
معامل التحديد	$R^2 = 0.378$			
معنوية نموذج الانحدار البسيط	$F = 25.461$ $Sig = 0.000$	معنوية المعامل	0.000	دال إحصائياً
معادلة الانحدار الخطي البسيط	الأجور والحوافز X_3	المستقل	$Y = 10.112 - 1.659 (X_3)$	
	الأداء الوظيفي Y	التابع		

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات SPSS

يتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل الارتباط 0.682 وهذا يدل أن الارتباط إيجابي ومتوسط بين ضغوط العمل والأداء الوظيفي. بلغت قيمة معامل التحديد 0.378 هذا يعني أن الأجور والحوافز يفسّر ما نسبته 37.8% من انخفاض الأداء الوظيفي. كما بلغت قيمة مستوى الدلالة (Sig=0.000) وهي أصغر من 0.05 ومنه هناك تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية للأجور والحوافز على الأداء الوظيفي. كما يشير الجدول إلى أن قيمة (F=25.461) عند مستوى دلالة 0.000 وهي أصغر من 0.05 ممّا يشير إلى الأهمية الإحصائية للأجور والحوافز بالنسبة للأداء الوظيفي، ومنه يمكن استخدام نموذج الانحدار الخطي البسيط لاختبار هذه الفرضية.

كما نلاحظ أن قيمة معامل الحد الثابت (10.112 ومعامل الميل (-1.659) عند مستوى دلالة أصغر من 0.05 وبالتالي تكون معادلة الانحدار الخطي البسيط بين الأجور والحوافز والأداء الوظيفي كما يلي:

$$Y = 10.112 - 1.659(X3)$$

أي أنّ زيادة ضغوط (الأجور والحوافز) بمقدار وحدة واحدة ستؤدي إلى نقصان الأداء بمقدار (1.659).

وبذلك نرفض الفرضية الصفرية القائلة "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للأجور والحوافز على الأداء الوظيفي" ونقبل الفرضية البديلة.

نتائج الدراسة

نتائج الإحصاءات الوصفية:

-البعد الاول:بعد استعراض الاحصاء الوصفي للأداء الوظيفي، نجد أن المتوسط الكلي قد بلغ ((3.77، وكانت الأهمية النسبية مرتفعة حيث بلغت (75.4وهذا يدل أن العاملين في المؤسسة محل الدراسة يتمتعون بأداء جيد نوعاً ما. أما الانحراف المعياري (0.68وهي أقل من الواحد الصحيح وهذا يدل على تشتت منخفض في إجابات المبحوثين.

-البعد الثاني: بلغ المتوسط الكلي لغموض الدور ((3.12، وكانت الأهمية النسبية متوسطة حيث بلغت (62.4وهذا يدل أن العاملين في المؤسسة محل الدراسة يعانون من غموض الدور بدرجة متوسطة. أما الانحراف المعياري (0.76وهي أقل من الواحد الصحيح وهذا يدل على تشتت منخفض في إجابات المبحوثين.

-البعد الثالث: بلغ المتوسط الكلي لبيئة العمل ((3.5، وكانت الأهمية النسبية متوسطة حيث بلغت (70وهذا يدل أن العاملين في المؤسسة محل الدراسة يعانون من ضغوط عمل ناجمة عن بيئة العمل بدرجة متوسطة. أما الانحراف المعياري (0.72وهي أقل من الواحد الصحيح وهذا يدل على تشتت منخفض في إجابات المبحوثين.

-البعد الرابعة: بلغ المتوسط الكلي للأجور والحوافز ((3.23، وكانت الأهمية النسبية متوسطة حيث بلغت (61.2وهذا يدل أن العاملين في المؤسسة محل الدراسة يعانون من ضغوط عمل ناجمة عن الأجور والحوافز بدرجة متوسطة، وكانت درجة الموافقة منخفضة على الفقرات "الأجر المقدم من العمل كافٍ ولا يلزم القيام بعمل آخر سواه" و

فقرة "يعد الأجر المقدم للعمل الإضافي حافزاً لأداء العمل. أما الانحراف المعياري (0.7) وهي أقل من الواحد الصحيح وهذا يدل على تشتت منخفض في إجابات المبحوثين.

نتائج اختبار الفرضيات:

_وجود أثر ذو دلالة إحصائية لغموض الدور على الأداء الوظيفي.

_وجود أثر ذو دلالة إحصائية لبيئة العمل على الأداء الوظيفي.

_وجود أثر ذو دلالة إحصائية للأجور والحوافز على الأداء الوظيفي.

التوصيات:

_تحديد مهام كل فرد بوضوح كي يتحمل كامل المسؤولية وتقديم كافة المعلومات التي يحتاجها.

_إخضاع العامل إلى دورة تدريبية واستخدام برامج تكنولوجية سهلة وبسيطة تمكّن الفرد من أداء مهامه الوظيفية، وأن يتعامل الرئيس مع مرؤوسيه كقائد وليس كمدير فقط وذلك من خلال التواصل بشفافية ووضوح معهم، العمل بروح الفريق والتعاون معاً لإيجاد الحلول، نقد بناء يهدف إلى تطوير الفرد.

_تقييم عمل الأفراد دورياً وفقاً لأدائهم لمهامهم وليس وفقاً للعلاقات الشخصية، ترقية الأفراد ومنحهم مكافآت عادلة ودورية.

-المراجع العربية:-

-بكور، محمد. (2022)أثر ضغوط العمل على الأداء الوظيفي للموارد البشرية العاملة في شركات النقل الخاصة في سورية (دراسة عملية في الشركة الأهلية للنقل)، بحث مقدّم لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال التخصصي MBA، الجامعة الافتراضية السورية.

-طنوس، وئام. (2019)أثر ضغوط العمل في مستوى أداء العاملين في القطاع المصرفي/ دراسة ميدانية على العاملين في بنك بيبيلوس سوريا. بحث مقدّم لنيل درجة الماجستير في إدارة الأعمال التخصصي MBA، الجامعة الافتراضية السورية.

-عليما، خالد. (2019)ضغوط العمل وأثرها على الأداء الوظيفي. دار الخليج للنشر والتوزيع.

-عدنان، نبيلة. (2019)ضغوط العمل والأداء الوظيفي. مركز الكتاب الأكاديمي.

-القاضي، محمد. (2015)السلوك التنظيمي. المنهل للنشر والتوزيع.

-لبسيس، عفاف & نصرالله، عابدة. (2018/2017)أثر ضغوط العمل على أداء العاملين بالمؤسسات الاستشفائية العمومية. مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمه الخضر _ الوادي، الجزائر.

-محمود وآخرون، (2020)القيادة التحويلية وضغوط العمل في المجال الرياضي. دار ماستر للنشر والتوزيع.

-نعيرات، جهاد. (2022م). العوامل المؤثرة على الأداء الوظيفي في المؤسسات العامة. العدد ((46)، المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة الاختصاصات.

- Sharma, D., Singh, S. (2022). Analysis of the effect of work stress on the work performance of employees. Research and Review: Human Resource and Labour Management.
- Nawaz, A., Ansari, N. (2017). Impact of job stress on job performance with perceived organizational support as a moderator. Governance and Management Review.

الملحق / الاستبانة

السيد / السيدة المحترم / ة: تحية طيبة وبعد...

نضع بين أيديكم الكريمة هذه الاستبانة يرجى التكرم بقراءة فقراتها بتمعن والإجابة عليها بموضوعية، لما لذلك أثر كبير على صحة النتائج التي سيتوصل إليها البحث؛ علماً أنّ المعلومات الواردة ضمنها ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

ولكم مني جزيل الشكر والامتنان

الباحثة:

حلا سامي عباس

المحور الأول: الأداء الوظيفي:

جدول رقم (1):

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الفقرة
					1_ أقوم بإنجاز الأعمال الموكلة إليّ في الوقت المحدد دون تأخير.
					2_ أتميز بالجديّة في أدائيّ لعملي وأبذل الوقت والجهد في سبيل ذلك.
					3_ أنجز مهامي الوظيفيّة طبقاً لمعايير الجودة المطلوبة.
					4_ تتشكّل الحوافز الماديّة والمعنويّة المقدّمة دافعاً لعمليّ أتميز في أدائيّ.
					5_ يتمّ تقييم أدائيّ بناءً على أسس علميّة ومعايير واضحة.
					6_ أتعاون مع زملائي وأعمل معهم بروح الفريق.
					7_ أملك الرّغبة في تحسين أدائيّ باستمرار.

المحور الثاني: غموض الدّور:

جدول رقم (2):

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الفقرة
					1- عدم وضوح المسؤوليات والمهام الموكلة إليّ.
					2- المعلومات المقدّمة من قبل رئيسي في العمل غير واضحة.
					3- أتلقّى تعليمات العمل من عدّة رؤساء.
					4- يوجد تعارض في المهام الوظيفيّة بيني وبين زملائي في نفس القسم.
					5- التّدريب القبليّ للوظيفة غير كافٍ لأفهم مهاميّ.

المحور الثالث: بيئة العمل:

جدول رقم (3):

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الفقرة
					1_أجد صعوبة في التّواصل بوضوح وشفافية مع مديري في العمل.
					2_الجوّ الاجتماعيّ في العمل غير مريح ويسبّب ضغطاً يومياً.
					3_تؤثّر العلاقات الشّخصيّة مع المدراء في تقييم الموظفين.
					4_التكنولوجيا المستخدمة في المؤسسة تسهل على الموظف أداء مهامه الوظيفيّة.
					5_مكان العمل يفتقر إلى الهدوء والتركيز.

المحور الرابع: الأجور والحوافز:

جدول رقم (4):

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الفقرة
					1_تقوم الإدارة بتقييم عمل الموظفين دورياً.
					2_تتمّ الترقية في العمل بشكلٍ عادلٍ ووفق خطةٍ محدّدة.
					3_تقوم الإدارة بصرف مكافآت وحوافز عادلة ودوريّة.
					4_يستطيع الموظفون أخذ الإجازات السنويّة كاملة.
					5_يعدّ الأجر المقدم من العمل كافٍ ولا يلزم الموظفين القيام بعملٍ آخر سواه.

دور جودة خدمة مستودعات الأدوية في تحقيق رضا العملاء دراسة ميدانية على عملاء مستودعات الأدوية في مدينة طرطوس

*الباحث: حيان احمد ناصر

الملخص

هدف البحث إلى اختبار دور جودة خدمة مستودعات الأدوية بأبعادها (الملموسية، الاستجابة والتعاطف) في تحقيق رضا العملاء (الصيدال) في مدينة طرطوس، واعتمد البحث المنهج الوصفي، وجاءت العينة عشوائية بسيطة من صيداللة مدينة طرطوس.

تمثلت أداة الدراسة في استبانة أُعدت بالاستناد إلى دراسات سابقة، وجاءت الاستبانة على جزأين، الجزء الأول حول جودة الخدمة بأبعادها (الملموسية، الاستجابة والتعاطف) والثاني حول رضا العملاء.

توصل البحث إلى عدة نتائج أهمها: وجود علاقة ارتباط بين جودة الخدمة في مستودعات الأدوية وتحقيق رضا صيداللة مدينة طرطوس، ووجود دور ذو دلالة معنوية لجودة الخدمة في مستودعات الأدوية بأبعادها (الملموسية، الاستجابة والتعاطف) في تحقيق رضا الصيداللة في مدينة طرطوس عند مستوى دلالة 0.05.

وقدم البحث مقترحات أهمها: يتوجب على إدارة مستودعات الأدوية في مدينة طرطوس العمل على تعزيز التجهيزات المادية التقنية واللوجستية الحديثة التي تُسهم في تقديم خدمات مميزة تلبي حاجة الصيداللة وتحقيق رضاهم، كما يتوجب على إدارة مستودعات الأدوية في مدينة طرطوس تعزيز الاستجابة للصيداللة من جميع النواحي (سرعة الردّ على الاستفسارات، حل المشاكل، شركة تثبيت الطلبات وتوصيلها وأي خدمة تتطلب استجابة سريعة ودقيقة).

الكلمات المفتاحية: جودة الخدمة، رضا العملاء

*ماجستير في إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد، قسم إدارة الأعمال، جامعة طرطوس، طرطوس، سورية.

The role of drug warehouse service quality in achieving customer satisfaction

A field study on drug warehouse customers in the city of Tartous

***Hayan Ahmad Nasser**

Abstract

The research aimed to test the role of drug warehouse service quality with its dimensions (Tangibles, Responsiveness and Empathy) in achieving customer (pharmacists) satisfaction in the city of Tartous. The research adopted the descriptive approach, and the sample was simple random from pharmacists in the city of Tartous.

The study tool was a questionnaire prepared based on previous studies. The questionnaire came in two parts, the first part on service quality in its dimensions (Tangibles, Responsiveness and Empathy) and the second part on customer satisfaction.

The research reached several results, the most important of which are: the existence of a correlation between the quality of service in pharmaceutical warehouses and the satisfaction of pharmacists in the city of Tartous, and the existence of a significant role for the quality of service in pharmaceutical warehouses with its dimensions (Tangibles, Responsiveness and Empathy) in achieving the satisfaction of pharmacists in the city of Tartous at a significance level of 0.05 .

The research presented proposals, the most important of which are: The management of drug stores in the city of Tartous must work to enhance the modern physical, technical and logistical equipment that contributes to providing distinguished services that meet the needs of pharmacists and achieve their satisfaction. The management of drug stores in the city of Tartous must also enhance the response to pharmacists in all aspects (speed Responding to inquiries, solving problems, installing and delivering orders, and any service that requires a quick and accurate response).

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction

* Master of Business Administration, Faculty of Economic, Department of Business Administration, Tartous University, Tartous, Syria.

1. المقدمة:

نتيجة لما يحدث في عالم اليوم من تغييرات وتطورات متسارعة ومتتابعة، مع ظهور التكنولوجيا الحديثة وازدياد وعي العملاء بأهمية جودة المنتجات والخدمات المقدّمة، حدثت ثورة في المجال الخدمي وانتشار مفهوم الجودة في الخدمات، فاحتلت الجودة أهمية مميزة في الفلسفة الإدارية المعاصرة لجميع المنظمات، ولم يعد كافياً مجرد الاهتمام بتقديم خدمات ذات جودة متميّزة، وإنما أصبح كسب رضا العميل وإسعاده هي الغاية الأسمى (إسماعيل، 2017).

ومنه وُجد أن نجاح أي منظمة يعتمد على جودة الخدمة التي تُسهم في خلق قيمة مؤسساتية، مما يحقق رضا العملاء وولائهم (Makanyeza & Mumiriki, 2016)، ونظراً لوجود منافسة كبيرة، أدركت الشركات أن مفتاح النجاح هو الاحتفاظ بالعملاء، بل أنّ الاحتفاظ بالعملاء الراضين يكون أسهل، وبالتالي فإن رضا العملاء هو جوهر وسبب النجاح في أي منظمة (Shrestha, 2021).

ونظراً لأهمية جودة الخدمة والرضا، جاءت هذا البحث للتعرف على مستوى جودة خدمة مستودعات الأدوية في مدينة طرطوس ومدى رضا العملاء (الصيدالدة) عنها، حيث تعتبر مستودعات الأدوية من أهم المنظمات العاملة في القطاع الصحي، نظراً لدورها الكبير في تزويد الصيدالدة بالأدوية، إلى جانب كونها حلقة وصل بين معامل الأدوية والصيدليات.

جاء هذا البحث لدراسة دور جودة خدمة مستودعات الأدوية في مدينة طرطوس بأبعادها (الملموسية، الاستجابة والتعاطف) في تحقيق رضا العملاء (الصيدالدة).

2. الدراسات السابقة:

2-1: دراسة (قاسم & علي، 2022): دراسة العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء، دراسة ميدانية على المشافي الخاصة في مدينة اللاذقية.

يهدف البحث إلى تحليل واقع الخدمة الصحية في المشافي السورية الخاصة في مدينة اللاذقية؛ وذلك بالإجابة على التساؤلات الآتية: ما هو مستوى الخدمة الصحية في المشافي من حيث توفر الأبعاد الأساسية وهي: الملموسية، والتعاطف، وسرعة الاستجابة، والتأكيد والضمان، والموثوقية والمصدقية؟، وما هو أثر أبعاد جودة الخدمة الصحية على رضا العملاء؟، واعتمد البحث النهج الوصفي، أشارت نتائج البحث إلى أنو يوجد إدراك جيد لمحور الملموسية بين أفراد عينة البحث، وكذلك لمحور التعاطف، وسرعة الاستجابة، والتأكيد والضمان، وإدراك متوسط لمحور الموثوقية والمصدقية، وكذلك لرضا العميل بين أفراد عينة البحث، البحث، كما أشارت الدراسة إلى وجود أثر ايجابي ذي دلالة معنوية لكل من (التعاطف والتأكيد والضمان والموثوقية) في رضا العميل بوصفه متغيراً تابعاً، بينما لم تؤثر الملموسية وسرعة الاستجابة في رضا العميل.

2-2: دراسة (اسماعيل، 2017): دور جودة خدمة مراكز الاتصال في تحقيق رضا العملاء "دراسة ميدانية على مركز اتصال طرطوس".

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور جودة خدمة مراكز الاتصال في تحقيق رضا العملاء، من خلال اختبار العلاقة بين أبعاد جودة الخدمة المتمثلة بـ (الاستجابة، الاعتمادية، التعاطف، الأمان والملموسية) ورضا العملاء، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي السببي، وتوصلت الدراسة إلى نتائج من أهمها: وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة المتمثلة بالاستجابة، الاعتمادية والأمان ورضا عملاء مركز اتصال طرطوس، وعدم وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين كل من بعدي (الملموسية والتعاطف) ورضا عملاء مركز اتصال طرطوس.

2-3: دراسة (الناصر، 2022): دور جودة الخدمة في تحسين مستوى رضا عملاء الخطوط الجوية الكويتية "دراسة تطبيقية".

هدف البحث إلى توصيف أبعاد جودة الخدمة المقدمة من شركة الخطوط الجوية الكويتية وأبعاد رضا العملاء، بالإضافة إلى تحديد نوع وقوة العلاقة بين أبعاد جودة الخدمة ورضا العملاء، وقد أظهرت نتائج البحث أن واقع جودة الخدمة مرتفع على المستوى الإجمالي وبالنسبة لكل بعد من أبعادها، ووجد أن مستوى رضا العملاء كان متوسطاً على المستوى الإجمالي وبالنسبة لكل بعد من أبعاده، وتوصل البحث إلى مجموعة من التوصيات لتدعيم رضا عملاء شركة الخطوط الجوية الكويتية من خلال تحسين جودة الخدمة.

2-4: دراسة (Karlay & Johnson, 2018): Impact of Service Quality on customer Satisfaction. "تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء".

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل كيفية تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء، ولتحقيق هذا هدف، تم استخدام طريقة البحث النوعي الاستقرائي، حيث تم تطبيق هذا الأسلوب بطريقة تمت فيها مقابلة المستجيبين بأسئلة مفتوحة، يعتمد أسلوب البحث النوعي الاستقرائي على ملاحظة الأنماط وتطوير التفسيرات من خلال النظريات، وتوصلت الدراسة إلى نتائج واستنتاجات هي أنّ الاستجابة والتعاطف والضمان تؤثر على رضا العملاء، وسعر الخدمة هو المتغير الأكثر تأثيراً في رضا العملاء.

2-5: دراسة (DUY, 2021): Service Quality And Its Impact On Customer Satisfaction. "جودة الخدمة وأثرها على رضا العملاء".

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة العوامل المختلفة التي تؤثر على ولاء العملاء ورضاهم، والتحقيق في العوامل المختلفة التي تؤثر على جودة الخدمة وحقوق الملكية للعلامة التجارية، وتحديد القضايا المتعلقة بجودة الخدمة وقياس تأثيرها، وتقديم التوصيات

والاستراتيجيات لتحسين جودة الخدمة، واعتمدت هذه الدراسة نموذج جودة الخدمة وطرق القياس الأخرى لفحص الحالة وتحليلها، وأثبتت الدراسة أن العلاقة بين المتغيرات واضحة، وأن ملكية العلامة التجارية لها تأثير كبير على تصورات العملاء، مع وجود تأثير لجودة الخدمة في رضا العملاء وولائهم.

2-6: دراسة (Shrestha, 2021): Impact of Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty "تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء وولائهم".

هدف البحث إلى تحليل تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء وولاء العملاء لشركة NTC، ولهذا الغرض، استخدم هذا البحث خمسة أبعاد لجودة الخدمة هي الملموسة، والموثوقية، والضمان، والتعاطف، والاستجابة، واعتمد البحث تصميم البحث الوصفي والسببي المقارن، وتوصل البحث إلى وجود تأثير إيجابي كبير لجميع أبعاد جودة الخدمة على رضا العملاء وولائهم. علاوة على ذلك، فإن "الموثوقية" هي البعد الأقوى لجودة الخدمة الذي يؤثر على رضا العملاء، في حين أن "التعاطف" هو البعد الأقوى لجودة الخدمة من حيث التأثير على ولاء العملاء، بالإضافة إلى ذلك، يرى البحث أيضاً أن "رضا العملاء" هو العامل المهم في جعل العملاء مخلصين تجاه الخدمة التي تقدمها المنظمة.

3. مشكلة البحث:

في عالم الأعمال الحديث والتنافسي وفي ظل انتشار العولمة، تكمن النقطة الأساسية في الحفاظ على الميزة التنافسية في جودة الخدمة التي يمكن أن تقدمها الشركات، والتي بدورها ستؤدي إلى الاحتفاظ الفعال بالعملاء، علاوة على ذلك، تستلزم الإستراتيجية الناجحة ضرورة بناء علاقة إيجابية مع العملاء المستهدفين وتقديم قيمة متفوقة على المنافسين، وإن المنظمة التي تتمتع بمستويات عالية من جودة الخدمة سوف تتجاوز

توقعات العملاء، وبالتالي تظلّ قادرة على زيادة القدرة التنافسية الاقتصادية والربحية على المدى الطويل، وصولاً لتحقيق رضا العملاء (DUY, 2021)، وهنا تبرز مشكلة البحث في مدى قدرة الشركات خاصة في القطاع الدوائي السوري على مستوى مستودعات الأدوية في تحقيق رضا الصيادلة من خلال تقديم خدمة مميزة ذات جودة مناسبة، وبالتالي يمكن تلخيص مشكلة البحث في التساؤل التالي:

ما هو دور جودة خدمة مستودعات الأدوية بأبعادها (الملموسية، الاستجابية والتعاطف) في تحقيق رضا العملاء؟

4. أهمية البحث وأهدافه:

الأهمية العلمية: تُستمدّ الأهمية العلمية للبحث من الأهمية النظرية لمتغيري البحث (جودة الخدمة ورضا العملاء)، حيث يُقدّم البحث مفهوماً علمياً واضحاً لكلا المتغيرين كما يتناول دور جودة الخدمة في تحقيق رضا العملاء، وكل ذلك يُعتبر إغناءً للمكتبة العلمية السورية.

الأهمية العملية: تأتي الأهمية العملية للبحث من أهمية نتائجه وتوصياته التي يمكن الرجوع إليها واستفادة إدارات مستودعات الأدوية منها في سبيل سعيهم لتحقيق رضا عملائهم (الصيادلة).

كما يهدف البحث إلى:

1. التعريف بالجانب النظري لجودة الخدمة ورضا العملاء.
2. اختبار دور جودة الخدمة التي تقدّمها مستودعات الأدوية بأبعادها (الملموسية، الاستجابية والتعاطف) في تحقيق رضا الصيادلة في مدينة طرطوس.

5. فرضيات البحث:

الفرضية الرئيسية: لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية لجودة خدمة مستودعات الأدوية في مدينة طرطوس بأبعادها (الملموسية، الاستجابة والتعاطف) في تحقيق رضا الصيادلة في المدينة.

6. منهجية البحث:

اعتمد البحث المنهج الوصفي، إذ تم الاطلاع على الأدبيات والأبحاث والدراسات السابقة التي لها صلة بموضوع البحث، وذلك بهدف تكوين الإطار النظري للدراسة، وتم القيام بإجراء دراسة ميدانية لتغطية الجانب التطبيقي من هذا البحث، ومن ثم تجميع البيانات وتحليلها عن طريق البرنامج الإحصائي SPSS.

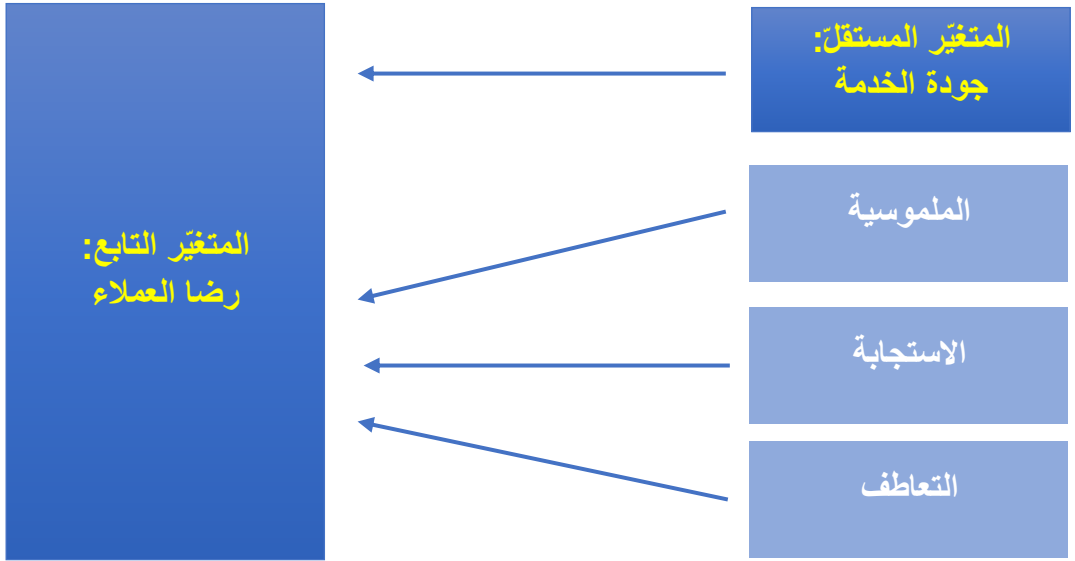
وتمثلت أداة البحث باستبانة تم إعدادها استناداً إلى دراسة (اسماعيل، 2017) ثم إعادة صياغتها لتنسجم مع موضوع البحث ومجال تطبيقه، وتميزت بسهولة التطبيق ومرونة الأسئلة واعتمدت أسلوب الأسئلة المغلقة، وتم استخدام مقياس ليكرت الخماسي، واستخدم الباحث معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان، والانحدار المتعدد لاختبار الفرضيات.

مجتمع البحث: جميع الصيادلة في مدينة طرطوس والبالغ عددهم 398 صيدلاني حسب بيانات نقابة الصيادلة.

عينة البحث: عينة عشوائية بسيطة من بعض صيادلة مدينة طرطوس، ويتم حسابها وفق معادلة ستيفن ثامبسون.

7. نموذج البحث:

الشكل (1): نموذج البحث



المصدر: من إعداد الباحث.

الجانب النظري:

جودة الخدمة: مصطلح جودة الخدمة هو عبارة عن ارتباط بين كلمتين مختلفتين؛ "الخدمة" و"الجودة"، الخدمة تعني "أي نشاط أو منفعة يمكن أن يقدمها طرف لآخر وتكون في الأساس غير ملموسة ولا تؤدي إلى ملكية أي شيء"، كذلك تُعرف الجودة كأداة استراتيجية لتحقيق الكفاءة التشغيلية والأداء الأفضل للأعمال، فجودة الخدمة تعني قدرة مقدم الخدمة على إرضاء العميل بطريقة فعالة يمكنه من خلالها تحسين أداء الأعمال، وفي قطاع الخدمات أيضاً تعدّ "الجودة" عنصراً مهماً لنجاح الأعمال، وذلك بسبب إدراك ارتباطها الإيجابي بالأرباح وزيادة حصتها في السوق ورضا العملاء (Ramya et al, 2019).

كذلك فإن جودة الخدمة تتمثل في تحقيق رغبات العملاء، وأن متلقي الخدمة هو من سيحكم على مستوى جودتها عن طريق مقارنة ما حصل عميل مع توقعاته من تلك الخدمة، أي (مقارنة الجودة المتوقعة مع الجودة المدركة) لتصبح درجة جودة الخدمة نسبية تختلف من شخص إلى آخر (إسماعيل، 2017).

وجودة الخدمة أيضاً هي قدرة المنظمة على تقييم مدى توافق الخدمة المقدمة مع توقعات العميل، وغالباً ما تقوم بتقييم جودة الخدمة المقدمة لعملائها لتحسين خدماتهم، وتحديد المشكلات بسرعة، وتقييم رضا العملاء بشكل مناسب المكان والزمان أو تقديم الخدمات المناسبة على الطلبات الأولى (Hamaideh, 2018).

ومنه يقدم الباحث تعريفاً لجودة الخدمة باعتبارها مقياساً لمدى تلبية أو تجاوز الخدمة لتوقعات العملاء، وإنها تضمن التفوق العام، الموثوقية، الاستجابة، الفعالية الشاملة للخدمة التي تقدمها منظمة أو فرد.

وفي مستودعات الأدوية تمثل جودة الخدمة مجموعة المعايير التي يتم تقييمها وتحسينها لضمان توفير خدمات ممتازة للصيادلة، بما يضمن تلبية احتياجاتهم وتوقعاتهم بشكل كامل ومرضي.

أبعاد جودة الخدمة:

تسعى المنظمات إلى التحسين المستمر في جودة خدماتها من أجل كسب رضا وولاء عملائها بشكل دائم، لذا يكون من الضروري تقييم مستوى الجودة تشخيصاً لوضعها الحالي، وبما يسهم في تحديد المطلوب لعمليات التحسين بشكل دقيق (Munusamy, et al 2010)، وتعتبر الجودة متعددة الأبعاد، لذا فإن الوصول إلى جودة الخدمة دون تمييز السمات الهامة للجودة يعتبر مستحيلاً، وفي هذا السياق أشار Gronroos إلى الجودة الفنية، جودة أداء الخدمة والصورة الذهنية للمنظمة كأبعاد لجودة الخدمة (Mosahab, 2010)، في حين أشار Lehtinen إلى الأبعاد التالية: الجودة المادية:

تشمل الجوانب المادية من الخدمات مثل المعدات أو الأبنية، الجودة التفاعلية: تعبّر عن العلاقات المتبادلة بين موظفي الخدمة والعملاء وكذلك الاتصالات بين العملاء، جودة المنظمة: تمثل الصورة الذهنية عن خدمات المنظمة (إسماعيل، 2017).

وبشكل عام تم التوصل إلى أنّ الجودة يمكن تقييمها من خلال خمسة أبعاد أساسية وهي:

الملموسية: تتضمن الوسائل المادية، الأدوات والتجهيزات المستخدمة في تزويد الخدمة ووسائل الاتصال، المظهر العام للموظفين (BERSISA, 2015)، وكذلك يُنظر إليها باعتبارها أشياء ملموسة قابلة للإدراك عن طريق اللمس أو الوجود المرئي، تشكل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والأدوات والمواقع وموظفي الشركة وأي مرافق مرئية البعد الملموس لجودة الخدمة (Johnson, 2018 & Karlay).

الاعتمادية: وهي تشير إلى قدرة مزود الخدمة على تقديم الخدمة المضبوطة طبقاً للمواصفات والشروط المحددة، ويتضمن اتساق الأداء والموثوقية والقدرة على تقديم الخدمة الصحيحة من المرة الأولى واحترام الوعود بالإضافة إلى الدقة في المحاسبة وفي السجلات التي يتم الاحتفاظ بها، وتقديم الخدمة في الوقت الموعود (إسماعيل، 2017).

الاستجابة: وتتعلق برغبة أو استعداد العاملين لتقديم الخدمة، كذلك الاهتمام بطلبات العملاء واستفساراتهم وشكاويهم وكيف يتم التعامل معها، وكم يأخذ من الوقت حصولهم على المعلومة أو الإجابة على استفساراتهم (Iddrisu et al, 2015)، بالإضافة إلى مدى توافر الرغبة والاستعداد الدائم لخدمة العملاء بشرعة وبشكل صحيح (Mohammad et al, 2011).

الأمان: يشير إلى إحساس العملاء بالثقة عند التعامل مع المنظمة، والذي يعكس معرفة العاملين وخبرتهم وقدرتهم على زرع الثقة في نفوس العملاء، وكذلك احترامهم للمتعاملين

وتوافر المصداقية، السرية والأمان، بالإضافة إلى التعامل اللبق والمهذب للموظفين
(Kumar, 2015).

التعاطف: ويقصد به فهم حاجات العملاء الشخصية، والاعتناء الشخصي بهم، كذلك
إظهار العطف والموّدة في التعامل معهم والنظر إليهم كأصدقاء مقربين وعملاء مميزين
(Mohammad et al, 2011).

رضا العملاء: في بيئة الأعمال التنافسية اليوم أصبح رضا العميل أساساً لاستمرار
المنظمات وعنصراً أساسياً في استراتيجية أعمالها، ومفتاحاً للاختلاف والتميز عن
المنافسين (Iddrisu et al, 2015)، وأشارت أدبيات الرضا إلى الفوائد الكثيرة التي
يمكن تحقيقها للمنظمات (إسماعيل، 2017).

وعرّف Zeithaml And Bitner رضا العميل بأنه "تقييم العميل للمنتج أو الخدمة
المقدّمة له ومدى مقابقتها لاحتياجاته وتوقعاته" (Basiony et al, 2014).

ويعرّف مصطلح رضا العملاء بأنه درجة إدراك العميل لمدى فاعلية المنظمة في تقديم
المنتجات التي تلبي حاجاته ورغباته، بالإضافة إلى أنه الشعور الذي يوحي للزبون
السرور الذي ينتج عندما تكون الخدمة مطابقة لتوقعات الزبون (حوا، 2013).

كما يُعرّف رضا العميل حسب دوبوا وكوتلر: هو شعور العميل الناتج عن المقارنة بين
خصائص المنتج مع توقعاته (قاسم وعلي، 2015).

ورضا العميل هو حالة من الارتياح والسعادة يعيشها العميل من خلال تجربته مع
المنظمة بناءً على أدائها الذي يجاري احتياجاته المتطورة والمتلاحقة ويرقى لمستوى
توقعاته وآماله المستقبلية (إسماعيل، 2017).

ومنه يقدم الباحث تعريفاً لرضا العملاء باعتباره مقياساً لمدى مطابقة الوعود المتوقع
تقديمها في الخدمة والأداء الفعلي المنفذ لهذه الخدمة.

أهمية رضا العملاء: يعتبر رضا العملاء من القضايا المهمة للمسوقين والباحثين، وجوهر النجاح في بيئة الأعمال التنافسية اليوم (Pham, 2014)، بالإضافة إلى أهميته في تحقيق النجاح الطويل الأمد، ومساعدة المنظمات في التغلب على المنافسين بما يسهم في حماية حصّتها السوقية بل زيادتها، وزيادة أرباحها من خلال تقديم خدمات ذات جودة عالية تُرضي العملاء من خلال تحقيق متطلباتهم واحتياجاتهم بشكل يتجاوز توقّعاتهم (Al-Azzam, 2015) ومنه فإن رضا العميل من شأنه أن يسهم في:

- رسم برنامج وخطط العمل بالمنظمة.
- خلق ولاء العملاء.
- تطوير جودة الخدمة وتحقيق ميزة تنافسية.
- النجاح في تحقيق الأرباح من خلال إشباع حاجات العملاء ومتطلباتهم.
- زيادة تكرار تعاملات العميل (عبدات، 2012).

لذا فإنّ الاهتمام بإشباع احتياجات العميل هو الهدف النهائي لأي منظمة والتي يتحقق من خلاله أهداف المنظمة ذاتها، بل إنّ أحد رجال الأعمال اليابانيين ذكر أنّ هدفهم تخطى مرحلة إرضاء العميل إلى إسعاده ونلاحظ هنا أنّ إسعاد العملاء أعمق وأعلى مستوى من حيث مجرد إشباع ومقابلة توقّعات، فالعميل السعيد هو خير معن للمنظمة وخدماتها ويعتبر تأثيره أقوى من القيام بالإعلان عبر الوسائل الإعلانية (إسماعيل، 2017).

ويكيل العملاء الراضيين إلى المحافظة على أنماطهم الاستهلاكية وزيادة استهلاكهم للسلع والخدمات التي تقدّمها تلك المنظمات التي حققت لهم مستوى عالٍ من الرضا وليصبح بذلك رضا العملاء مؤشراً مهماً للجودة والإيرادات المستقبلية، ونظراً لاشتداد المنافسة في قطاع الخدمات وازدياد طلبات العملاء واحتياجاتهم أصبح الرضا عاملاً مهماً للمنافسة والبقاء في ظروف السوق المتغيرة.

وبذلك أصبح رضا العملاء استراتيجياً على مستوى المنظمة ككل، وحجر الزاوية الأساسي في العلاقة بين الإدارة والتسويق ومصدراً للميزة التنافسية (إسماعيل، 2017).

وجهة نظر الباحث من أهمية جودة الخدمة في تحقيق رضا العملاء:

يرى الباحث أنّ لرضا الصيادلة عن الخدمات المقدّمة من مستودعات الأدوية دوراً كبيراً في تحقيق الرعاية الصحية وذلك لعدة أسباب من أهمّها تأمين المخزون وتحقيق التوزيع الفعّال، فمستودعات الأدوية تلعب دوراً حيوياً في تأمين المخزون من الدواء لدى الصيدلاني، مما يسهم في تلبية احتياجات المرضى بشكل فعّال، كما تؤثر فعالية عملية التوزيع لدى مستودعات الأدوية على قدرة الصيدلاني على تقديم الأدوية للمرضى بشكل سريع ودقيق إذا كانت عملية التوريد والتوزيع مستدامة.

الجانب العملي: تحليل البيانات واختبار الفرضيات.

1. أداة الدراسة: تمثّلت أداة الدراسة في استبانة أعدت بالاستناد إلى دراسة (إسماعيل، 2017)، وجاءت الاستبانة على جزأين، الجزء الأول حول جودة الخدمة بأبعادها (الملموسية، الاستجابة والتعاطف) والثاني حول رضا العملاء، حيث قام الباحث بتوزيع 200 استبانة واسترداد 195 استبانة صالحة للتحليل والمناقشة، وجرى تحليل البيانات باستخدام برنامج التحليل الإحصائي SPSS.

تم الاعتماد على مقياس ليكرت الخماسي كما يلي:

الجدول رقم (1): مقياس ليكرت الخماسي

مقياس ليكرت الخماسي	لا أوافق بشدّة	لا أوافق	محايد	موافق	موافق بشدّة
القيمة الرقمية	1	2	3	4	5

الجدول رقم (2): مقياس درجة الموافقة على الإجابات

المستوى	ضعيفة جداً	ضعيفة	متوسطة	كبيرة	كبيرة جداً
المتوسط الحسابي	أقل من 1.8	من 1.8 حتى 2.59	من 2.60 حتى 3.39	من 3.40 حتى 4.19	أكبر من 4.20

2. ثبات أداة البحث وصدقها: إن ثبات الاستبيان يعني أننا لو أعدنا توزيع هذا

الاستبيان على عينة أخرى من نفس المجتمع وبنفس حجم العينة فإن النتائج ستكون مقاربة للنتائج التي حصلنا عليها من العينة الأولى، وإن أشهر أداة لاختبار صدق الاستبانة وثباتها معامل ألفا كرونباخ، أما صدق الاستبيان يعني تمثيله للمجتمع المدروس بشكل جيد وأن الإجابات التي نحصل عليها من أسئلة الاستبيان تعطينا المعلومات التي وضعت لأجلها الأسئلة.

وللتحقق من ثبات الاستبيان تم استخدام معامل ألفا كرونباخ Coefficient Alpha Cronbach.

وقد كانت النتائج كما هي موضحة في الجدول (3) حيث يتضح أن قيمة معامل ألفا كرونباخ جيدة وقيمتها لكل العبارات كانت 0.805، وبما أن هذه القيمة أعلى من 0.60 فإن القيمة مقبولة والاستبانة تتسم بالثبات، بأخذ الجذر التربيعي لمعامل ألفا كرونباخ نجد: $\sqrt{0.805} = 0.897$ وهي قيمة أكبر من 0.80 تدلّ على صدق الاستبيان ووجود اتساق داخلي.

الجدول (3): نتائج اختبار الفا كرونباخ لقياس ثبات الاستبيان

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.805	12

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

3. الاختبارات الإحصائية: تم استخدام الاختبارات الإحصائية التالية في البحث: معامل ألفا كرونباخ: للتأكد من ثبات الاستبيان، واختبار الانحدار المتعدد لاختبار فرضيات البحث.

تنصّ الفرضية الرئيسة على أن: لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية لجودة خدمة مستودعات الأدوية في مدينة طرطوس بأبعادها (الملموسية، الاستجابة والتعاطف) في تحقيق رضا الصيادلة في المدينة.

تم القيام باختبار الانحدار المتعدد والذي استخدم لقياس دور أبعاد المتغير المستقل الثلاثة: (الملموسية، الاستجابة والتعاطف) على المتغير التابع المتمثل رضا العملاء في مدينة طرطوس.

الجدول (4): جدول الإحصاءات الوصفية للمتغيرات.

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
رضا_العملاء	3.8940	.43229	195
الملموسية	3.8427	.36811	195
الاستجابة	3.8974	.57314	195
التعاطف	3.3111	.65108	195

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

الجدول (5): ملخص تحليل الانحدار المتعدد

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.616 ^a	.379	.369	.34335
a. Predictors: (Constant), التعاطف، الملموسية، الاستجابة				

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

يُظهر الجدول رقم (4) المتوسطات الحسابية لكل من أبعاد المتغير المستقل وأيضاً المتغير التابع، حيث نلاحظ أنّ المتوسط الحسابي لكل من الملموسية والاستجابة أكبر من 3.5 وهذا يدلّ إلى أنّ الصيادلة يميلون للموافقة، بينما نجد بُعد التعاطف أقلّ من 3.5 وهذا يشير إلى أنّ الصيادلة يميلون للحيداء فيما يتعلّق ببُعد التعاطف، كما يُظهر الجدول رقم (5) أنّ المتوسط الحسابي لرضا العملاء كمتغير تابع هو 3.8 يدلّ أنّ الصيادلة يميلون للموافقة.

كما يتّضح من الجدول رقم (5) أنّ قيمة معامل الارتباط المتعدّد R بلغت 0.616 إلى وجود ارتباط إيجابي متوسط وبلغت نسبة الارتباط 61% بين المتغيرات المستقلة مجتمعة والمتمثلة بأبعاد جودة الخدمة والمتغير التابع المتمثّل برضا العملاء، وتفسّر أبعاد المتغير المستقلّ (الملموسية، الاستجابة والتعاطف) ما نسبته 37.9% من التباين في المتغير التابع (رضا العملاء)، كما تدلّ قيمة معامل الارتباط المتعدّد R في الجدول رقم (5) لوجود علاقة طردية بين كلّ من الملموسية، الاستجابة والتعاطف) من جهة ورضا العملاء من جهة أخرى.

الجدول رقم (6): تحليل ANOVA

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.737	3	4.579	38.842	.000 ^b
	Residual	22.517	191	.118		
	Total	36.254	194			
a. Dependent Variable: رضا العملاء						
b. Predictors: (Constant), الملموسية، الاستجابة، التعاطف						

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

يُلاحظ من الجدول رقم (6) أنّ قيمة اختبار فيشر F لتحديد مدى صلاحية مقياس الانحدار لتمثيل العلاقة بين أبعاد المتغير المستقلّ والمتغير التابع تساوي 38.84 وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 حيث بلغ مستوى المعنوية المحسوب 0.000 ، وهذا يعني أنّ المقياس يصلح لتمثيل العلاقة حيث تفسّر أبعاد المتغير المستقلّ (الملموسية، الاستجابة والتعاطف) ما نسبته 37.9% من التباين في المتغير التابع (رضا العملاء)، وبمعنى آخر إنّ 37.9% من رضا الصيادلة يعود إلى (الملموسية، الاستجابة والتعاطف)، وبقي 62.1% تعود لعوامل أخرى لم يتم دراستها وتضمينها في نموذج البحث.

الجدول رقم (7): نتائج اختبار الانحدار المتعدد

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.919	.269		14.571	.000
	الملموسية	-.301-	.082	-.256-	-3.678-	.000
	الاستجابة	-.224-	.072	-.297-	-3.125-	.002
	التعاطف	.605	.064	.911	9.440	.000

a. Dependent Variable: رضا العملاء

المصدر: مخرجات برنامج SPSS

يُلاحظ من الجدول رقم (7) أنّ قيمة الاحتمال Sig المقابلة لاختبار t بالنسبة للملموسية تساوي 0.000 وهي أقلّ من 0.05، وهذا يوضّح معنوية العلاقة ودلالاتها الإحصائية بين بُعد الملموسية ورضا العملاء.

ومنه نرفض الفرضية التي تنصّ على عدم وجود أثر ذو دلالة للموسمية في تحقيق رضا الصيادلة في مدينة طرطوس.

كما يُلاحظ من الجدول رقم (7) أنّ قيمة الاحتمال Sig المقابلة لاختبار t بالنسبة للاستجابة تساوي 0.002 وهي أقلّ من 0.05، وهذا يوضّح معنوية العلاقة ودلالاتها الإحصائية بين بُعد الاستجابة ورضا العملاء.

ومنه نرفض الفرضية التي تنصّ على عدم وجود أثر ذو دلالة للاستجابة في تحقيق رضا الصيادلة في مدينة طرطوس.

ويوضّح الجدول رقم (7) أنّ قيمة الاحتمال Sig المقابلة لاختبار t بالنسبة للاستجابة تساوي 0.000 وهي أقلّ من 0.05، وهذا يوضّح معنوية العلاقة ودلالاتها الإحصائية بين بُعد التعاطف ورضا العملاء.

ومنه نرفض الفرضية التي تنصّ على عدم وجود أثر ذو دلالة للتعاطف في تحقيق رضا الصيادلة في مدينة طرطوس.

وتكون معادلة الانحدار الخطي:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

$$Y = 3.91 + 0.301 x_1 + 0.224 x_2 + 0605 x_3$$

حيث أنّ b: معدل التغير في قيمة y، و a: ثابت المعادلة، وتم الترميز كما يلي: x_1 : الموسمية، x_2 : الاستجابة و x_3 : التعاطف.

4. نتائج اختبار الفرضيات:

توصّل الباحث إلى وجود علاقة ارتباط بين جودة الخدمة في مستودعات الأدوية وتحقيق رضا صيادلة مدينة طرطوس، وكانت العلاقة إيجابية متوسطة حيث بلغ معامل الارتباط تقريباً 0.62، كما بلغ معامل التحديد 0.379، وهذا يعني أنّ جودة الخدمة تفسّر ما نسبته 37.9% من رضا الصيادلة في مدينة طرطوس، وبلغت قيمة $\text{sig} = 0.00$ في بُعد الملموسية وكانت $\text{sig} = 0.002$ في بُعد الاستجابة، وبلغت $\text{sig} = 0.000$ في بُعد التعاطف وهي جميعها أقل من 0.05 وبالتالي: يوجد دور ذو دلالة معنوية لجودة الخدمة في مستودعات الأدوية بأبعادها (الملموسية، الاستجابة والتعاطف) في تحقيق رضا الصيادلة في مدينة طرطوس عند مستوى دلالة 0.05.

5. المقترحات:

- يتوجّب على إدارة مستودعات الأدوية في مدينة طرطوس العمل على تعزيز التجهيزات المادية التقنية واللوجستية الحديثة التي تُسهم في تقديم خدمات مميزة تلبي حاجة الصيادلة وتحقق رضاهم.
- يتوجّب على إدارة مستودعات الأدوية في مدينة طرطوس تعزيز الاستجابة للصيادلة من جميع النواحي (سرعة الردّ على الاستفسارات، حل المشاكل، سرعة تثبيت الطلبات وتوصيلها وأي خدمة تتطلب استجابة سريعة ودقيقة).
- يتوجّب على مستودعات الأدوية في مدينة طرطوس إدارة علاقاتها مع الصيادلة بعناية شديدة وإظهار الودّ والتعاطف من خلال بناء علاقة جيدة، طويلة الأمد قائمة على تحقيق المصلحة المشتركة، كما يجب على إدارة مستودعات الأدوية في مدينة طرطوس توجيه موظفيها للتعامل بأسلوب محترم ولبق ومهذّب مع الصيادلة، ما يُظهر تعاطفهم ويُسهم في تحقيق رضاهم.

المراجع:

إسماعيل، إيفون محسن (2017). دور جودة خدمة مراكز الاتصال في تحقيق رضا العملاء "دراسة ميدانية على مركز اتصال طرطوس"، رسالة ماجستير، جامعة طرطوس، كلية الاقتصاد.

حوا، فهد (2013)، "أثر الإدارة اللوجستية في رضا الزبائن"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط، عمان.

عبدات، سليمة (2012). تسويق الخدمات البنكية وأثره على رضا الزبون، رسالة ماجستير، معهد العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر.

قاسم، سامر أحمد وعلي، سليمان سليم (2015). دراسة العلاقة بين جودة الخدمة ورضا العملاء دراسة ميدانية على المشافي الخاصة في مدينة اللاذقية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، مجلد (37)، عدد (3).

الناصر، مريم عيسى علي (2022). دور جودة الخدمة في تحسين مستوى رضا عملاء الخطوط الجوية الكويتية. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، المجلد (13)، العدد (3).

Al-Azzam, A. F. M. (2015). **The impact of service quality dimensions on customer satisfaction: A field study of Arab bank in Irbid city, Jordan.** *European Journal of Business and Management*, 7(15), 45-53.

Basiony, A. E. (2014). **Evaluating Tourism Service Quality Provided to the European Tourist “Applied on the British tourist.**

BERSISA, G (2015). **Assessment of Service Quality and Its influence on Customer Satisfaction: The Case of Oromia International Bank.** Master thesis in business administration, College of Business and Economics, Addis Ababa University

Duy, Vu Nguyen Khanh. (2018). **Service Quality and Its Impact on Customer Satisfaction,** The University of Northampton.

Hamaideh, Mohammad (2018). **The Impact of Supply Chain Activation on Service Quality in Jordanian Telecommunication Companies (Doctoral dissertation),** Middle East University.

Iddrisu, A. M., Nooni, I. K., Fianko, K. S., & Mensah, W. (2015). **Assessing the impact of service quality on customer loyalty: a case study of the cellular industry of Ghana.** *British Journal of Marketing Studies*, 3(6), 15-30.

Johnson, E. H. I. G. I. E., & Karley, J. (2018). **Impact of service quality on customer satisfaction.**

Kumar, M. (2015). **Study of customer satisfaction with service quality of public sector banks of India using servqual model.** *International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences*, 4(2), 61-78.

- Makanyeza, C., & Mumiriki, D. (2016). **Are all customers really the same? Comparing service quality and satisfaction between residential and business telecommunications customers.** *Acta Commercii*, 16(1), 1-10.
- Mohammad, A. A. S., & Alhamadani, S. Y. M. (2011). **Service quality perspectives and customer satisfaction in commercial banks working in Jordan.** *Middle Eastern Finance and Economics*, 14(1), 60-72.
- Mosahab, R., Mahamad, O., & Ramayah, T. (2010). **Service quality, customer satisfaction and loyalty: A test of mediation.** *International business research*, 3(4), 72.
- Munusamy, J., Chelliah, S., & Mun, H. W. (2010). **Service quality delivery and its impact on customer satisfaction in the banking sector in Malaysia.** *International journal of innovation, management and technology*, 1(4), 398.
- Phạm, T. L., & Nguyễn, T. N. A. (2014). **Assessing Customer Satisfaction and Service Quality A Vietnamese Context.** *VNU JOURNAL OF ECONOMICS AND BUSINESS*, 30(2).
- Priyo, J. S., Mohamad, B., & Adetunji, R. R. (2019). **An examination of the effects of service quality and customer satisfaction on customer loyalty in the hotel industry.** *International Journal of Supply Chain Management*, 8(1), 653-663.
- Ramya, N., Kowsalya, A., & Dharanipriya, K. (2019). **Service quality and its dimensions.** *EPRA International Journal of Research & Development*, 4(2), 38-41.
- Shrestha, P. M. (2021). **Impact of Service Quality on Customer Satisfaction and Loyalty.** *Management Dynamics*, 24(2), 71-80.

الملحق (1): الاستبانة

السيدة/المحترم/ة

تحية طيبة وبعد:

نقدّم لحضرتكم الاستبانة الآتية وهي عبارة عن مجموعة من العبارات في إطار
دراسة ميدانية بعنوان:

"دور جودة خدمة مستودعات الأدوية في تحقيق رضا العملاء" وذلك بغرض إتمام
إنجاز بحث علمي في إدارة الأعمال من كلية الاقتصاد - جامعة البعث.

يرجى منكم التكرم بقراءة عبارات الاستبانة بشكل جيّد ثم الإجابة عليها بموضوعية
ودقّة لما لذلك من أهمية كبيرة في صحّة النتائج التي سيتوصل إليها الباحث، علماً
أنّ الإجابات ستستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

مع جزيل الشُكر لتعاونكم

إعداد

حيّان أحمد ناصر

الجزء الأول: جودة الخدمة .Service Quality.

جودة الخدمة: تعتبر مقياساً لمدى تلبية أو تجاوز الخدمة لتوقعات العملاء، وإنها تضمن التفوق العام، الموثوقية، الاستجابة، الفعالية الشاملة للخدمة التي تقدمها منظمة أو فرد.

- الملموسية.

موافق تماماً	موافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق أبداً	العبارة	
					تمتلك مستودعات الأدوية تجهيزات حديثة تمكّنها من تقديم الخدمات بكفاءة.	1
					تمتلك مستودعات الأدوية وسائل نقل تساعد في تلبية طلبات الصيدالة.	2
					تتوفّر لدى مستودعات الأدوية ظروف عمل هادئة وموظفين جديين غير منشغلين عن تقديم الخدمة.	3

- الاستجابة.

موافق تماماً	موافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق أبداً	العبارة	
					تقدم مستودعات الأدوية الخدمة السريعة والفقورية فيما يتعلّق بخدمة الاستعلام على أرقام هواتف المستودع.	4
					تتوفّر الجاهزية الدائمة لدى مستودعات الأدوية لتحديد وحل مشاكل الصيدالة.	5
					تتوفّر السرعة لدى مستودعات الأدوية في تلبية طلبات الصيدالة.	6

• التعاطف.

موافق بشدة	موافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	العبارة	
					يوجد اهتمام عالٍ من قبل إدارة وموظفي مستودعات الأدوية بالصيادلة.	7
					يتميز أسلوب تعامل الموظفين في مستودعات الأدوية باللباقة كالتهذيب.	8
					تتوفّر الجديّة في السعي لحلّ مشاكل الصيادلة.	9

الجزء الثاني: رضا العملاء Customers Satisfaction.

رضا العملاء: مقياساً لمدى مطابقة الوعود المتوقّع تقديمها في الخدمة والأداء الفعلي
المنقذ لهذه الخدمة.

موافق بشدة	موافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	العبارة	
					أشعر بالسعادة من السرعة في تقديم الخدمات (تنبيت الطلب، توزيع الأدوية وغيرها).	10
					أشعر بالثقة فيما يتعلّق بتعاملاتي المالية مع مستودعات الأدوية.	11
					أشعر بالرضا حول سرعة وطريقة حل المشاكل.	12

شكراً جزيلاً لتعاونكم