

مجلة وارث العلمية

مجلة علمية محكمة (فصلية) تعنى بنشر البحوث العلمية

رقم الايداع في دار الكتب والوثائق
المكتبة الوطنية: بغداد 2297 لسنة 2018م

المجلد الخامس - العدد (13)

رقم الصفحة	اسم الباحث	عنوان البحث	ت
1 - 16	Asst. Prof. DR. ALI QASIM HASAN AL-OBAIDI Nouran Khalil Tariq	Diagnosing Factors Affecting on the Quality Level of Auditing Evidence and Its Reflecting of The Effectiveness for Accounting Information System.	1
17 - 39	Basim Mohammed Mahraj Raid Hassan Ali Ahmed jamal kadhim Rana Emad Jabbar	Adopting international auditing standards to improve the : audit profession in government institutions	2
40 - 52	مثنى سعد ياسين أ.د. علاء احمد حسن	توظيف الانماط الاستراتيجية بمراحل ادارة الازمات في اطار الاستقرار الشعوري للقادة: دراسة تحليلية في وزارة الصحة العراقية	3
53 - 68	أ.م كفاح عباس محييد احمد محمود كتاب	دور مهارات القائد الاستراتيجي في تعزيز الثقة بين العاملين دراسة ميدانية لآراء عينة من العاملين في المديرية العامة لتربية صلاح الدين	4
69 - 79	سامر فارس احمد أ.م.د عامر علي حمد	أثر المرونة الاستراتيجية في البراعة الاستراتيجية دراسة استطلاعية لآراء عينة من القيادات الإدارية في الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية في سامراء	5
80 - 99	عذراء هادي العامري أ.د علاء فرحان طالب أ.د فيصل علوان الطائي	دور النزاهة التسويقية في تعزيز ادارة خيرة الزبون دراسة تحليلية لآراء عينة من مديري شركات الاتصالات في العراق	6
100 - 118	أ.د اكرم محسن الياسري أ.م.د عادل عباس عبد حسين خمانل كامل محمد الطائي	دور الموضوع الاستراتيجي في الاداء الريادي - دراسة استطلاعية تحليلية لآراء عينة من مديري شركة الاتصالات المتكاملة في العراق (اسياسيل)	7
119 - 130	أ.م كفاح عباس محييد عمار حمود هيفي	الاستشراف الاستراتيجي ودوره في تعزيز التغيير التكنولوجي دراسة استطلاعية لآراء عينة من القيادات الإدارية في دائرة صحة صلاح الدين	8
131 - 149	أ.م.د ليلي محسن الحكيم م. علاء حسين فاضل الطرفي أ.م.د احمد عبد الله اماتة الشمري أ.م.د حسام حسين شياع السلامي	الدور الوسيط للسلوك الابداعي في تعزيز العلاقة بين الريادة الاستراتيجية وتحقيق الإزدهار التنظيمي	9
150 - 167	مصطفى مؤيد عبد الوهاب أ.د ناجي عبد الستار محمود	دور المناخ الاخلاقي في تعزيز السمعة التنظيمية دراسة استطلاعية لآراء عينة من الأطباء والمرضى الراقدين في مستشفى صلاح الدين العام	10
168 - 182	أ.م.د.آمال كمال حسن البرزنجي محمد عبد الحر علق	السلوك الابداعي وتأثيره في رضا الضيف:دراسة تحليلية لعينة من مدراء فنادق الدرجة الاولى في اربيل	11

183 - 193	محمد جواد احمد الحمداني أم.د ثامر عكاب حواس السراي	دور العمليات الاجتماعية لخلق المعرفة في استثمار الفرص التسويقية - دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في مجموعة مصانع الألمنيوم PVC - كركوك	12
194 - 222	أ.د صفاء تايه محمد حسين غصون ناصر حلي	استراتيجيات التسويق المصرفي واثرها في تحقيق نمذجة سلوك الزبون في محافظة ذي قار- دراسة استطلاعية تحليله لعينة من مدراء مصرفي الرافدين والرشيد	13
223 - 241	م . ياسمين قاسم الخفاجي أ.د علاء فرحان طالب أم.د سحر عباس مهدي	تسويق متعدد الثقافات ودوره في نمذجة سلوك الزبون بحث تحليلي لآراء عينة من العاملين في مدينة سيد الاوصياء للزائرين بمحافظة كربلاء المقدسة	14
242 - 260	م. حسين علي عبد الله أ.د محمود فهد الدليمي أم.د احمد عبد الله امانه	تأثير الادارة الرشيقة في تعزيز جودة الخدمة التعليمية بحث تحليلي لآراء اساتذة وطلبة الدراسات العلیاء في كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة جامعة كربلاء	15
261 - 275	م.م. أحمد ناصر عباس الدعمي م.م. آلاء سالم مهدي السعدي م.م. علي رزوقي عبود	توظيف بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة في قياس الاداء الاستراتيجي المستدام	16
276 - 296	م.م. ليلى جواد حسين المسعودي أم.د. د أمال كمال حسن البرزنجي	الاتصالات التسويقية وتأثيرها في دوافع السفر دراسة استطلاعية لآراء عينة من مدراء الشركات السياحية في محافظة بغداد	17
297 - 308	امينه رشيد جابر	تعزيز ادارة سلسلة التوريد الخضراء بالاعتماد على نظم تخطيط موارد المنشأة في الشركات الصناعية المساهمة العامة - دراسة استطلاعية لعينة من العاملين في الشركات الاردنية	18
309 - 329	أ.د صلاح مهدي جواد الكواز م.د سعود سعد جاسم منشد الغزي	دور تقنية محاسبة استهلاك الموارد في ادارة الكلفة - دراسة تطبيقية - في شركة اور العامة / معمل القابلوات والاسلاك الكهربائية	19
330 - 355	أ.د. صلاح مهدي جواد الكواز ايمان عبد الرحيم عبد الكريم المياحي	تحسين قيمة المنتج بتوظيف تقنية الكلفة على أساس الاداء الموجه بالوقت (دراسة تطبيقية)	20
356 - 373	أم.د. سرمد عبد الجبار الخير الله مروة محمد هادي	أثر سعر الصرف في تحفيز كفاءة الأداء المالي للمؤسسات المصرفية	21
374 - 395	أم.د. علي احمد فارس م. لمياء علي إبراهيم	تحليل علاقة المحددات الداخلية بالربحية وتأثيرها في الاستقرار المصرفي - دراسة تحليلية لعينة من المصارف العراقية الخاصة المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية للمدة (2005-2020)	22

396 - 409	أ.م.د انوار عباس هادي الهنداوي انتصار محمد جواد سعيد البغدادي	تأثير ادارة الارباح على قيمة الشركة - دراسة تطبيقية لعينة من المصارف العراقية المدرجة في سوق العراق للاوراق المالية	23
410 - 421	م.د مؤيد محمد عبد عيد	قياس علاقة نسبة تغطية السيولة لبازل 3 على العائد على حقوق الملكية والعائد على الموجودات في المصارف التجارية الامريكية "دراسة حالة مصرف جي بي موركان"	24
422 - 432	م. علياء كاظم عيال م. مصطفى سلام عبد الرضا	أثر الاحتياطات الفائضة في العمق المصرفي في العراق - العراق دراسة حالة للمدة (2004-2021)	25
433 - 455	أ.م.د فهد مغيث حزيان الشمري	العوامل المؤثرة على محو الامية الاقتصادي - بحث استطلاعي لعينة من المستجيبين	26
456 - 466	أ.د محمد حسين كاظم حنين جليل ابراهيم	استخدام نموذج (IOM) في قياس فاعلية الانفاق العام على توزيع الناتج المحلي الاجمالي في العراق لسنة 2020	27
467 - 493	سجي محمد سلمان أ.د جليدة عيدان حليحل	تقويم الأداء الاجتماعي والبيئي للوحدات الاقتصادية في ظل متطلبات التنمية المستدامة - دراسة تطبيقية في مصانع الزيوت النباتية	28
494 - 510	نور عامر حرب البزون أ.د عواد كاظم شعلان الخالد	التقدير البيزي لدالة البقاء لتوزيع Consul Kumaraswamy dist.	29
511 - 519	صفا نجاح عبد الأمير أ.د شروق عبد الرضا سعيد السباح	مقارنة طريقتي (WLS & CVM) لتقدير معلمات توزيع توزيع احتمالي Inverted Topp Leone- exponential مع المحاكاة	30

Diagnosing Factors Affecting on the Quality Level of Auditing Evidence and Its Reflecting of The Effectiveness for Accounting Information System.

¹Asst. Prof. DR. ALI QASIM HASAN AL-
OBAIDI
Al-Nahrain University - College of Business
Economics
Baghdad, Republic of Iraq
[Email: alialobidi633@gmail.com](mailto:alialobidi633@gmail.com)

² Nouran Khalil Tariq
Al-Nahrain University - College of Business
Economics
Baghdad, Republic of Iraq
[Email: nurankhalel@gmail.com](mailto:nurankhalel@gmail.com)

ABSTRACT

This study seeking to identify the relationship between the quality level of auditing evidence and the effectiveness of accounting information system. Study based on main hypothesis that state diagnosing and analyzing the most important factors that can effect on quality level of audit evidence that are collected before starting the tasks of audit engagement can reflect in a number of results, including obtaining high quality evidence that contributes to facilitating the task of judgment the effectiveness accounting information system and the outputs it produces for the audited entities. in order to reach the objectives of the study and test its hypotheses, a questionnaire was formulated by the researcher and distributed to sample of the study (107 respondents) represented by a group of external auditors serving in audit offices in the Republic of Iraq, then collect and analyze data using a set of statistical methods and tools, and discuss the results that has been achieved.

The study reached a number of conclusions, the most important of which is that one of the most important factors that can affect the quality of the audit evidence that is collected is the level of knowledge and the accumulation of experience for the external auditor who is responsible for collecting such evidence at the academic and professional level, as the impact of this factor on the task of distinguishing useful from non-useful evidence in process of judging the fairness of the financial statements.

Keywords: Quality Level of Audit Evidence, Accounting Information System AIS , External Auditor , Financial Statement , Business Entities.

Structure of The Study

1.1. Study Problem

The problem of the study is that despite the significant role that audit evidence plays in facilitating the tasks of the external auditor in judging the credibility and fairness of the outputs of the accounting information system represented by the financial statements that are audited, on the other hand, the external auditor is required to observe accuracy in the process of collecting and selecting such evidence, by diagnosing a group of factors that have a direct impact on the quality level of evidence collected, including accumulation knowledge and experience in audit profession, sources of evidence and the quality of the internal control system for the audited entity.

The problem of study can be embodied through the following questions, which represent the most important factors that affect the quality of the audit evidence collected:

- Does the highest degree in knowledge and experience for the external auditor at the academic and professional level contribute to facilitating the process of distinguishing useful evidence from those that are not useful for the purposes of professional judgment?
- Does the evidence that obtained from external sources more reliable (more convincing) and less volume than those that can be obtained from internal sources to the audited entity?
- Does the efficient and distinguished internal control system able to reduce the time, effort and cost in the process of collecting evidence by the external auditor by applying the cost-benefit trait, in a manner that the cost of collecting such evidence does not exceed the benefits derived from it?

1.2. Study Hypothesis

The study is based on a main hypothesis that state “diagnosing and analyzing the most important factors that can effect on quality level of audit evidence that are collected before starting the tasks of audit engagement can reflect in a number of results, including obtaining high quality evidence that contributes to facilitating the task of judgment the effectiveness accounting information system and its output for the audited entities”.

From the main hypothesis the following subsidiary hypotheses can be derived:

- **H₁** There is a significant statistical correlation between the practice of diagnosing factors affecting the quality level of audit evidence and the effectiveness of the accounting information system.
- **H₂** There is a significant statistical influence of the practice of diagnosing factors affecting the quality level of audit evidence on the effectiveness of the accounting information system.

1.3.Objectives of the Study

The study aim to reach the following objectives:

- Formulating a conceptual framework dealing with the term of audit evidence and one of the most important accounting literatures that has increased significantly in recent times represented by the accounting information system.
- Identifying of the most important factors that can affect the quality level of audit evidence that is collected before starting the tasks of audit engagement.
- Clarifying the role that can play by distinguished audit evidence in judging the effectiveness of the accounting information system for the entities subject to audit and defining the nature of the relationship between them.

1.4.The Importance of Study

The study derives its importance from the importance of its variables that deals with, represented by audit evidence that considered the essence of audit profession as directly related to the task of judging the fairness of the financial statements and the extent of the success of the auditing practice. Also derives its importance by addressing one of the most important concepts related to information technology and accounting technology that is the accounting information system, which represents the outcome of the entity subject to audit, through which it can enhance confidence from the view of beneficiaries and reduce the audit expectations gap to the least possible level.

1.5.Study Methodology

the study adopted the deductive research approach to formulating , defining the paragraphs and chapters of the study and buildings their hypotheses, the descriptive analytical approach in diagnosing the nature of the relationship between quality of audit evidence (independent variable) and the effectiveness of accounting information system (dependent variable) through the analytical study that was conducted on a group of external auditors that serving in the auditing offices, then the inductive research approach to test the validity of the hypotheses and discuss the results of relationship between variables.

1.6.Means & Sources Of Study

The study relied on the following sources:

- Text books in English & Arabic language.

- Theses and dissertations that related to academic and professional studies at the local and global levels.
- Academic manuscripts and articles published in Scientific journals, local and international conferences & symposiums
- Internet sources.

1.7.Study Model

Depending on the main research problem and hypothesis, a study diagram was formulated, that describes the nature of the relationship between the study variables (independent variable) represented by the quality of audit evidence and (dependent variable) represented by effectiveness of accounting information system.

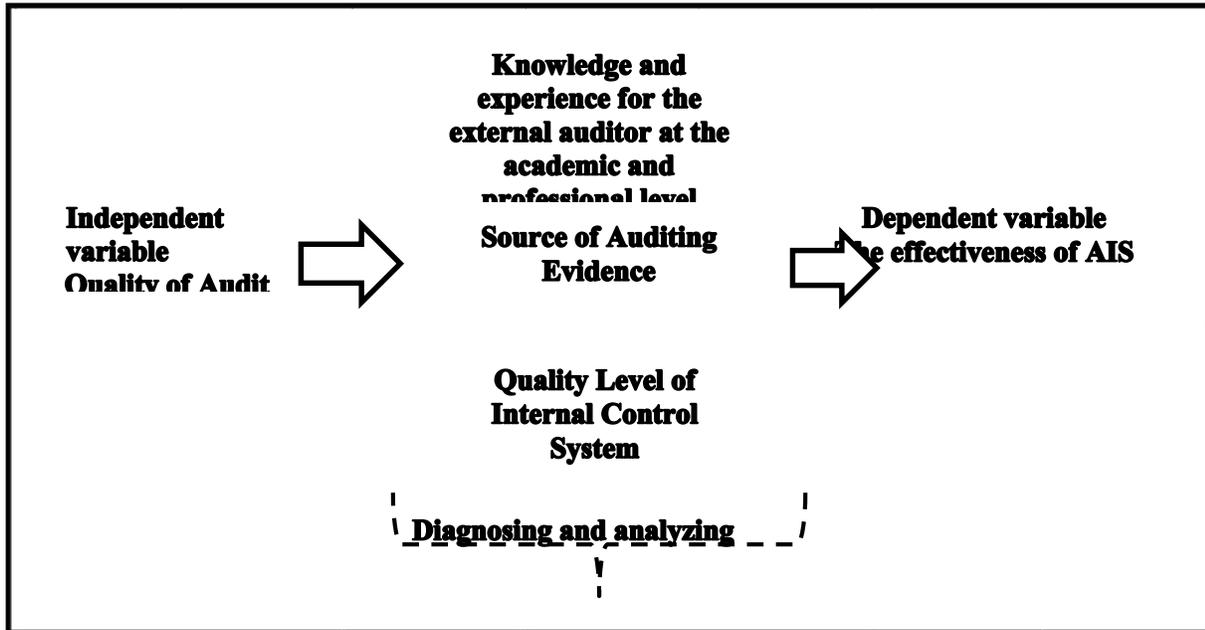


Figure 1.1. Study Model

Source (Prepared by the researcher based on study literature)

2.Literature Review

This section presenting the effort of authors and scholars that are related to the variables of study. For this reason, the current study variables are listed in the following subheadings:

2.1. The Concept and Type of Audit Evidence

The auditor usually form his opinion depending on the process of obtaining and collecting sufficient and appropriate evidence, which enables him to formulating a conclusion whether the financial statements of an business accurate , fair and away from any sort of fraud.

Hence, we can identify the term of audit evidence as “ is comprehensive information collected by an auditor or certified public accountant (CPA) it’s necessary in practicing of judgment on the fairness of financial statement for entity audited , its quality rely upon the quantity of such evidence and audit scope ”. (Greg Shields , 2020: p.40)

While (AL -Jamal , Jihan A. , 2014: p.15) considered audit evidence as “ a set of documents and other source that obtain by external auditor depending on a mix of examinations of company internal control and financial transactions in order to support the final opinion of auditor about the correctness of financial position and accounting reports for entity subject to audit”.

From above, the author define the term of Audit Evidence as “a correlated group of financial and non-financial paper that obtain by an auditor in cooperation with internal audit staff for the purpose of formulating audit report with high quality in a manner helps in strengthen the governance polices in interest of third party in protecting financial transaction from any form of theft or manipulating”

The table below summarizing the main types of audit evidence:

Table 2.1. The Type of Audit Evidence	
Inspection of document	This process can be used by auditor to examine the existence of financial and non-financial transaction.
Inspection of tangible assets	This process include a set of procedures to examine some assets and their conditions like examine motor vehicle, auditors may request to verify if it’s still working or not.
Observation	This is the process of seen the company’s staff achieving a particular control procedure.
Inquiry	Include process of asking the employees within company audited some

	question in written or oral form.
Confirmation	This process includes obtaining some information from third party as bank statement that obtains directly from company’s bank.
Recalculation	This process contains some mathematical calculation related to particular document in order to assurance the accuracy such document.
Analytical procedures	This process include relationship both financial and non-financial data, evaluation of trends, ratios.

Source: prepared by author depending on (<https://assignmentpoint.com/auditing-evidence-definition-characteristics/>)

2.2.Sufficiency and Reliability of Auditing Evidence

Sufficiency of audit evidence is considered as a main tool of identifying and measuring the quality of evidence. Before auditors could start to judge the financial statements as a whole or any part, they need to make some assurance about the evidence they obtain whether is sufficient enough with appropriate quality to conclude. Audit evidence is sufficient when they are presented in adequate quantity. For example, if an auditor was given just one bank statement of a company, it would not be enough to make any conclusions on the financial standing of that company. So, an auditor applies different audit procedures to obtain sufficient audit evidence like observation and analytical producers. (Seokyoung H. , 2020 : p. 372).

Evidence obtained by the auditor also required to owns the trait of reliability, because all evidence is persuasive rather than conclusive, and we cannot consider such evidence completely trusted for formulating a final auditor opinion. Reliability seeks to determine whether or not the any document can be trusted and counted on for forming an opinion. (AL -Jamal , Jihan A. , 2014: p.23)

In addition to qualities that mentioned above, the source of obtain evidence plays critical role in determination the quality of such evidence.

The table below determines the impact of the sources of obtaining audit evidence on the quality level of that evidences.

Table 2.2. The Sources and Quality of Audit Evidence	
Sources of Evidence	Quality level of Audit Evidence
Auditors	Evidence obtained directly by auditors, through direct Inquiry, analytical procedures, Recalculation and confirmation is more accurate than those obtained indirectly.
External Source	Evidence obtained from an external source is more reliable more than internal due to its objectivity to third parties.
Internal Source	Evidence that depends on an effective internal control more useful than from internal control that contains many weak points.
Written Evidence	Written data in the form of the document is more truthful than the oral form of data.
Original Document	Original document is more relevant than those of the copy one.

Source: prepared by author depending on (Greg Shields , 2020: p.53)

2.3.The Concept of Accounting Information System

Accounting information systems can be define as “an integrated group of individuals, equipment and documents that interact with each other within a specific framework, according to a set of instructions and procedures, in order to process data and transform it through operational processes into useful accounting information that meets the needs of the different users”. (Marshall B. Romney & Paul J. Steinbart, 2021, p.78)

It also can be define as “a process of capturing, processing and storage of accounting data by adopting a computer-based method for tracking accounting activity in conjunction with information technology that used by internal users in order to report information to investors, creditors, and government”. (Debian, M., & Abdul-Latif, N. , 2015: p.111)

While (Abu Lehiya, 2015: pp. 24-25), define the term of accounting information system through the following indicators:

- ✓ The system consists of a set of physical and moral parts.
- ✓ Each system has a specific goal that it seeks to achieve.

- ✓ Each system has a enormous set of policies and procedures that interact with other parts to achieve the desired goal of the system.
- ✓ The system mainly consists of three basic phase: inputs, processing, and outputs.
- ✓ Each system has a specific framework and each system has an internal and external surrounding environment.
- ✓ All systems have the main objective of presenting information to decision makers at the appropriate time to make the best decisions, whether these users are internal or external.

Therefore, it can be said that the accounting information system mainly performs several main functions, which are as follows :(Mutee', Yasser S. , 2007: p. 62).

- Collecting and saving data related to the organization's activities in efficiently and effectively way.
- Processing, sorting, classification and summarization of financial and non-financial data.
- Providing useful accounting information to decision makers.

From the definitions that mentioned above, the author define AIS as following “An integrated and comprehensive set of data, human and financial resources, programs, and devices that interact with each other within a certain framework of directives, standards and guidelines to produce and deliver accurate, efficient and timely accounting information to decision makers inside or outside the business entity to help them make the best decisions”.

2.4.The Components of an accounting information system

The accounting information system, as part of a unified set of information systems, treated as tangible physical system like other systems. So, the most important components of the accounting information system can be presented as follows: (Debian, M., & Abdul-Latif, N. , 2015: p.127)

- 1- Processing Unit: It is the physical tools through which raw data is converted into useful accounting information. This process may be done either by electronic computer or manually.
- 2- Database: It contains all the data that has been saved, whether on magnetic disks and cylinders, or through accounting records.
- 3- Procedures and Instructions: It is a series of instructions that follow the steps of processing raw data within the system and are accomplished either electronically or manually.
- 4- Units of Data entry and Data exit: They are the means used in saving and retrieving data and information, whether they are stored automatically or manually.

- 5- Other resources: These are the cost of the initial investment, the fixed assets that set up the system, and human resources (accountants, IT designer involved in designing the accounting information system).

2.5.Characteristics and Factors Affecting The Accounting Information System

There are several characteristics of the accounting information system must possess, the most important of which can be summarized as follows: (Al-Mousawi, Ali F., 2016: p.31)

- 1- Effectiveness: It means meeting all the needs of the interested users to make the best decisions in a timely manner.
- 2- Efficiency: It means the optimal use of resources.
- 3- Reliability: It means the extent to which the credibility of the information provided by the system is relied upon.
- 4- Relevance: It means the extent to which the information is related to the desired objectives of the system.
- 5- Simplicity: It means ease of use, processing and avoid complexity in all procedures to solve any problems that may occur.
- 6- Flexibility: the system's ability to deal with all circumstances that may occur inside or outside the system.
- 7- Monitoring: It means the ability of the administration to monitor the functioning of the system and take the best corrective decisions.
- 8- Comprehensiveness: It means that, the information (outputs) meet all the objectives to be achieved.

With regard to the factors influencing the accounting information system, (Marshall B. Romney & Paul J. Steinbart, 2021, p.90) identified three main factors that significantly affect the accounting information system, which are: Organization strategy, information technology and organization culture, As the technological evolution have a direct impact on changing the duties and design of the information system, as the appearing of the electronic computer led to a significant change in the work of the system as a whole. The process of data and information recording became through electronic programs, which provided many benefits to business organizations. On the other hand, the organization has the task of understanding this modern strategy to keep pace with developments and how to apply it to the practical reality. Therefore, it can be said that these three factors have an impact on the accounting information system and this system has an impact on these factors, meaning there is a reciprocal relationship between them.

3. Research Methodology

To achieve the study goals and test its key hypothesis , the researcher designs and adopts a survey for this analysis by creating a questionnaire that includes a set of questions aimed at the respondents to develop, appropriate data and properly analyze it. it involves a collection of questions that fit the respondents' expectations and opinions. The sampling method used in this study is simple random sampling as there is no distinction between employers within the company; the selected population of this study consists of 107(external auditors) who working in auditing offices in the republic of Iraq and they have the same opportunity to participate in this process. In terms of the questionnaire structure, it consists of two parts, the first section include demographic data for respondents while the second section relates to studying and analyzing the data of the study and examining, testing its main hypotheses.

To get specific answers, all questions were better listed and explained to the respondents in full. The questionnaire consisted of 50 questions from which the external auditor is required to choose the option to be deemed acceptable by using the 5-likert scale to tick appropriately. Only the 107 completely completed out of 120 questionnaires given, and only used for data processing. The questionnaire was submitted, and subsequently collected electronically on time by implementing the Google form application.

3.1. Demographic data for respondents

This section of the analysis offers general knowledge on the respondents. The key information includes; gender, educational qualification level, years of work experience and professional jobs.

Table.3.1. Public Information of Respondents.		
Data	Frequency	Percentage
Gender		
Male	79	73.8 %
Female	28	26.2%
Total	107	100%
Qualification		
B.Sc.	12	11.2%
Higher diploma	5	4.7%
M.Sc.	28	26.2%

Ph.D.	62	57.9%
	107	100%
Scientific Specialization		
Accounting	19	17.8 %
Accounting and financial control	3	2.8%
Accounting and Auditing	8	7.5%
Chartered Accounting	75	70.1%
Banking and Financial Sciences	1	0.9%
Business Administration	1	0.9%
	107	100%
Working Experience		
Below 5 years	17	15.9 %
5 - 10 years	18	16.8%
11 - 20 years	26	24.3%
20 years & above	46	43%
	107	100%
Professional job.		
Licensed Chartered Accountant	98	91.6%
Unlicensed Chartered Accountant	9	8.4%
	107	100%

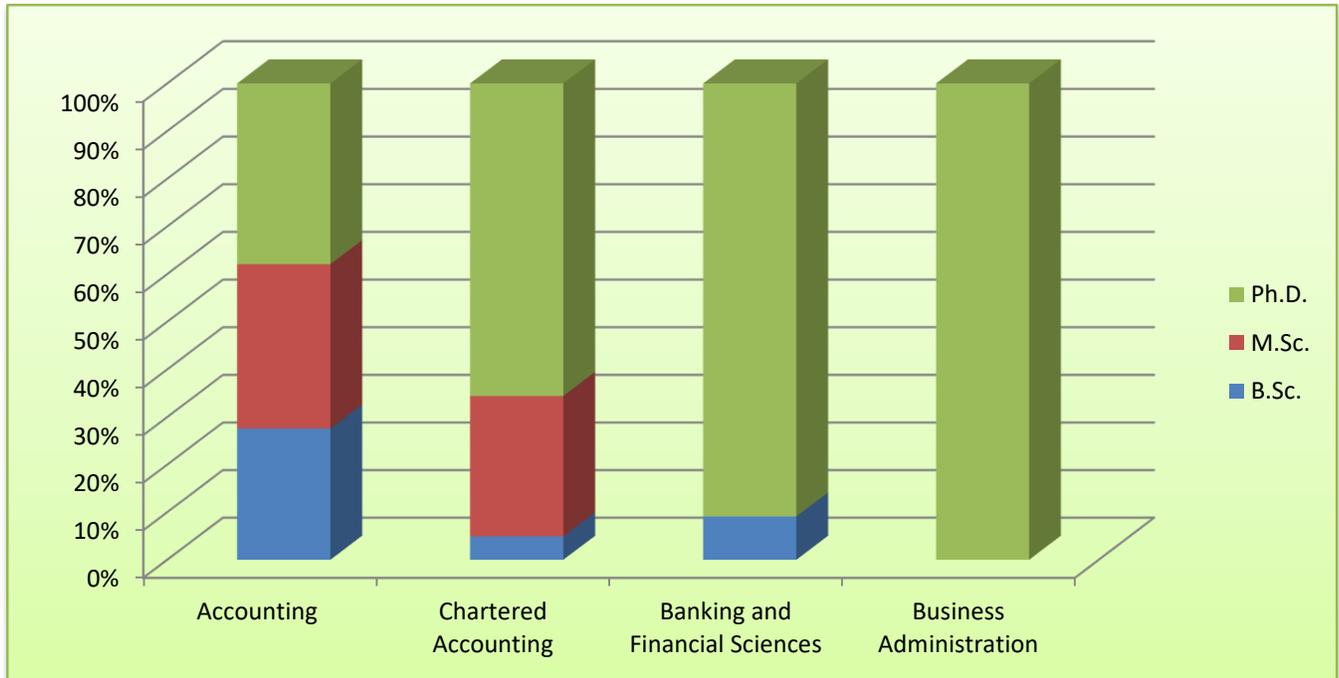


Figure 3.1. Scientific Specialization & Qualification of Selected Sample

Source (Prepared by the researcher based on data presented)

3.2. Testing of Hypothesis and Results

This part include the testing of hypothesis of study, a particular statistical method was used by the researcher to summarize, analyze and testing relationships between study variables as simple linear Correlation and simple linear regression.

One – sample t-test

One – sample t-test is the test of the arithmetic mean with the hypothetical mean. The test compares the arithmetic mean with the hypothetical mean. If the arithmetic mean is bigger than the hypothetical mean, this means that the moral degree is in favor of the arithmetic mean, that is, the application of the section is positive, but if the arithmetic mean is smaller than the hypothetical mean, this means that moral degree is in favor of the hypothetical mean, that is, the application of the section is in the negative way, i.e. the reverse.

Table.3.2. One – Sample T-Test & Arithmetic Mean				
	arithmetic mean	standard deviation	T-Distribution Table	indication
Examination and testing of the degree of compliance with the application of the international standard of evidence.	3.92	0.49	19.39	positive
Examination and testing of factors affecting the appropriateness and sufficiency of audit evidence.	4.01	0.48	21.94	positive
Examination and testing of the degree of relevance of the evidence collected.	4.05	0.47	23.39	positive
Examination and testing of the effectiveness of the accounting information system.	3.97	0.52	19.26	positive

Testing of hypothesis 1

- **H₀** There is no a significant statistical correlation between the practice of diagnosing factors affecting the quality level of audit evidence and the effectiveness of the accounting information system.
- **H₁** There is a significant statistical correlation between the practice of diagnosing factors affecting the quality level of audit evidence and the effectiveness of the accounting information system.

Table.3.3. Testing Statistical Correlation Of Study Variables				
Correlation coefficient value	Correlation test via t-test value	Degrees of freedom in t-test	T-Distribution Table	indication
0.75	11.62	105	1.97	There is a direct correlation

From the table above, it is noted that The Correlation test via t-test value was (11.62) that is bigger than its tabulated value at the level of significance (0.05) and a degree of freedom in t-test (105), which is (1.97). This indicates the rejection of the null hypothesis and acceptance of the alternative hypothesis that states “There is a significant statistical correlation between the practice of diagnosing factors affecting the quality level of audit evidence and the effectiveness of the accounting information system”.

Testing of hypothesis 2

- **H₀** There is no a significant statistical influence of the practice of diagnosing factors affecting the quality level of audit evidence on the effectiveness of the accounting information system.
- **H₂** There is a significant statistical influence of the practice of diagnosing factors affecting the quality level of audit evidence on the effectiveness of the accounting information system.

Table.3.4. Testing Statistical Influence of Study Variables						
Constant value	beta coefficient t value	R Square R ²	F value	Degree s of freedom	F - Distribution Tables	indication
1.11	0.74	0.56	133.22	105	3.96	there's influence

From the table above, it is noted that F value (133.22) that is bigger than F - Distribution Tables at the level of significance (0.05) and a degree of freedom (105), which is (3.96). This indicates the rejection of the null hypothesis and acceptance of the alternative hypothesis that states “There is a significant statistical influence of the practice of diagnosing factors affecting the quality level of audit evidence on the effectiveness of the accounting information system”.

through the results of correlation and regression, in which all the sub-hypotheses were examined and accepted, as well as the results of the one sample t-test, all of which were also accepted in a positive way, we conclude from that the proof of the main hypothesis, which states:” “diagnosing and analyzing the most important factors that can effect on quality level of audit evidence that are collected before starting the tasks of audit engagement can reflect in a number of results, including obtaining high

quality evidence that contributes to facilitating the task of judgment the effectiveness accounting information system and its output for the audited entities”.

4. Conclusions & Recommendations

Based on the findings of this analysis the researcher made the following conclusions:

1. One of the most important factors that can affect the quality of the audit evidence that is collected is the level of knowledge and the accumulation of experience for the external auditor who is responsible for collecting such evidence at the academic and professional level, as the impact of this factor on the task of distinguishing useful from non-useful evidence in process of judging the fairness of the financial statements.
2. The quality level of audit evidence is greatly affected by the source of obtaining that evidence. It can be said that the evidence that can be obtained from external sources is more accurate and fair than other can be obtain internally from the entity audited.
3. The strict and effective internal control system for the entities subject to audit needs less evidence in terms of cost, volume and effort, compared to the incoherent internal control system and this factor reflected positively on the quality level of evidence and on the effectiveness of the accounting system for those entities.
4. The adoption of technological applications and tools in accounting and auditing is considered as one of the critical factors that can affect the task of the external auditor in the process of collecting evidence of high quality, as these techniques can be used in many procedures followed in collecting such evidence, especially with regard to analytical procedures and examination of tangible assets.
5. The characteristic of the sufficiency and reliability of the evidence that is collected does not mean that such evidence has the absolute accuracy in judging the fairness and credibility of the financial statements, because as such evidence may lack the feature of appropriateness in terms of the degree of its relation with the information to be audited or the feature of understandability in terms of the complexity level of evidence that collected in a way that is reflected in the quality level of the auditor's final report.

REFERENCES

First - Textbooks

1. AL -Jamal , Jihan A. , (2014) , Auditing in the electronic environment , 1st Edition , University Book House, Al Ain, United Arab Emirates.

2. Debian, M., & Abdul-Latif, N. , (2015) , Approach to the analysis and design of accounting information systems - project resource planning systems , University Education House, Alexandria, Egypt.
3. Greg Shields , (2020) , Auditing: The Ultimate Guide to Performing Internal and External , 2ND Edition , Bravex Publications , USA , 102 Pages.
4. Marshall B. Romney & Paul J. Steinbart, (2021) , Accounting Information Systems , 15Th Edition , Pearson Education , USA , 848 Pages.
5. Mutee', Yasser S. , (2007) , Accounting Information Systems, 1st Edition, Al- Safaa house for printing , publishing and distribution, Amman, Jordan.

Second - Theses & Dissertations

6. Al-Mousawi, Ali F., (2016) , The Electronic Accounting Information System and Its Role In Enhancing The Security of Financial Information, Master's Thesis in Accounting, College of Administration and Economics, Al-Qadisiyah University, Iraq.
7. Abu Lehya, Ahmed F. , (2015) , The Extent of The Efficiency of The External Auditor's Skills In Collecting and Evaluating The Evidence In Light of The Computerized Information Systems Environment , Master's Thesis in Accounting and Finance, College of Commerce, Islamic University, Gaza, Palestine.

Third - Scientific & Academic Journals

8. Seokyoung H. , (2020), Auditors' workload and audit quality under audit hour budget pressure: Evidence from the Korean audit market, International journal of Auditing, Volume26, Issue3 , Pages 371-387.

Fourth - Internet Sources.

9. Auditing Evidence (Definition, Characteristics) , (2020): Retrieved from <https://assignmentpoint.com/auditing-evidence-definition-characteristics/>

Adopting international auditing standards to improve the : audit profession in government institutions

Basim Mohammed Mahraj*¹

أ.م.د. باسم محمد مرهج

basammohammed2014@mu.edu.iq

University of Al-Muthanna: College of Administration and Economics

جامعة المثنى: كلية الإدارة والاقتصاد

Raid Hassan Ali²

أ.م.د. رائد حسن علي

Raid@mu.edu.iq

University of Al-Muthanna: College of Administration and Economics

جامعة المثنى: كلية الإدارة والاقتصاد

Ahmed jamal kadhim³

احمد جمال كاظم

ahmedjamal@mu.edu.iq

University of Al-Muthanna: College of Administration and Economics

جامعة المثنى: كلية الإدارة والاقتصاد

Rana Emad Jabbar⁴

رنا عماد جبار

University of Al-Muthanna: College of Administration and Economics

جامعة المثنى: كلية الإدارة والاقتصاد

Abstract

The research aims to provide a theoretical framework on international auditing standards. The impact of international auditing standards on the audit profession in Iraq. Keeping abreast of the most important developments that occurred in international auditing standards and the organizations that issued them.

The deductive and inductive approach was adopted and a questionnaire was designed and distributed to employees at the University of Al-Muthanna for the purpose of reaching acceptable results that lead to achieving the objectives of the research and proving its hypotheses. The function of the audit profession has evolved in line with these changes and to meet its needs, as it has become an independent objective advisory function that contributes to enhancing the effectiveness of managing the economic unit and achieving its goals by improving the performance of its operations and imposing control over them, through the role played by the internal auditor as an advisor to the senior management. Therefore, the researcher recommends subjecting the internal control system in the economic unit on an ongoing basis to monitoring and evaluation through the presence of efficient internal auditing devices capable of taking on the tasks of examining the efficiency and effectiveness of the internal control system in it to face the developments and changes that accompany the implementation of the operations of the economic unit and to submit proposals that aim to achieve the benefit of the work.

1.Introduction

Today's business world is witnessing several changes and developments in various technological, economic and social fields, as well as the steady trend of globalization in these areas and the necessary need to facilitate, protect and preserve capital that moves between the economies of different countries. As accounting is the language of business, it has played - and must play - an important role in unifying the procedures and processing of financial data

for companies operating in different countries, and this was reflected in the issuance and development of international accounting standards by the International Accounting Standards Committee (IASC), and in the same direction, the International Audit Applications Committee (IAPC) of the International Federation of Accountants (IFAC) has issued many international auditing standards that regulate the audit profession, so this study will shed light on the factors affecting the application of international auditing standards in Iraq, whether these factors are internal (the internal environment of the organization) or External factors (the external environment of the organization), and the procedures followed in the performance of the audit profession for operations in the economic unit are carried out by the internal auditors following the steps of a fixed audit program or manual prepared according to the experience of the economic unit that is customarily used in the economic unit, and when a specific case appears that no Within this guide, the internal auditor uses personal judgments and accumulated practical experience, and this often leads to the creation of jurisprudence and difference in remuneration. Disagreements between internal auditors that generate inaccuracies and low confidence in the results of the audit profession.

Auditing accounts in government institutions is a profession governed by certain principles, rules and standards, and this profession becomes more complex from one period to another as a result of the complexity of business and financial, tax and legal problems, which has prompted many countries to pay attention to auditing standards in recent years and to use them to practice auditing, improve performance, and achieve a great deal. From compatibility in the personal judgments of auditors and working to raise the level of auditors' performance with a high degree of efficiency and effectiveness, the bodies in different countries sought to overcome the differences in the practice of accounting auditing between countries, and at the forefront of these bodies was the International Federation of Accountants represented by the International Audit Committee, which issued many guidelines Whether with regard to the auditors or the development of frameworks for auditing steps and procedures that work to standardize practices represented in international auditing standards, and for the purpose of familiarity with the various aspects of the subject, this research was divided into five sections. International and the third topic, it dealt with the theoretical framework of the audit and the third topic After that, I was concerned with the practical aspect of the research, then the study came out with a set of conclusions and recommendations in the fifth topic.

The first topic

2:Research Methodology

The research methodology is the first step that clarifies the scientific path of the research, as it will present the research problem that gave light in doing this research, then the goal that it seeks to achieve, and then the importance of the research, as well as the research hypothesis that will be clarified at the end of the research, and its limits The temporal and spatial sources of information that the researcher relied on in the investigation and presentation of the research information as follows:

2-1: research problem:

The problem of the research is that the procedures of the audit profession in Iraq are weak and not fully in line with international auditing standards, on the one hand and on the other hand, a statement of the most important changes that have occurred in international auditing standards and what are the reasons behind these changes and may eventually cause the loss of accounting protection as a result of non-accreditation Modern auditing standards that keep pace with accounting developments, making them unable to meet contemporary requirements, and the research problem emerges in the following question:

Will the adoption of international auditing standards improve the audit profession in government institutions?

2-2: Research objectives:

The research aims to achieve the following:

- .1 Providing a theoretical framework on international auditing standards.
- .2 Statement of the impact of international auditing standards on the audit profession in Iraq.
- .3 Keeping abreast of the most important developments that occurred in international auditing standards and the organizations that issued them.

2-3: importance of research:

The importance of the study comes from the increasing importance of the topic of international auditing standards globally, which is witnessing increasing interest by academic and professional bodies. direction. And clarifying the ways to overcome the factors that hinder these standards and to strengthen and support the factors that facilitate their application.

2-4: Research Hypothesis:

The research is based on a basic premise as follows: that the adoption of international auditing standards will lead to the improvement of the audit profession in government institutions. The following hypotheses are derived from this hypothesis:

- The laws, legislation, and principles that regulate government accounting in government institutions are sufficient to ensure good practice of international auditing standards
- Audited accounting information in accordance with international auditing standards provides feedback that improves the decision-making process.
- The existence of international auditing standards for which the auditor is obliged to be guided when performing the audit profession.

2-5: Limits of the search:

- Spatial boundaries: Al-Muthanna University was chosen.
- Time limits: The year 2020 AD was chosen.

2-6: Research community and sample:

The University of Al-Muthanna was chosen as a research community and the auditors were selected as a random sample for the purpose of conducting the research.

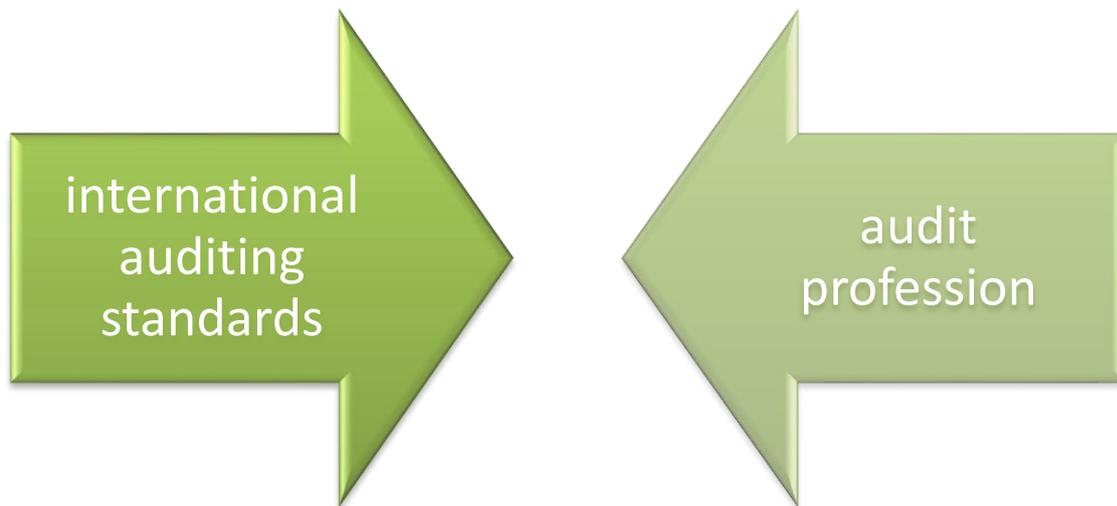
2-7: Research Methodology:

The researcher used the descriptive approach in dealing with the research problem and proving its hypotheses on the theoretical side to achieve the objectives of the research and relying on a set of research tools for the purpose of completing the requirements of the theoretical and field side of the research.

2-8: Techniques collecting data and information:

Reliance was placed on books, letters, theses, research and periodicals obtained from libraries as well as the Internet. On the practical side, a questionnaire was designed for the purpose of distributing it to the individuals, the research sample, and then analyzing it and reaching acceptable results.

2-9: search form:



Research form prepared by the researcher

The second topic

What are international auditing standards?

3: The concept and nature of auditing standards

The audit standards are a measure of professional performance, which is the model used in judging the quality of the work performed by the auditor (Sobh, 2006: 33). in evaluating audit

results. (Al-Gawhar, 1999: 30) Since standards are the basis for measuring performance for individuals and organizations, the standard is a desirable goal and required to be achieved, or it is a pattern that arises by custom or by public acceptance or is established through scientific, professional, governmental, or legislative authority, and that setting up The standard aims to create a basic basis for work that guides a group of people within the scope of their work conditions (Bameshmos, 2003: 30)

One of the most important basic components of any developed profession is the necessity of having certain standards or levels of performance that are recognized among the practitioners of this profession who work in its light and follow its guidance in all stages of work. 16) Where auditing standards are the guide for practitioners of this profession, the judiciary and the courts, in addition to that they prepare the guide for students and teachers of the science of auditing (Mahmoud, 2002: 12). In view of the importance of the profession of auditing, especially in giving more credibility to the accounting data, it has begun to think seriously about providing written rules and principles of practice for this profession so that it is easy to refer to them and abide by its provisions instead of what was customary and thus reduced the jurisprudence in this field and thus emerged the auditing standards, which It can be defined as: “the patterns that the auditor should follow in the performance of his task and that are logically deduced from the assumptions and concepts that support them” (Thomas and Henke, 1989: 52.)

3-1 : The emergence and development of auditing profession standards

Whatever the consensus or difference between historians about the emergence and development of the audit profession over time, but it is possible to define the concept and methodology of the modern audit profession, which was its beginnings in 1941 with the establishment of the Institute of Internal Auditors in Florida - America IIA, and with it and with its development, the concepts, methodology and mechanisms of the audit profession began to become clear, and he began to feel Internal auditors with a decent professional level (Sobh, 2007: 104.)

The Institute of Internal Auditors (IIA) is recognized around the world and is the leader and career guide for internal auditors in the areas of ratings, education, research and practice evidence for internal auditing.

In this direction, the Institute in 1974 formed committees to study and propose an integrated framework for the professional performance standards of internal auditing. In 1977, the committees completed their work and submitted a report on the results of their study. The report included multiple criteria for the development of the audit profession and its professional performance (Al-Gawhar, 1995: 15). (Khalaf, 2004: 21).

The Institute of Internal Auditors (IIA) has set five general standards for the IIA Practice Standards in 1993, which are: (The Arab Society of Certified Accountants, 2001: 231)

Table No. (1)

الموضوع		رقم المعيار
Independece	الاستقلال	100
Professional Proficiency	المهارة المهنية	200
Scope of Work	نطاق العمل	300
Preformance of Audit Work	اداء عمل التدقيق	400
Management of the Internal Auditing Department	ادارة قسم مهنة التدقيق	500

In 1999, the Institute's Board of Directors reached a new professional framework

New Professional Practices Framework As part of this framework, new audit standards were developed, effective from January 1, 2002, after which revision and amendments were made, effective from January 1, 2007. Under the priority of internal audit, primary and secondary divisions were placed under the two headings. the following two main ones: (Sobh, 2007: 108)

A- Standards for traits

New general attributes and job performance standards in 2001.

B- Standards for application and implementation Compliance with performance standards

These attributes are described in adjectives that describe an internal rating, and the attributes of internal standards of quality/can describe these qualities in general attributes. Performs audit work in the audit work in the way of internal and advisory activity that is used by internal auditors. The following tables show, the following table shows the following table, the following table shows the following table, the following table shows the following table:

Table (2) International Standards for the Professional Practice of Internal Auditing

Summary of the content of the standard	Standard No.	adjective criteria
The purpose, authority (authority) and responsibility of the internal audit activity must be formally defined and clarified	1000	* Objectives, Powers and Responsibilities of Internal Audit
	1100	Independence and objectivity
	1110	The independence of the company (administrative)
	1120	- Objectivity of individuals
	1130	Damage to independence or objectivity
Audits must be carried out efficiently and with professional care.	1200	* Rehabilitation and professional care
	1210	- Vocational qualification
	1220	- professional care

	123	Continuing professional qualification
There must be continuous development and improvement of the audit program and attention to the quality of the performance of the internal audit activity.	1300	* Quality improvement and assurance program
	1310	Quality / Quality Assessment Program
	1320	Reporting a quality program
	1330	Use of "Procedure" in accordance with "Standards"
	1340	Disclosure of inconsistency

A summary of the content of the standard	Standard No.	Implementation Standards
The audit manager must effectively manage the internal audit activity and pay attention to the planning phase to determine the priorities of the internal audit activity.	2000	* Managing the internal audit activity
	2010	- planning
	2020	- contact and consent
	2030	- Resource Management
	2040	- Policies and procedures
	2050	- coordination
	2060	Reporting to the board and senior management
The internal audit activity must evaluate and contribute to improving the processes of governance, control and risk management to help management perform its work efficiently and effectively.	2100	* work nature
	2110	- Risk Management
	2120	- settings
	2130	Governance (good governance)
Internal auditors must develop and document a plan for each engagement, including scope, timing, objectives, and resource allocations.	2,200	* Commissioning planning (task)

	2201	Planning considerations
	2210	Commissioning objectives
	2220	- Scope of commissioning
	2230	- Allocation of commissioning resources
	2240	Commissioning work program
Internal auditors must analyze and document sufficient information in order to achieve the objectives of the engagement.	2300	* Completion of the assignment (implementation of the audit assignment)
	2310	- Specify information
	2320	Analysis and evaluation
	2330	Documentation of information
	2340	- Supervising the assignment
When preparing the report, internal auditors must communicate the results of the audit	2400	* Reporting of results (delivery of the report)
	2410	Communication Standard
	2420	- Quality of communication (quality of the report)
	2430	Disclosure of mission and non-conformance with standards
	2432	Errors and omissions
	2440	- publish results
The audit manager must follow up on the implementation of the recommendations contained in the report.	2500	* Achievement control
The management's responsibility for not taking the recommendations of the internal auditor and the risks that may ensue as a result, and the actions taken by the internal auditor in this case should be determined.	2600	* Management of risk acceptance solution

The source is prepared by the researcher

It is noted through the previous presentation of the internal auditing standards, the extent of the ambition of the Institute of Internal Auditors (IIA) to expand the concept, scope and organization of the internal audit profession. On the part of the institute itself. Under the five standards of internal audit, primary and secondary divisions fall under the following two main headings: (Sobh, 2007: 108)

A- Attribute Standards: Attribute standards are concerned with the attributes of companies and individuals, i.e. auditors who perform the services of the audit profession. They include standards category No. 1000 to 1999.

B- Compliance Performance Standards are an expansion of the attributes standards, as they describe the nature of the audit profession services, as well as give a quality/quality standard through which the performance of those services and in general can be measured. It also describes the application of standards in certain types of auditing profession through the assurance and advisory activities carried out by internal auditors. The international auditing standards are also a homogeneous framework applicable to all international professional levels, which does not conflict with the generally accepted auditing standards and does not prevent any country from issuing its own auditing standards (Al-Hamid, 2007: 23)

In March 2009, the International Auditing Standards Board announced the completion of its extended program, which lasted for 18 months, to comprehensively review international auditing standards in order to improve their clarity. Understanding, applying and facilitating their translation (International Standards for Quality Control, Auditing, Auditing, Other Assurance Operations and Related Services, 2010)

3-2: Objectives of the audit standards

International auditing standards are applied when auditing financial statements and when auditing information and related services. The main objective of issuing them is to find professional levels and guidelines for auditing accounts and related services that are universally applicable. It also aims to determine how the audit function is exercised. The standards also have at least two basic functions (mashed, 2017: 18):

- A tool for communication and clarification of the nature of audit requirements for various categories
- A means of evaluating professional performance after performing the audit.

Thus, international auditing standards aim to increase the effectiveness of the auditor's work, and its scope is wide, as it includes all services performed by the auditor, including examination, confirmation and related services.

Fourth: The advantages offered by international auditing standards

International auditing standards have many advantages and benefits for audit offices and for users of financial statements or accounting in general, which are as follows (Maharusha, 2017: 18):

For audit offices, which adopt standards, the main benefit is to facilitate the space for these offices to operate at the international level, which requires certain conditions provided by

international standards, and the adoption of standards by offices makes the demand for their shares more, especially by foreign investors.

As for the users of financial statements, the advantages are to provide audit reports of high quality and comparable with other institutions in other countries. Also, the presence of these standards provides a minimum level of disclosure that helps users of financial statements in the process of making rational financial decisions, and audit reports prepared based on these standards are easier to understand and comprehend by foreign users of audit reports.

As for the accounting and auditing profession, international standards help to advance the profession in terms of providing qualified accountants who are able to work according to these standards in most countries of the world, and it also helps to standardize many audit procedures and terminology related to accounting and auditing between different countries. The adoption of international standards also helps to advance the profession of accounting and auditing in countries that do not have accounting and auditing standards of their own. International standards are also characterized by the fact that they were developed based on the conditions and needs of most countries and were not directed to specific countries, and are characterized by their acceptance by many countries. The world, thus facilitating the comparison of audit reports based on them for institutions from different countries

The third topic

Theoretical framework for checking

4: The concept and definition of the audit profession

The term “audit” is derived from the Latin word Audire, which means “to listen” because the accounts were recited to the auditor. The recording and auditing processes improved after organizing the accounts on the basis of the double method that was published in the book of the Italian scientist Luca Paciolo, which appeared in Venice in the fifteenth century in the year 1494 AD. (Juma, 2000: 7)

The audit profession arose as an inevitable result of economic development and its launch from the field of individual projects to the world of large projects. The administration's urgent need to provide an important means to assist it in accomplishing its tasks played a major role in creating this type of audit within the units. With the increase in the size of those units and the degree of complexity in them, this led to an increase in interest in the audit profession as a major component of the unit's internal control. The audit in its simple sense is nothing more than a work carried out by individuals to ensure the correctness of the performance of the work of other individuals, and it must be performed in a manner that takes into account certain bases, and the audit is carried out in the light of those bases, and the person conducting the audit should be other than the person who carried out the implementation, and be He has a great deal of knowledge and awareness of the nature of the work and how to do it

so that he can judge the correctness of doing it, otherwise the need for scrutiny will be eliminated. (Osman, 1999: 11)

4-1: Objectives of the audit profession

The success of any activity depends on To define the goals accurately and clearly and determine the means to achieve the goals, taking into account the effectiveness, efficiency and economics. This applies to the activity of the audit profession as the activity of evaluating the systems and the activities of all the establishment Since the audit profession is carried out after the implementation of the accounting operations, the discovery of fraud and errors and the control of accounting data represents the main objective of the internal audit, i.e. Verification to ensure the integrity of records, accounting data, and the preservation of the assets of the facility. (The Arab Society of Certified Public Accountants, 2001: 228) The development of the audit profession has been accompanied by a remarkable development in its objectives, verification and examination, as well as the degree of reliance on the internal control system. The American Institute of Internal Auditors has identified the objectives of the audit profession as follows: (Othman, 1999: 131)

- 1- Ensuring that the policies, plans and procedures established by the administration are implemented as they are without any deviation.
- 2- Auditing and evaluating the efficiency and effectiveness of the financial and accounting control methods followed by the facility.
- 3- Ensuring the availability of adequate protection for the assets of the facility against theft, embezzlement and extravagance.
- 4- Verify the reliability of the accounting and statistical data installed in the books and records of the establishment.
- 5- Performance evaluation at the level of responsibility centers.

4-2: The difference between the internal auditor and the external auditor

The ultimate goal of both the audit profession and the external audit after its development, is to raise the productive efficiency of the project and in different ways. (Nouri and Jawad, 1985: 23) However, there are basic differences that distinguish each of them from the other, and this can be seen through Table (3), which presents a comparison between the internal auditor and the external auditor- :

Table (3) A general comparison between an internal auditor and an external auditor

Subject matter internal auditor external auditor

external auditor	internal auditor	the topic
An independent contractor, who is not part of the company but is commissioned by the company, and is a recognized third party to perform external audit functions.	An employee of the company works full time and is part of the facility / or it can be an independent external company	functional relationship
Auditing financial statements, reviewing processes and controls in a sample manner.	Review review of all operations and controls in all aspects of the company's financial and non-financial.	comprehensiveness of work
It is incidentally and indirectly concerned with preventing fraud, but it is directly concerned when fraud has a significant effect on the financial statements.	Directly concerned with preventing or preventing fraud in all its forms in the activities subject to audit	cheat
Completely independent of the management and the board of directors, in fact, as in the state of mind.	Independent of the audit activities, but ready to respond to the needs of management.	independence
Periodic audit of records supporting the financial statements.	Ongoing review of activities	work patrol
Assigned as Voted upon in the General Assembly	Appointed by the Chairman and/or the Board of Directors or the Audit Committee	appointment
It gives an opinion on the financial statements and their application of local and international accounting standards, laws and regulations	It gives periodic detailed reports showing effectiveness, efficiency, profitability and the extent of commitment in the application of what is prepared and planned, laws and regulations.	Reports
Submitting a report on the financial statements. Submit a letter to the administration on the internal control system. Any other reports required by laws and regulations.	They provide their services to the company by helping it achieve its goals, improve operational processes, manage risks, internal control, and governance processes.	Services

Source (Sobh, 2007: 84)

5: Fields of the audit profession

For the purpose of achieving the diverse objectives of the audit profession, which includes all activities, it is necessary to follow different forms and practices of the auditing profession.

-1Financial audit: Financial audit means examining the internal control systems, data, documents, accounts and books of the project under audit, an organized critical examination with the intention of coming up with a neutral technical opinion about the fairness of the financial statements expressing the financial status of that project at the end of a known period of time and the fairness of its portrayal of the results of its work. of profit or loss for

that period, and it is the most common type of audit in use. An audit of the financial statements is conducted to determine whether the comprehensive financial statements conform to specific standards, and these standards are usually recognized accounting principles and according to the cash basic or according to any other accounting basis that suits the facility. The financial statements generally include: (Arens, Lubeck, 2002: 24)

Statement of financial position

Income statement

Statement of cash flow

List of notes attached with these Footnote lists

.2Operational Audit: Operational audit is a test of the efficiency and effectiveness of the use of resources in the completed work for the purpose of improving performance in additional practices and procedures to study any specific case outside the scope of the audit process. The importance of this type of audit has increased in the past decade, as it has begun to be seen as an advisory to management rather than an audit process. (Othman, 1999: 139)

.3Management Audit After the administration increased its request for more appropriate information about the progress of its operations and the results associated with them than what is found in the financial statements and as a result of the growth of economic units and the increase in their size and competition between units, the need for a new type of modern control has emerged. Or it is directed towards the activities of the administration and evaluating its activities in the performance of plans, policies and procedures. Therefore, a new type of audit has emerged, which is the administrative audit, and it means (the audit of the administrative aspects of the project to ensure that the management is moving the project towards achieving the maximum benefit or possible return at the lowest possible cost) (Abdullah, 2000: 13).

6: Duties of the Audit Committee

The Board of Directors delegates the responsibility for effective financial supervision to the Audit Committee in order to assume control and supervision, whether with regard to the integrity of the aspects of internal control or the operations of the audit profession or external. A committee called the Audit Committee or the Audit Committee shall be formed from members of the facility's board of directors and/or external consultants, provided that none of them has executive authority and that they are independent from management, and the number of committee members is not less than three, and that at least one Its members are experts in financial and accounting affairs.

Among the most important tasks of the Audit Committee are the following (Sobh, 2007: 69):

1- Evaluating the efficiency of the financial manager and the key financial management personnel.

2-Studying the internal control system, its sufficiency and effectiveness, and preparing a written report on its opinion in this regard.

3-Studying the financial statements before submitting them to the board of directors and making recommendations and expressing an opinion on them.

4-Studying the accounting policies used and expressing an opinion on them.

5 -Studying the audit plan with the External Auditor, making observations thereon, and following up the compatibility between the plan and the implementer.

6- -Studying the observations and recommendations of the external auditor on the financial statements and giving an opinion on them.

7- Evaluating the qualifications, performance and independence of the external auditor and proposing his fees.

The fourth topic

practical side

preamble

The mechanism of the audit profession process and its management in the economic unit, the research sample, can be summarized in the following: Based on the annual audit plan, the entity subject to audit is determined, which is called the audit or periodic inspection of branches and departments and perform special tasks according to work requirements or the requirements of higher management in addition to sudden inspections of branches the University . The field inspection process is carried out at the work site of the entity subject to the inspection, by issuing an order from the Department of Audit and Internal Control to form an inspection committee and assign them to audit the work of the departments affiliated with the Presidency and the colleges. that side. As for the desk audit process, it is a daily procedure through which statements and records are checked, checked, matched and verified.

6-1: Describe the sample resolution

This topic includes the analysis of the research variables at the level of the researched sample, based on the frequency distributions of the answers of the members of the research sample and their percentage to reach the arithmetic mean and the standard deviation for each paragraph of the questionnaire. Referred to the maximum value of the Likert scale (5) and is used to express the percentage of response or relative importance. Note that the standard hypothetical mean is (3), and the analysis of the paragraphs contained in the questionnaire for the research variables will be described through the responses of the researched sample in the light of the arithmetic mean, standard deviation, coefficient of variation and response ratios. The questionnaire included the following topics:

1- The first axis: it included general information about respondents on the paragraphs of the questionnaire, and it included the following (academic achievement, scientific specialization, length of service)

2-The second axis: It included the following:

- International Auditing Standards: This variable was measured through (11 paragraphs)
- The audit profession: It was measured through (11 paragraphs) as well. Table No. (4) presents a detailed description of the research sample.

Table (4) Research sample individuals according to academic achievement

ratio	Number	Certificate	No.
-	-	PhD	1
3	2	Master's	2
83	50	BA	3
14	8	diploma	4
-	-	middle school	5
100	60	The total	

Source: Prepared by the researcher

It is evident from Table (4) that the holders of a bachelor's degree for the sample occupied the highest percentage, reaching 83%, and it is noted that the holders of higher degrees occupied the few percentages, which amounted to 3%.

Table (5)

Persons of the research sample by scientific specialization

ratio	Number	Scientific specialization	No.
69	41	Accounting	1
15	9	Business Administration	2
8	5	Economie	3
8	5	Banking and Financial Sciences	4
-	-	other	5
100%	60	The total	

Source: Prepared by the researcher

In Table (5), the accounting major occupied the highest percentage, amounting to 69%, while the lowest percentage was equal to the majors of economics, financial and banking sciences, reaching 8%, and the specialization of business administration was 15%, which indicates that nearly a quarter of the number is far from the majors Auditing and accounting.

Table (6)

Personnel of the research sample according to years of service

ratio	Number	Years of service	No.
48	29	1 – 10	1
52	31	10– 25	2
-	-	25 - 35	3
-	-	36 and above	4
100%	60	The total	

Source: Prepared by the researcher

Table (6) reflects 48% of the sample members whose number of years of service ranged from one to 10 years, followed by the percentage of individuals whose number of years of service ranged between 10-25, which amounted to 52%, which indicates that the majority of employees are with accounting experience in the University.

6-2: The statistical methods used in analyzing the answers of the research sample:

The first axis: international auditing standards

This axis includes the following:

Table (7)Arithmetic mean and standard deviation of the first axis

standard deviation	Arithmetic mean	questions	ت
0.48	4.65	The adoption of international auditing standards in Iraq faces obstacles that prevent the application of these standards	1.
0.73	4.02	International auditing standards have all the accounting information, which is easy to understand for the average user.	2.
1.04	4.70	The use of international auditing standards in auditing the final accounts would make these accounts understandable by users.	3.
0.70	4.40	International auditing standards provide timely information for use in decision making	4.
0.71	4.50	The bodies concerned with financial reports work in accordance with international auditing standards in order to develop accounting processes to suit the needs and requirements of users.	5.
1.07	3.85	The presentation of audited financial reports according to international auditing standards will help in obtaining them easily by users.	6.
0.74	4.40	International auditing standards help users understand the nature of the activity of a government unit and the government as a whole	7.
1.26	3.80	Accounting systems prepared in accordance with	8.

		international accounting standards honestly reflect the facts and financial events that represent them.	
0.74	4.40	The audited information in accordance with international auditing standards presented by government units is public and can be viewed by everyone.	9.
0.67	4.45	The audited accounting information in accordance with international auditing standards provides feedback that improves the decision-making process.	10.
0.49	4.60	Accounting information contributes to correcting and enhancing decisions and ensuring their effectiveness.	11.

Source: Prepared by the researcher according to the results of the calculator

The table indicates the following:

□ Question (1) (The adoption of international auditing standards in Iraq faces obstacles that prevent the application of these standards obtained an arithmetic mean of 4.65 and a standard deviation of 0.48, which indicates the response of the research sample to the movement of the scale and a small dispersion in the answers.

□ Question (2) (International auditing standards have all accounting information, which is easy to understand for the average user.): He obtained an arithmetic mean of 4.02 and a standard deviation of 0.73, which indicates a clear response to the movement of the scale and a small dispersion in the answers, and this confirms that the internal auditor independent of the activities it audits.

□ Question (3) (The use of international auditing standards in auditing final accounts would make these accounts understandable by users.): He obtained an arithmetic mean of 2.70 and a standard deviation of 1.04, which indicates that the research sample did not respond to the scale movement and a high dispersion in the answers.

□ Question (4) (International auditing standards provide information at the right time to benefit from it in decision-making): he obtained an arithmetic mean of 4.40 and a standard deviation of 0.70, which confirms the response of the research sample with the movement of the scale and little dispersion in the answers.

□ Question (5) (The authorities concerned with financial reports work in accordance with international auditing standards in order to develop accounting operations to suit the needs and requirements of users.): He obtained an arithmetic mean of 4.50 and a standard deviation of 0.71, which indicates a clear response to the research sample to the movement of the scale.

□ Question (6) (The presentation of audited financial reports in accordance with international auditing standards will help in obtaining them easily by users). : He obtained an arithmetic mean of 3.85 and a standard deviation of 1.07, which indicates the response of the research sample with the movement of the scale and a high dispersion in the answers.

□ Question (7) (International auditing standards help users to understand the nature of the activity of the governmental unit and the government as a whole): He obtained an arithmetic

mean of 4.40 and a standard deviation of 0.74, which indicates a high response to the research sample with the movement of the scale.

□ Question (8) (The accounting systems prepared in accordance with international accounting standards honestly express the facts and the financial events that represent them.): He obtained an arithmetic mean of 3.80 and a standard deviation of 1.26, which indicates the response of the research sample with the movement of the scale.

□ Question (9) (The information audited in accordance with international auditing standards presented by government units is public and can be viewed by everyone..). He obtained an arithmetic mean of 4.40 and a standard deviation of 0.74, indicating a clear response to the research sample with the movement of the scale and a weak dispersion in the answers.

□ Question (10) (The audited accounting information in accordance with international auditing standards provides feedback that improves the decision-making process.). He obtained an arithmetic mean of 4.45 and a standard deviation of 0.67, which is a clear indication of a high response of the research sample with the movement of the scale and a small dispersion in the answers. Which means accepting the second research hypothesis.

□ Question (11) (Accounting information contributes to correcting and enhancing decisions and ensuring their effectiveness.): He obtained an arithmetic mean of 4.60 and a standard deviation of 0.49, and this is clear evidence of a very high response to the research sample with the movement of the scale and a very small dispersion in the answers.

The second axis: the audit profession

This axis includes the following:

Table (8) Arithmetic mean and standard deviation of the second axis

standard deviation	Arithmetic mean	questions	ت
0.38	4.82	The laws, legislation and principles that regulate government accounting in government institutions are sufficient to ensure good practice of international auditing standards	1.
1.01	3.80	The audit profession should be linked to the highest administrative level and independent of the executive departments.	2.
0.92	3.85	Preparing Iraqi auditing standards is more appropriate than applying the idea of international auditing standards in government institutions	3.
0.75	4.30	The internal auditor is tasked with organizing some accounting work, if necessary.	4.
0.87	3.90	There is compatibility between the government accounting	5.

		system applied in Iraq and international auditing standards	
1.10	3.95	In light of the current circumstances that Iraq is going through, there is a possibility to apply international auditing standards to its accounting systems	6.
0.99	4.32	The internal auditor verifies the compliance of the established systems with the laws and regulations that have an effective impact on the operations of the economic unit and prepares reports on them.	7.
0.63	4.60	Government financial reports should be published soon enough after events have been recorded to assist information users in carrying out their activities	8.
0.84	3.82	Information is comparable when those who use it are able to identify points of similarity and difference between two or more government units in a given period of time.	9.
0.93	4	The existence of international auditing standards for which the auditor is obliged to be guided when performing the audit profession.	10.
0.85	3.87	The accounting system in Iraq helps in improving the audit profession in the governmental unit and the government as a whole.	11.
0.49	4.75		

Source: Prepared by the researcher according to computer results

The table indicates the following:

□ Question (1) (The laws, legislation, and principles that regulate government accounting in government institutions are sufficient to ensure good practice of international auditing standards). He obtained an arithmetic mean of 4.82 and a standard deviation of 0.38, which indicates a clear and strong response to the research sample. Which means that the first sub-hypothesis is accepted.

□ Question (2) (The audit profession should be linked to the highest administrative level and independent of the executive departments.): He obtained an arithmetic mean of 3.80 and a standard deviation of 1.01, which indicates the response of the research sample to the movement of the scale and a high dispersion in the answers.

□ Question (3) (The preparation of Iraqi auditing standards is more appropriate than applying the idea of international auditing standards in government institutions): it obtained an arithmetic mean of 3.85 and a standard deviation of 0.92, which indicates the response of the research sample with the movement of the scale and a small dispersion in the answers.

□ Question (4) (The internal auditor is tasked with organizing some accounting work, if necessary.). He obtained an arithmetic mean of 4.30 and a standard deviation of 0.75, which confirms a clear response to the research sample with the movement of the scale and a small dispersion in the answers.

□ Question (5) (there is agreement between the governmental accounting system applied in Iraq and international auditing standards): he obtained an arithmetic mean of 3.90 and a

standard deviation of 0.87, which indicates a clear response to the research sample with the movement of the scale and a weak dispersion in the answers.

□ Question (6) (In light of the current conditions that Iraq is going through, there is a possibility to apply international auditing standards to its accounting systems): he obtained an arithmetic mean of 3.95 and a standard deviation of 1.10, which indicates the response of the research sample with the movement of the scale and a high dispersion in the answers.

□ Question (7) (the internal auditor checks the compliance of the established systems with the laws and regulations that have an effective impact on the operations of the economic unit and the preparation of reports on them.): He obtained an arithmetic mean of 4.32 and a standard deviation of 0.99, which indicates a strong response of the research sample with the movement of the scale And to scatter the answers.

□ Question (8) (Government financial reports should be published soon enough after the events are recorded to help information users carry out their activities): he obtained an arithmetic mean of 4.60 and a standard deviation of 0.63, which clearly indicates a strong response of the research sample with the movement of the scale.

□ Question (9) (The information is comparable when those who use it are able to identify points of similarity and difference between two or more government units in a certain period of time.): He obtained an arithmetic mean of 3.82 and a standard deviation of 0.84, which indicates the response of a sample Search with scale

□ Question (10) (The existence of international auditing standards for which the auditor is obliged to be guided when performing the auditing profession process.): He obtained an arithmetic mean of 4 and a standard deviation of 0.93, which indicates a clear response to the research sample with the movement of the scale and a weak dispersion in the answers. Which means that the third sub-hypothesis is accepted.

□ Question (11) (The accounting system in Iraq helps in improving the audit profession in the governmental unit and the government as a whole.): He obtained an arithmetic mean of 3.87 and a standard deviation of 0.85, which indicates the response of the research sample with the scale movement and a weak dispersion in the answers.

At the end of this axis, it can be concluded that the audit process according to the professional performance standards of internal auditing in the economic unit helps to raise the level of the audit profession and raise the efficiency of performing audit tasks in it. With an objective and independent opinion that the operations of the economic unit are monitored and scrutinized in an efficient and effective manner and provide credibility and confidence in the results of these actions at an acceptable level, which ultimately leads to achieving the main research hypotheses, which states that the adoption of international auditing standards will improve the audit profession in government institutions.

Fifth topic

Conclusions and Recommendations

7: the conclusions

1-As a result of the changes that have occurred in the business environment, which have had an impact on the audit profession, the audit profession has developed in line with these changes and in response to its needs, as it has become an independent objective advisory function that contributes to enhancing the effectiveness of the management of the economic unit and achieving its goals by improving the performance of its operations and imposing control over them. Through the role of the internal auditor as an advisor to senior management.

2- Both the audit profession and the external audit aim to raise the efficiency of performing administrative and operational work, in addition to evaluating the internal control system and reaching the accuracy and completeness of financial statements in different ways, despite the existence of basic differences that distinguish each from the other.

3-Forming an audit committee in the economic unit and assuming it the responsibility of following up and supervising the activity of the audit profession and organizing the transaction with the external auditor, which is among its competencies, would reduce the burdens placed on the board of directors and its chairman.

4-The proper and appropriate internal control system in the economic unit and comprehensive of all activities practiced by it, constitutes an essential part of the comprehensive economic unit control to prevent or reduce errors and risks that the economic unit may be exposed to through the administration's setting up of control systems based on rules and controls that control workflow in it.

5- It is noted from the Iraqi auditing standards and the international standards of auditing that they are few in number, but it can be said that the topics they dealt with are generally sufficient and appropriate, although they did not address the subject of the audit profession except to refer to it in some paragraphs contained within the guide.

6- International auditing standards included International Standard No. 610, which focused on the field of external auditor's accreditation on the audit profession's work as a tool for his work when it becomes clear to him the impartiality of the internal auditor and the efficiency of his work performance and the availability of evidence that supports the validity, honesty and objectivity of the audit profession.

8: recommendations

In light of the conclusions that were presented for this research, the researcher recommends the Iraqi economic and commercial unit the following recommendations:

1- The necessity of subjecting the internal control system in the economic unit (faculties affiliated with the University of Al-Muthanna) on an ongoing basis to monitoring and evaluation through the presence of efficient internal audit bodies capable of undertaking the tasks of examining the efficiency and effectiveness of the internal control system in it to face

developments and changes that accompany the implementation of the operations of the economic unit and to submit proposals that Aiming to achieve the benefit of the work.

2- The necessity of establishing and having internal audit departments in the branches of the economic unit that are administratively subordinate to the Director General, where reports are submitted to him on the progress and regularity of work in the various branches, and the head of this department must organize these departments and set the organizational structure for them.

3- The necessity for the audit profession bodies of the university and its affiliated branches to follow a set of approved foundations and standards in order to raise the level of the audit profession and raise the efficiency of the performance of its employees related to the practice of the audit profession such as independence, objectivity, professional competence, integrity, scientific excellence and a set of standards that represent the basic procedures for performing and managing the activity of the audit profession in order to A high level of performance is achieved in the audit work and reliance on it in achieving indicators of effectiveness, efficiency and economics in the audit process.

4- The necessity of activating the audit profession committees in the economic unit to take their role in detail in supervising and following up on the work of the audit profession through its non-executive members with experience in accounting and auditing, as their presence enhances the independence and quality of performance of the auditing profession's departments.

5- It is necessary for the departments of the economic unit to follow up on the recommendations of the internal auditor and to work on their implementation. Thus, the employees of the economic unit will know the amount of support enjoyed by the internal auditor from the highest administrative levels in it.

6- The need for the Iraqi economic unit departments to pay attention to the standards of the audit profession issued by the IIA for use by the internal economic unit auditors in the audit work and the need to increase the awareness of the internal auditors using these standards as they increase the efficiency of their performance and enhance confidence in the results of the audit profession and rely on it.

Sources

First: Arabic sources

1- Bamashmoh, Abdullah Ahmed Omar, International Auditing Standards and the Possibilities of Their Application in the Republic of Yemen, a thesis submitted to the Board of the College of Administration and Economics, and it is part of the requirements for obtaining a PhD in Accounting, Baghdad, 2003.

2- Al-Jawhar, Karima Ali Kazem, The Impact of Behavioral and Organizational Factors in the Auditing Profession and its Repercussions on Accounting Performance, a thesis submitted to the Board of the College of Administration and Economics, Al-Mustansiriya University, and it is part of the requirements for obtaining a Doctor of Philosophy degree in Accounting, Baghdad, 1995.

3- Khalaf, Salah Nouri, The importance of the audit profession and the extent to which the Financial Supervision Bureau relies on it as an external auditor, a paper submitted to the Council of the Higher Institute for Accounting and Financial Studies, which is part of the requirements for obtaining a legal accounting certificate, Baghdad, 2004.

4- Mahmoud, Naseer Abdul Latif, Challenges Facing the Auditing Profession in Iraq, Research Presented to the Board of Trustees of the Arab Institute for Certified Public Accountants, and it is part of the requirements for obtaining a legal accounting certificate, Baghdad, 2002.

5- The Arab Society of Certified Accountants, Publications of International Standards for the Practice of Audit and Assurance Works, and the Code of Ethics for the Profession of the International Federation of Accountants, Amman, 2006.

6- The Arab Society of Certified Accountants, Advanced Concepts of Auditing, According to the International Curriculum approved by the United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), Amman, 2001.

7- Mahrousa, What are two tables of Zuhair, The Role of International Auditing Standards in Improving the Professional Performance of Auditing, Aleppo University, 2017.

8-thomas and henke (1989): "2-Significance of Bank Specific and Macroeconomic Determinants on Performance of Indian Private Sector Banks" . International Journal of Economics and Financial Issues. Vol. 9, No.(2), pp. 168.

9-mashed (2017): "Significance of Bank Specific and Macroeconomic Determinants on Performance of Indian Private Sector Banks" . International Journal of Economics and Financial Issues. Vol. 9, No.(2), pp. 168-174.

10-juma (2000): "Effect of Non-Performing Loan on The Profit Ability of Commercial Banks in Nepal". Prestige International Journal of Management and Research, ISSN: 09746080, Vol. 10.

11-osman (1999): "The effect of non-performing loans on profitability of commercial banks". Case of Vietnam. aNational Economics University, Vietnam, Accounting.6, pp.373–386.

12-othman (1999): "The Effect of Credit Risk on Financial Performance of Deposit Banks In Turkey". ScienceDirect Procedia Computer Science 158 : 979–987.

13-nouri and jawad (1985): Impact of Internal and External Factors on Bank Performance in Pakistan. International and Public Affairs. Vol.2, No.(4), pp.66-77.

14-arens lubect (2002)."Rating Methodology ,Financial Institution's Ratings ".RAM .Holdings Berhad RAM Holdings Berhad RAM Ratings.

Second: foreign sources

1. Al-hamid , "Auditing Concepts for Achanging Environment", 3rd ed., Harcourt, Inc., 2007.
2. Abdullah . "Accounting information System- Essential Concepts and Applications, 4th ed., 2000
3. AICPA, Condification of Auditing Standards and Procedures, SAS. No 1, AICPA, Nov. 1972.
4. Basel Committee on Banking Supervision, internal Audit in Banking Organizing and the Relationship of the Supervisory authorities with internal and External auditors, 2000, www. Bis. Org.

توظيف الأنماط الاستراتيجية بمراحل ادارة الازمات في اطار الاستقرار الشعوري للقادة: دراسة تحليلية في وزارة الصحة العراقية

Employing Strategic Patterns In The Stages Of Crisis Management Within The Framework Of The Emotional Stability Of Leaders: An Analytical Study In The Iraqi Ministry Of Health

ا.د. علاء احمد حسن

Prof. Dr. Alaa Ahmed Hasan
Alaa_ahmed@uomosul.edu.iq
جامعة الموصل / كلية الادارة والاقتصاد
University of Mosul / College of
Administration and Economics

مثنى سعد ياسين

Researcher: Muthanna Saad Yaseen
Muthanna.s.y@uohamdaniya.edu.iq
جامعة الموصل / كلية الادارة والاقتصاد
University of Mosul / College of
Administration and Economics

المستخلص: سعت هذه الدراسة في أساسيات فلسفة أهدافها إلى استكشاف وقياس مدى زيادة فاعلية وتأثير توظيف الأنماط الاستراتيجية بمراحل ادارة الازمات في اطار الاستقرار الشعوري للقادة كمتغير معدل. وقررت مشكلتها بتساؤل رئيسي يحمل في طياته فلسفة فكرية نظرية وفلسفة عملية تطبيقية تدور في مساراتها حول هل تزداد فاعلية وتأثير توظيف الأنماط الاستراتيجية بمراحل ادارة الازمات في اطار الاستقرار الشعوري للقادة كمتغير معدل؟، ونتج منها فرضية رئيسية تمثلت في وجود تأثير تفاعلي (معدل) للاستقرار الشعوري في علاقة تأثير الأنماط الاستراتيجية في مراحل ادارة الازمات، واختير مركز وزارة الصحة العراقية مجتمعاً ميدانياً لتطبيق أطر الدراسة العملية وفلسفتها، والقيادات الإدارية العاملة بها عينة للدراسة مكونة من (400) مستجيب، واستخدمت الاستبانة بوصفها أداة رئيسية في جمع البيانات، وتم تحليلها بواسطة الحزمة البرمجية الجاهزة (SPSS V. 25) و(AMOS V. 25)، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من الاستنتاجات أبرزها: ان توفر الاستقرار الشعوري بدلالة أبعاده (الوعي الذاتي، التواصل وإدارة الصراع، والكفاءة الذاتية، والقدرة على التكيف، والبرمجة الذاتية) لدى القادة في المنظمة يؤدي إلى زيادة وتعديل فاعلية وتأثير توظيف الأنماط الاستراتيجية تأثيراً إيجابياً في مراحل إدارة الأزمات. وفي ضوء الاستنتاجات التي تم الوصول إليها اقترحت الدراسة مجموعة من المقترحات التي من شأنها معالجة السلبيات الظاهرة وتعزيز مكامن القوى الموجودة، ومن أبرز هذه المقترحات: ضرورة اعتماد المنظمات على الاستقرار الشعوري للقادة في توظيف الأنماط الاستراتيجية مجتمعاً ومنفردةً في تطبيق مراحل إدارة الأزمات؛ لأن وجود الاستقرار الشعوري إلى جانب الأنماط الاستراتيجية مجتمعاً أو منفردةً يزيد من تأثيرها الإيجابي ويعدله في مراحل إدارة الأزمات.

الكلمات المفتاحية: الأنماط الاستراتيجية، مراحل إدارة الأزمات، الاستقرار الشعوري للقادة.

Abstract: This study sought in the basics of the philosophy of its objectives to explore and measure the extent of increasing the effectiveness and impact of employing strategic patterns in the stages of crisis management within the framework of the emotional stability of leaders as a modifier variable. And she decided her problem with a main question that carries with it a theoretical intellectual philosophy and an applied practical philosophy that revolves in its tracks around whether the effectiveness and impact of employing strategic patterns increases in the stages of crisis management within the framework of the emotional stability of leaders as a modified variable? In the relationship of the influence of strategic patterns in the stages of crisis management, the center of the Iraqi Ministry of Health was chosen as a field community to apply the frameworks of the practical study and its philosophy, and the administrative leaders working with a sample for the study consisting of (400) respondents, and the questionnaire was used as a main tool in data collection, and it was analyzed by the software package (SPSS V. 25) and (AMOS V. 25), and the study reached a set of conclusions, most notably: the availability of emotional stability in terms of its dimensions (self-awareness, communication and conflict management, self-efficacy, adaptability, and self-programming) among leaders in The organization leads to increasing and modifying the effectiveness and positive impact of employing strategic patterns in the stages of crisis management. In the light of the conclusions reached, the study proposed a set of proposals that would address the apparent negatives and strengthen the existing strengths. The most prominent of these proposals are: the need for organizations to rely on the emotional stability of leaders in

employing strategic patterns combined and individually in applying the phases of crisis management; Because the presence of emotional stability alongside the strategic patterns combined or individually increases their positive impact and modifies it in the stages of crisis management..

Keywords: Strategic patterns, stages of crisis management, emotional stability of leaders.

1. المقدمة:

تُعدُّ الأنماط الاستراتيجية إضافة جديدة إلى أدبيات الاستراتيجية ونهج جديد للاستراتيجية يستهدف صانعي القرار الذين يُعدُّون أمعاء استراتيجيات منظماتهم في عالم يكون فيه الاختيار أمراً شاقاً (Hoverstadt & Ioh, 2017, ii) وليس هناك شيئاً يكون فيه الأمر شاقاً أكثر من الأزمات، إذ تتعرض المنظمات في عصر الأعمال الحالي إلى العديد من المواقف التي تسبب لها الأزمات، وهذه الأزمات تسبب أضراراً وتأثيرات سلبية على المنظمات لذلك تُعدُّ إدارة الأزمات إجراءً مميزاً وضرورياً لمتابعة أسباب الأزمة وعواقبها، والهدف منها هو تمكين القيادة من اتخاذ القرارات المناسبة التي تساعد المنظمات على التعافي من الأزمات والعودة إلى طبيعتها قبل حدوث الأزمة (Abdalla, et..al, 2021, 1)، وأن الاستراتيجيات المعتمدة قبل الأزمة لا تصلح أثناء الأزمة، لذا لا بد من تبني استراتيجيات جديدة تتسجم مع طبيعة الأزمة، ويوفر مدخل الأنماط الاستراتيجية العديد من الخيارات التي يمكن بها توظيف معطيات (القدرة، والمواءمة، والزمن) في مواجهة الأزمات وإدارتها بنجاح، وفي خضم الأزمات يعاني القادة من انفعالات عصبية واضطرابات تؤثر سلبياً على نجاحهم في إدارة الأزمات، ولذلك لا بد من أن يكون لدى هؤلاء القادة المسؤولين عن مواجهة الأزمات وإدارتها استقرار شعوري، إذ يُعدُّه (Bec & Becken) القدرة على إدارة التغيير والأحداث السلبية التي تؤثر على الحالة العاطفية (Bec & Becken, 2021, 5)، والاستقرار الشعوري سمةً للقادة الناجحون تحقق الثقة التي تضمن أجواء نفسية آمنة لهم ولفرقهم في مواقف الأزمات (provorova, et..al, 2021, 275)، وتسعى الدراسة الحالية إلى استكشاف مدى إمكانية توظيف الأنماط الاستراتيجية في نجاح مراحل إدارة الأزمات بالاعتماد على الاستقرار الشعوري للقادة كمتغير معدل، وللتحقق من هذا ستقسم الدراسة إلى ستقسم الدراسة إلى أربعة محاور يتضمن الأول منهجية الدراسة، والثاني الإطار النظري، والثالث الإطار العملي، وأخيراً الرابع اشتمل على أهم الاستنتاجات والمقترحات.

المحور الأول:

2. منهجية الدراسة

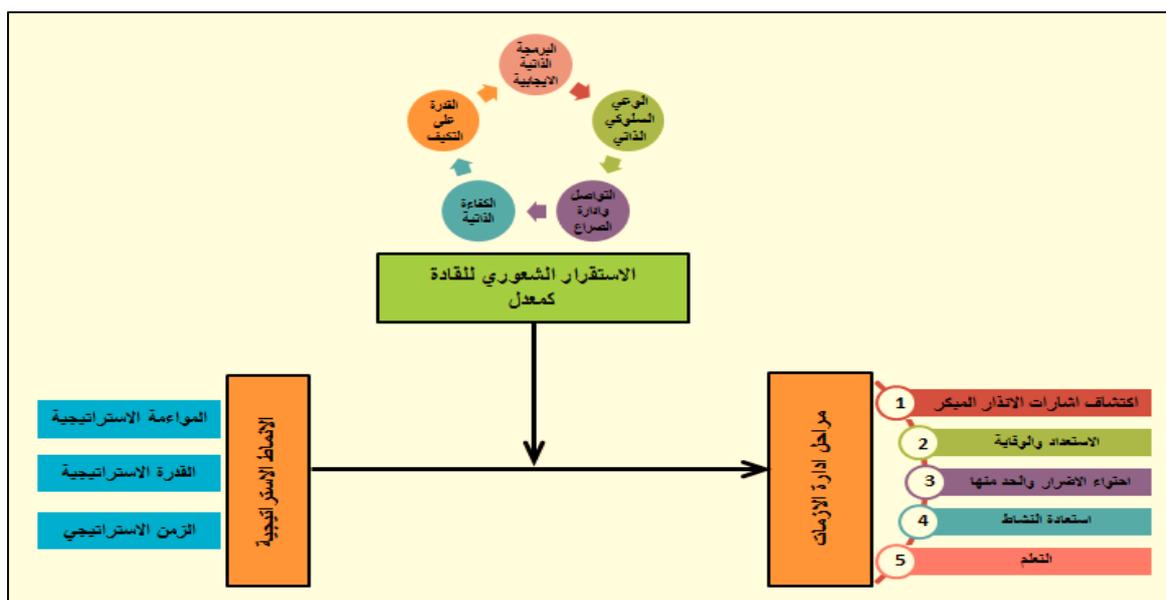
يتضمن هذا المحور الآليات التي بنيت على أساسها إجراءات الدراسة في مضامينها النظرية وتطبيقاتها العملية وفيما يأتي توضيح لهذه الآليات بمنهجية دراسية متكونة من:

2.1 مشكلة الدراسة: تُعدُّ إدارة الأزمات إجراءً هاماً وضرورياً يساعد المنظمات على التعافي من الأزمات (Abdalla, et..al, 2021, 1) وهذا المسوغ دفع في البحث عن ما من شأنه أن يساهم في نجاح مراحل إدارة الأزمات، إذ اختيرت الأنماط الاستراتيجية بوصفها منهج استراتيجي جديد، ومتغيرات استراتيجية حرجية يمكن أن تساهم في نجاح إدارة الأزمات ومرآتها، إذ عد (hoverstadt & Ioh, 2017, v) الأنماط الاستراتيجية بأنها مدخل ثوري لتطوير استراتيجيات الأعمال وفهم كيفية مناورة المنظمات لتغيير مواءمتها الاستراتيجية. والاستقرار الشعوري باعتباره احد السمات الضرورية التي يجب توافرها في القادة ولاسيما المسؤولين عن إدارة الأزمات، لأنه يحقق لها الاتزان وعدم الاضطراب والتخبط في اتخاذ القرارات، ويعتقد (Tay, et..al, 2021, 270) بأنه في الأزمات هناك حاجة لقيادة تتمتع ببصيرة ولها القدرة على المبادرة وتحمل المسؤوليات الاضافية، وهادئة عند العمل تحت الضغوط، وهذا ما نجده في الاستقرار الشعوري. ويرى (provorova, et..al, 2021, 276) بأن الاستقرار الشعوري يجعل القادة أكثر تأثيراً وفعالية في عملهم. ومن هنا سعت الدراسة لاستكشاف مدى إمكانية توظيف الأنماط الاستراتيجية في نجاح مراحل إدارة الأزمات بالاعتماد على الاستقرار الشعوري للقادة كمتغير معدل، ووفق هذا تتمثل مشكلة الدراسة في سؤال رئيس مفاده: (هل تزداد فاعلية وتأثير توظيف الأنماط الاستراتيجية بمراحل إدارة الأزمات في اطار الاستقرار الشعوري للقادة كمتغير معدل؟).

2.2 أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى استكشاف وقياس مدى زيادة تأثير توظيف الأنماط الاستراتيجية بمراحل إدارة الأزمات في اطار الاستقرار الشعوري للقادة كمتغير معدل. فضلا عن تحديد مستوى (الأنماط الاستراتيجية، مراحل إدارة الأزمات، الاستقرار الشعوري للقادة) في المنظمة المبحوثة.

2.3 أهمية الدراسة: تكمن أهمية الدراسة في التطرق إلى موضوع إدارة الأزمات وما من شأنه أن يساهم في نجاحها من أنماط استراتيجية واستقرار شعوري للقادة، الأمر الذي يُعدُّ بغاية الأهمية في ظل ما تعانيه المنظمات عامة والعراقية منها خاصة من أزمات تعصف بها بين مدةٍ وأخرى، آخرها أزمة جائحة فيروس كورونا التي انعكست تأثيراتها بشكل واضح على المنظمات وسببت لها العديد من الأزمات، فضلاً عن الأهمية التي نلخصها بما يأتي:

- 1- تتجلى أهمية الدراسة في تقديم اطر فلسفية فكرية ومنهجية عملية تساعد الجهات ذات العلاقة بمواجهة الأزمات على فهم وممارسة آلية توظيف الأنماط الاستراتيجية في نجاح مراحل إدارة الأزمات بالاعتماد على الاستقرار الشعوري للقادة وهذا من شأنه ان يعزز نجاح المنظمات في مواجهة الأزمات والحد من أضرارها.
 - 2- تنبثق أهمية الدراسة من أهمية متغيراتها المتمثلة في (الأنماط الاستراتيجية بوصفها احد أبرز المداخل الحديثة في أدبيات الاستراتيجية، وإدارة الأزمات بوصفها احد المداخل الإدارية التي لا يمكن الاستغناء عنها في ظل بيئة متغيرة مليئة بالأزمات، والاستقرار الشعوري للقادة الذي يعد احد سمات القيادة الناجحة) مما يعكس حاجة المنظمات لها وضرورة توافرها فيها وممارستها لها.
 - 3- تتبع أهمية الدراسة من أهمية القطاع الصحي الذي تستهدفه الدراسة، الذي يرتبط بحياة الناس، وانقاذهم من الموت، وتقديم الخدمات الصحية اللازمة لهم بجودة فائقة، وتوفير العلاج اللازم لهم اثناء الحاجة له، ووقايتهم من الأوبئة والحد من انتشارها، ولاسيما في ظل انتشار جائحة كورونا، الأمر الذي يستدعي تسليط الضوء عليه ودراسته لتحقيق التميز في أداؤها ونجاحه.
 - 4- تبرز أهمية الدراسة من تركيزها على إدارة الأزمات، وانسجامها مع العناية العالمي المتزايد في التركيز على المداخل والأساليب والوسائل التي يمكن من خلالها نجاح إدارة الأزمات في اكتشاف الأزمات ومواجهتها ومعالجتها والحد من آثارها وأضرارها، ولدورها الاستراتيجي في بقاء المنظمات وتفوقها استراتيجيا. ولاسيما بعد ظهور أزمة جائحة كورونا وانتشارها.
- 2.4 نموذج الدراسة:** ان الفلسفة التي على اساسها تم تصميم نموذج الدراسة تنبثق من نمذجة العلاقات بين متغيرات الدراسة بطريقة ممنهجة لمعالجة مشكلة الدراسة، وتحقيق الأهداف التي وجدت من أجلها، وتوضيح مسار العلاقات المنطقية والسببية والتفاعلية التي يمكن من خلالها صياغة الفرضيات التكاملية التي على اساسها ستبنى إجراءات الدراسة الفكرية والتطبيقية للتحقق من صحة فلسفتها، إذ تمثل الأنماط الاستراتيجية متغيرا مستقلا، وتم تحديد أبعادها وفقا لما طرحه كل من (Hoverstadt & Ioh, 2017, 14). وعتد مراحل إدارة الأزمات متغيرا معتمدا، وتم تحديد أبعادها وفقا لما جاء به نموذج (pearson and mitroff, 1993, 53). واعتبر الاستقرار الشعوري للقادة متغير معدل، وتم تحديد أبعاده استنادا إلى (Provorova, et.al, 2021, 275). والشكل التالي يوضح أنموذج الدراسة.



الشكل (1) أنموذج الدراسة

المصدر: من إعداد الباحث.

2.5 فرضيات الدراسة: استنباطاً من أنموذج الدراسة، وإثبات صحة العلاقات السببية والمنطقية بين متغيرات هذا الأنموذج صيغت الفرضية الآتية: يوجد تأثير تفاعلي (معدل) للاستقرار الشعوري في علاقة تأثير الأنماط الاستراتيجية في مراحل إدارة الازمات.

2.6 أساليب جمع البيانات: لاستكمال الأطر النظرية اعتمد الباحث على الأساليب الوصفية لأهم ما هو متوفر من المصادر العربية والأجنبية ذات الصلة المباشرة بأدبيات الدراسة. ولاستكمال اطر الجانب العملي اعتمد الباحث على الاستبانة بوصفها الوسيلة الرئيسة في جمع البيانات.

2.7 مجتمع الدراسة وعينتها: ان مجتمع الدراسة يتمثل في جميع القيادات الادارية العاملة في مقر وزارة الصحة العراقية من (المديرين، ومعاوني المدير، ورؤساء الاقسام، ومسؤولي الشعب)، وعينتها شملت (400) شخص منهم.

2.8 منهج الدراسة: استخدم المنهج الوصفي التحليلي في استكمال فلسفة الإجراءات الفكرية والعملية الخاصة بالدراسة.
2.9 الأساليب المعتمدة في التحليل الإحصائي: بهدف الوصول إلى النتائج المطلوبة من الدراسة، استخدمت نمذجة المعادلة الهيكلية (Structural Equation Modeling)، والتحليل المعدل (Moderation Analysis)، وأُعتمِدَ في تنفيذ هذه الأدوات على البرامج الجاهزة: برنامج (SPSS V. 25)، و(Amos V. 25)، وبرنامج (Mod-Graph V.3).

3. المحور الثاني الإطار النظري للدراسة

يهدف هذا المحور إلى عرض أهم الجوانب النظرية المتعلقة بالدراسة، وكما يأتي:

3.1 مفهوم الأنماط الاستراتيجية: يؤكد (simon haslam) رئيس كلية الاستراتيجية نقلا عن (Hoverstadt & Ioh, 2017, 3) بأن الأنماط الاستراتيجية تُعد إضافة جديدة إلى ادبيات الاستراتيجية ونهج جديد للاستراتيجية يستهدف صانعي القرار الذين يُعدون أمناء استراتيجيات منظماتهم، ويقدم إرشادات محددة في عالم يكون فيه الاختيار أمرا شاقا. وعد كل من (O'Toole & McGrath, 2018, 3) الأنماط الاستراتيجية بأنها استراتيجية متعمدة مقصودة ومدروسة تماما يتم مشاركتها وقبولها من جميع الجهات الفاعلة المعنية، أو استراتيجية ناشئة غير مقصودة تعتمد على أنماط من العمل المتناسق بمرور الوقت مع غياب النية لذلك، وأن المدخلين ليس كطرفين مختلفين (متطرفين) بل انهما يتبعان أنماط متسقة في سلوك مسار تطوير قدرات الشبكة للمنظمات. وادك كل من (Hoverstat & Ioh, 2017, 14) على ان الأنماط الاستراتيجية هي سلسلة مناورات للعناصر المختلفة من أجل تحقيق موامة جديدة للمنظمة مع البيئة أو للبيئة مع المنظمة، وتضم الأنماط الاستراتيجية ثلاثة أبعاد هي (الموامة، والقدرة، والزمن) ويكون مضمون المناورات الاستراتيجية في كيفية تغيير هذه الأبعاد باقتراوات هيكلية توفر للمنظمة العديد من التركيبات المحتملة التي تضمن لها الموامة الكافية مع البيئة، إذ يتمحور عمل بعدي القدرة والزمن بكيفية تحقيق هذه الموامة من خلال تغيير قدرة المنظمة وزمن عملها قياسا بالعوامل الأخرى، وكيفية موامتها مع بعضها بأسلوب مختلف في الموقف الاستراتيجي يحقق لها البقاء والميزات الأخرى.

3.2 أبعاد الأنماط الاستراتيجية: يذكر كل من (Srivastava & D'Souza, 2020, 314) بأن جميع المنظمات تمتلك واحداً من ثلاثة أنماط يمكن تمييزها من التوجه الاستراتيجي هي (المنقبون والمدافعون والمحللون)، وأن الموامة بين القدرات التنظيمية تسترشد بتوجههم الاستراتيجي، ويختلف المنقبون عن المدافعين أو المحللين في كيفية تحقيقهم لنجاح السوق. يسعى المنقبون إلى الحفاظ على ميزة تنافسية من خلال تعمد مجال سوق منتجاتهم. بينما يختار المدافعون والمحللون أسلوباً مختلفاً للنجاح في مجال سوق منتجاتهم، إذ إنهم يسعون جاهدين من أجل الكفاءة والتحكم في التكاليف الأمر الذي يتطلب منهم الحد من عروضهم والتركيز على تحسينات العملية. ويرى (Hoverstadt & Ioh, 2017, 44) بأن هناك ثلاثة أبعاد في منهج الأنماط الاستراتيجية وهي: (الموامة، والقدرة، والزمن)، وتشمل الموامة (التماييز، الامتداد أو التوسع، والدافع)، في حين تضم القدرة (التركيز، والقوة)، بينما يكون الزمن (أسرع، متزامن، وابطأ)، وتضم الأنماط الاستراتيجية على وفق (Anwar & Hasnu, 2017, 1) ثلاثة أنماط هي (الأنماط المتسقة، المرنة، والمتفاعلة). وأشار (Kuosa, 2011, 463) إلى ان هناك ثلاثة أنواع من الأنماط هي (القائمة، والمتغيرة، والناشئة)، ويفهم النمط على أنه شيء يتغير ويمكن تفسيره بالأساليب الكمية.

أمّا عن الأبعاد التي يرى الباحث بأنها تمثل أبعاد الأنماط الاستراتيجية فانه في هذا المجال يتفق مع رأي كل من (Hoverstadt & Ioh, 2017, 44) في الأبعاد التي طرحت منهم للأنماط الاستراتيجية، التي هي (الموامة، القدرة، والزمن)، ويضيف عليها الباحث بعدين آخرين هما (الإدراك الاستراتيجي، والتكنولوجيا الاستراتيجية) لأنّ بدون الإدراك الاستراتيجي الذي يتم من خلاله استشعار المؤشرات المحيطة، وفهم المواقف، وتفسير المعلومات وتنظيمها، وتصور البيئة وتحليلها لا يمكن للقيادات والمنظمات تحقيق الموامة واستخدام القدرات والزمن بكفاءة عالية وفاعلية ناجحة، وكذلك بالنسبة إلى التكنولوجيا الاستراتيجية إذ تستند عليها بيانات الأعمال المعاصرة، وعمليات الأعمال، وطرائق الإنتاج وجودته، والتفاعلات مع الزبائن والبيئة وغيرها، وصارت احد أبرز محاور نجاح المنظمات وبقائها، وبما انه يمكن استخدامها بأكثر من طريقة فهي نمط من أنماط الاستراتيجية. وبناءً على ذلك فإنّ أبعاد الأنماط الاستراتيجية وفق رؤية الباحث هي (الإدراك الاستراتيجي، القدرات الاستراتيجية، الزمن الاستراتيجي، التكنولوجيا الاستراتيجية، والموامة الاستراتيجية)، وأن الأبعاد التي ستعتمدها الدراسة الحالية في جانبها التطبيقي هي الأبعاد التي جاء بها كل من (Hoverstadt & Ioh, 2017, 44) التي هي (الموامة، القدرة، والزمن) لأنّ أغلب الدراسات التي اجريت على الأنماط الاستراتيجية تناولت هذه الأبعاد إما في فلسفتها الدالة في مضمونها على نفس معناها أو في مضمونها الدال في فلسفته على نفس معناها ممّا يعني هناك إجماع بين أغلب الباحثين على إن هذه الأبعاد تمثل الأنماط الاستراتيجية، والاتي توضيح لهذه الأبعاد:

1- الموامة الاستراتيجية: يشير (Waheeda, et..al, 2021, 286) إلى الموامة الاستراتيجية على انها قيام المنظمة بموامة الموارد والقدرات الداخلية مع البيئة الخارجية لخلق التوافق على المستوى التنظيمي، وتستخدم الموامة الاستراتيجية لتقييم الوضع الاستراتيجي الحالي والفرص المتاحة للشركة. وحدد كل من (Hoverstadt & Ioh, 2017, 36) معايير لتقييم المنهج المستخدم في تحقيق الموامة الاستراتيجية الجيدة مهما كان هذا المنهج المستخدم، واطلقوا على هذه المعايير (VORSL) التي هي (القيمة، الخيارات، المخاطر، التحفيز، التشبه). وثلاثة ابعاد للموامة الاستراتيجية هي (التماييز، الدافع، الامتداد).

2- **القدرات الاستراتيجية:** ذكر (Cöster, et..al, 2014, 9) ان القدرات الاستراتيجية هي الموارد والكفاءات اللازمة للمنظمة من أجل البقاء والازدهار، ويجب أن تكون موثوقة، والقدرات المدارة بشكل جيد تسمح للمنظمة باستغلال مواردها في تحقيق الربح. أمّا (Hoverstadt & loh, 2017, 90 - 102) فأشاروا إلى القدرة على انها: فروقات أو اختلافات في مواردها وقدراتنا ونشرها مقارنة بالآخرين من المنظمات، وحددوا احد عشر نوع للقدرات هي (القدرة السوقية، والقدرة الجغرافية، وقدرة العلامة التجارية، والقدرة التقنية، والقدرة العملياتية، وقدرة المهارات، الملكية الفكرية أو رأس المال الفكري، والقدرة المالية، وقدرة امتلاك المعايير، وقدرة العلاقات، وقدرة الهيكل التنظيمي). وبعدين اساسيين للقدرة هما (القوة، والتركيز). وبعدين داعمين للقدرة هما (الكتلة الحرجة، والخفة).

3- **الزمن الاستراتيجي:** عرف الزمن الاستراتيجي بأنه الفروق في سرعتنا ومعدل التغيير بالنسبة للآخرين، وأن للزمن الاستراتيجي عدة جوانب مثل سرعة العملية، وزمن صنع القرار، ومعدلات تحديث المنتج، لذا قد يكون عنصر فاعل أسرع من العناصر الأخرى في جانب وأبطأ في جوانب أخرى. وتحدد السرعة لكل عنصر فاعل (منظمة) بالنسبة إلى العناصر الأخرى عندما يكون هناك فرق في سرعة إجراءاتهم أو سرعة التغيير سواء كانت هذه السرعة استراتيجية أو عملياتية (Hoverstadt & loh, 2017, 47 & 70). ووفقا لقاموس (Oxford, 2011) عرف الزمن على انه التسلسل المستمر للوجود والأحداث التي تحدث في تتابع لا رجعة فيه على ما يبدو من الماضي، عبر الحاضر، إلى المستقبل.

4. **مفهوم الاستقرار الشعوري للقادة:** يرى (Provorova, et..al, 2021, 275) بان الاستقرار الشعوري سمة رئيسة للقادة الناجحون وله تأثيرًا إيجابيًا على الأداء التنظيمي والتغيير الاستراتيجي. وعرفه (Harrison, 2022, 1) بأنه سمة مرغوبة يمكن من خلالها تحمل المواقف الصعبة، والتعامل مع المحن، والبقاء منتجًا وقادرًا طوال الوقت. ومن هذا يرى الباحث بأن الاستقرار الشعوري هو: القدرة على إدارة الشعور وتنظيمه بتوازن يحقق التحكم في الانفعالات، وتحمل المواقف الصعبة، والتعامل مع المحن (الأزمات) والبقاء منتجًا وقادرًا طوال الوقت بكفاءة وهدوء وتفاؤل وثبات وثقة عالية بالنفس، والاستجابة بمرونة ورباطة الجأش والضبط الذاتي للتغيير ومواجهة التحديات وعدم اليقين، والتكيف مع البيئة باتخاذ القرارات الصحيحة.

4.1 **أبعاد الاستقرار الشعوري للقادة:** لا زالت أبعاد الاستقرار الشعوري محط بحث وتقصي بين الباحثين في مجال علم الإدارة والاستراتيجية، لتحديد أبعاد الاستقرار الشعوري التي يمكن ان تنسجم مع متطلبات الإدارة وفلسفة الاستراتيجية، ومهام القادة في المنظمات. خاصة وأن موضوع الاستقرار الشعوري انبثق من الأصول المعرفية لعلم النفس لكنه بدأ يأخذ حيز كبير في العلوم الإدارية والاستراتيجية بسبب ما تعانيه بيئة الأعمال المعاصرة من اضطرابات وظروف صعبة وأزمات متتالية وتحديات معقدة، وباعتباره احد أبرز ركائز نجاح القادة والعاملين في هذه المنظمات. والجدول (1) يوضح مجموعة من الأبعاد للاستقرار الشعوري على وفق رأي باحثيها.

الجدول (1) أبعاد الاستقرار الشعوري وفق آراء عدد من الباحثين

ت	الباحث، السنة، الصفحة	أبعاد الاستقرار الشعوري
1.	شحاده، 2022، 33	الضبط الانفعالي، والمرونة الانفعالية، والمواجهة الانفعالية.
2.	Bec & Becken, 2021,	التفاوض / التشاؤم، والهدوء / القلق، والتعاطف / اللامبالاة، والاستقلالية / الاعتماد، والتسامح / العدوان.
3.	Banerjee & Banerjee, 2021, 19	التوازن، والشجاعة، والأنا، والتحكم الشعوري، والعناية، والعصابية، واحترام الذات.
4.	Provorova, et..al, 2021, 275	الوعي الذاتي السلوكي، والتواصل وإدارة الصراع، والكفاءة الذاتية الشعورية والسلوكية، والقدرة على التكيف، والبرمجة الذاتية للموقف العقلي الإيجابي.
5.	Holsinger & Carlton, 2018, 91	احترام الذات، وضبط النفس، والثقة بالنفس، التعامل مع التوتر، والتعامل مع النقد، واتخاذ الإخفاقات بخطى واسعة.

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على المصادر الواردة فيه.

مما تم الإشارة إليه آنفاً من أبعاد للاستقرار الشعوري نستنتج أنّ هناك عناية متزايدة على مر السنين بموضوع الاستقرار الشعوري، ولاسيماً في السنوات الأخيرة ازدادت العناية به أكثر من الباحثين والمنظمات، وستستمر هذه العناية لما له من فوائد عظيمة على القادة والعاملين والمنظمات. وتتفق بشكل عام مع جميع الآراء المذكورة آنفاً من الباحثين حول أبعاد الاستقرار الشعوري وبشكل خاص مع ما جاء به (Provorova, et..al, 2021, 275) من أبعاد للاستقرار الشعوري لأنها أكثر انسجاماً مع تخصص الإدارة والاستراتيجية، وأكثر مضموناً لمفهوم القيادة وعملها، وأكثر واقعية لحاجة المنظمات المعاصرة، وأيضاً لأنها درست على القيادة وركزت عليها. واستناداً إلى أبعاد الاستقرار الشعوري التي تم عرضها يرى الباحث أنه من الضروري إضافة بعدين آخرين على الأبعاد التي قدمها (Provorova, et..al, 2021, 275) لتصبح أبعاد الاستقرار الشعوري على وفق وجهة نظر الباحث ما يأتي (الوعي الذاتي، والتواصل وإدارة الصراع، والكفاءة الذاتية، والقدرة على التكيف، والبرمجة الذاتية الإيجابية، والإدارة الشعورية، والمرونة)، واعتمدت الدراسة في جانبها العملي على (الوعي الذاتي السلوكي، والتواصل وإدارة الصراع، والكفاءة الذاتية، والقدرة على التكيف، والبرمجة الذاتية الإيجابية) وفيما يلي توضيح لهذه الأبعاد:

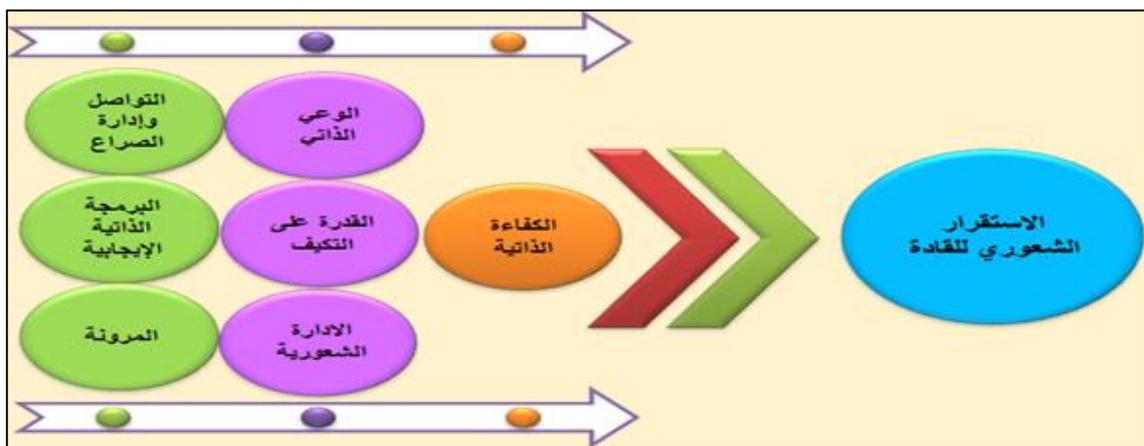
1- الوعي الذاتي: غالبًا ما يُنظر إلى الوعي الذاتي على أنه عنصر حاسم في القيادة والنجاح الوظيفي، أن أولئك الذين لديهم مستويات أعلى من الوعي الذاتي يكونون قادة أكثر فاعلية، ويتخذون قرارات أفضل. وعرف الوعي الذاتي بأنه عملية متعددة الأبعاد واستبطانية تُستخدم لإدراك أفكار المرء ومشاعره وقناعاته وقيمه والتدقيق فيها وفهماها بشكل مستمر مع استخدام هذا الفهم للوعي والأصالة في توجيه السلوك (Carden, et..al, 2022, 141 & 148).

2- التواصل وإدارة الصراع: التواصل هو عملية مشاركة المعلومات والمشاعر والعواطف والقيم بين شخصين أو أكثر بما يؤدي بكفاءة إلى تغيير إيجابي في سلوك جميع الأطراف المعنية (Parija & Adkoli, 2020, 5-9). وإدارة الصراع هي عملية التعرف على الصراع، وتحديد نوعه وشدته، وتقييم آثاره، وتحديد وتنفيذ استراتيجيات التدخل المناسبة وقياس نتائجها. وتهدف إدارة الصراع إلى الحفاظ على مستوى الصراع إلى الحد الذي يؤدي إلى منظمة ديناميكية وحيوية وإبداعية تشجع الأفراد على أن يكونوا مبتكرين ومنتجين. ويجب على المديرين تشجيع الصراع الوظيفي أو البناء ومكافحة الصراع المدمر (Mosadeghrad & Mojbfan, 2019, 2-3).

3- الكفاءة الذاتية: تؤثر الكفاءة الذاتية للفرد في تحديد مقدار الصلابة أمام المواقف الصعبة، ومقدار الجهد المبذول في نشاط معين، والمثابرة في مواجهة العقبات، وتعد الكفاءة الذاتية جانبًا مميزًا من جوانب الشخصية وهي تؤثر بشكل كبير في سلوك الأفراد وتصرفاتهم، وتعمل على تحديد السلوك المراد توجيهه، وتمثل معتقداتها متنبات أفضل للنجاح، وتؤكد على أنه لدى الفرد اعتقاد بقدراته على أداء المهام لتزيد من تركيزه وجهده، وأن الفرد لديه القدرة على ضبط سلوكه والتحكم به وبمشاعره وافكاره (ابوطيقية، 2020، 33).

4- القدرة على التكيف: تشير القدرة على التكيف إلى التنظيم المعرفي والسلوكي والشعوري للفرد في مواقف التغيير والشدّة وعدم اليقين، إذ يعكس التكيف المعرفي التغييرات أو التعديلات في التفكير استجابةً لمتطلبات الموقف الجديدة. بينما يعكس التكيف السلوكي التغييرات أو التعديلات في نوع وحجم وشدّة السلوك للتعامل مع الظروف الجديدة وغير المؤكدة، في حين يعتمد التكيف الشعوري على تعديل اتجاهات الاستجابة الشعورية النموذجية من أجل الاستجابة بشكل أكثر فعالية للحدّات وعدم اليقين في بيئة الشخص (Waldeck, et..al, 2021, 4).

5- البرمجة الذاتية الإيجابية: هي طريقة لتشكيل صورة العالم الخارجي في ذهن الفرد أي برمجة دماغ الفرد، وهي عملية متفاعلة تسمح للفرد بانتقاء خيارات محددة حول مناسبات تفكيره، وكلامه، وشعوره حيث أنه من الممكن استبدال البرامج المألوفة بأخرى جديدة وإيجابية (الطائي، والذبحاوي، 2016، 158). انظر شكل (2)



الشكل (2) أبعاد الاستقرار الشعوري للقيادة

المصدر: من إعداد الباحث.

5. مفهوم إدارة الأزمات: تُعد إدارة الأزمات عملية إدارية مستمرة إذ أنها تتسم بالتنبؤ بالأزمات المحتمل حدوثها عن طريق الاستشعار ورصد متغيرات البيئة الداخلية والبيئة الخارجية التي تساعد على توليد الأزمات وتعبئة الموارد والامكانيات المتاحة من أجل منع أو القيام بالأعداد للتعامل مع الأزمات بأكبر قدر ممكن من الفاعلية والكفاءة، وبما يحقق الحد الأدنى من القدر الممكن من الأضرار للمنظمة وللبيئة وللعاملين (سلمان، 2014، 98). أمّا (Traore, et..al, 2018, 814) فقد وصفها بأنها سلسلة وظائف وعمليات تقوم بتشخيص وتحليل والتنبؤ بالأزمات وتوضيح الطرائق التي من شأنها أن تحدد مدى قدرة المنظمة على التعامل مع الأزمة أو منع حوثها اصلا.

5.1 مراحل إدارة الأزمات: تمر إدارة الأزمات بمجموعة من المراحل التي تكون بمثابة سلسلة من الحلقات المتصلة التي ينبغي على القيادات الإدارية الألامم بها، وأن أي اخفاق في احداها يؤدي في حد ذاته إلى حدوث أزمة (محمود، وآخرون، 2020، 7). ولفهم ممارسات إدارة الأزمات بشكل أفضل، يجب أن ندرك أن الأزمة تتكون من مراحل متعددة، مثل ما قبل وأثناء وبعد (Lai

3138, 2020, Wong &). ولقد توصل (Pearson and Mitroff, 1993) إلى أحد النماذج الأكثر شمولاً التي لا تحدد فقط المراحل المختلفة لإدارة الأزمات، ولكنها توفر أيضاً مزيداً من التحليل التدريجي لإدارة الأزمات. ففي نموذج (Pearson and Mitroff, 1993)، تمر إدارة الأزمات بخمسة مراحل: اكتشاف الإشارات، والتحضير / الوقاية، والاحتواء / الحد من الضرر، والتعافي، والتعلم. تمت دراسة هذا النموذج تجريبياً أكثر من غيرها، وأنه مبسط ويوضح كل مرحلة من مراحل إدارة الأزمات بوضوح (Bhaduri, 2019, 7). واتفق كل من (محمود، وآخرون، 2020، 7)، (khuo, et..al, 2021, 112)، (maghdid, et..al, 2022, 69)، (القطناني، 2021، 24)، (nalçacigil & özyilmaz, 2020, 416)، على المراحل التي توصل إليها (Pearson and Mitroff, 1993).

واستدلالاً مما تم عرضه آنفاً يستنتج الباحث ان إدارة الأزمات عملية متسلسلة تبدأ من نقطة بداية محددة وتنتهي بنقطة نهاية معينة يتخللها عدة مراحل متتابعة لكل منها خصائصها وآليات معالجتها، وإذا ما تمكن القادة في المنظمات والمسؤولين عن إدارة الأزمات من تشخيص الأزمات وتحديد مراحلها وادارتها بمراحل متتابعة بخصوصية مختلفة على وفق كل مرحلة من مراحل إدارة الأزمات فإن ذلك سيؤدي إلى تقليل أضرارها، وتكاليف معالجتها، ووقت استمرارها، ويحفظ للمنظمة مكانتها السوقية وصورتها الذهنية لدى الزبائن، وقوتها في مواجهة المنافسين ويقانها الاستراتيجي. ونلاحظ أن الغالبية العظمى من الباحثين في مجال إدارة الأزمات قد تبناوا في دراساتهم المراحل التي قدمها كل من (Pearson and Mitroff, 1993, 53) ومنهم (محمود، وآخرون، 2020، 7)، و (Khuo, et..al, 2021, 112) فضلاً عن الدراسات الأخرى التي لم يتمكن الباحث من الاطلاع عليها. ويرى (محمود، وآخرون، 2020، 7) ان الكثير من الباحثين يميلون إلى اعتماد مراحل نموذج (Pearson and Mitroff, 1993) لانه أكثر ملائمة للتطبيق فضلاً عن مصداقيته العلمية التي توصل لها العديد من الباحثين وروجوا لها. واكد (Bhaduri, 2019, 7) على ان نموذج (Pearson and Mitroff, 1993) احد النماذج الأكثر شمولاً التي لا تحدد فقط المراحل المختلفة لإدارة الأزمات، ولكنها توفر أيضاً مزيداً من التحليل التدريجي لإدارة الأزمات، وتمت دراسة هذا النموذج تجريبياً أكثر من غيره، وانه مبسط ويوضح كل مرحلة من مراحل إدارة الأزمات بوضوح.

ومن هنا ومما تقدم يتفق الباحث مع آراء الباحثين آنفاً حول مراحل إدارة الأزمات ويتبنى فكرياً ويعتمد تطبيقياً في الدراسة الحالية المراحل التي جاء بها كل من (Pearson and Mitroff, 1993, 53) لأنَّ غالبية الباحثين اتفقوا عليها، ولأنَّها أكثر شمولاً وأدق تفاصيلاً، وأكثر تسلسلاً وانسيابية في المعالجة، وفيما يأتي توضيح لهذه المراحل:

1- **الاكتشاف المبكر لإشارات الإنذار:** ان لاكتشاف الإشارات خلال مدة ما قبل الأزمة تأثير كبير على مبادرات ونتائج إدارة الأزمات، وتتمثل احدى أكثر المهام صعوبة في هذه المرحلة في ترشيح الإشارات الصحيحة من الإشارات الخاطئة؛ إذ يمكن ان يساعد الحصول على المعلومات المناسبة المنظمات على اكتشاف علامات التحذير بسرعة وفعالية (Bhaduri, 2019, 563).

2- **الاستعداد والوقاية:** تعتمد هذه المرحلة اعتماداً كلياً على سابقتها من المراحل إذ لا يمكن الوقاية من شيء معين ما لم تنتبه عنه، كما انها تعكس استعداد النظام الاداري في المنظمة وجاهزيته للوقاية من الأزمة والحد منها من خلال التحضيرات اللازمة لذلك (محمود، وآخرون، 2020، 8).

3- **احتواء الأضرار أو الحد منها:** هنا يتم احتواء الاثار والأضرار الناتجة عن الأزمة وعلاجها واعداد واستخدام وسائل للحد من الخسائر والأضرار ومنعها من الانتشار (حسين، 2020، 337).

4- **استعادة النشاط:** في هذه المرحلة تضع المنظمة خططاً طويلة الأجل وقصيرة المدى وتتخذ إجراءات لإعادة العمليات إلى طبيعتها، وتتناول خطط عمل الاستعادة الأسئلة التالية: ما هو الحد الأدنى من الإجراءات والعمليات التي نحتاجها للتعافي وإجراء الأعمال العادية؟ ما هي الأنشطة والمهام الرئيسية التي يجب أن نؤديها لخدمة أبرز زبائننا؟ (Bhaduri, 2019, 7).

5- **التعلم:** تتعلم المنظمة فيها دروساً مستفادة من خبرتها وتجاربها السابقة، ومن خبرات وتجارب المنظمات الأخرى في تعاملها مع الأزمات التي مرت بها، وبعد التعلم أمراً مهماً وحيوياً للانطلاق نحو الأداء الأفضل في المستقبل (حسين، 2020، 337).

6. المحور الثالث الإطار التطبيقي للدراسة

يشتمل هذا المحور على عرض نتائج التحليل الإحصائي، واختبار فرضية الدراسة، وكما يأتي:

6.1 **وصف متغيرات الدراسة إجمالياً وتشخيصها:** يتضح من الجدول (2) ان قيمة الوسط الحسابي لمتغيرات الدراسة انحصرت بين (2.61 – 3.40)، وهذا يعني ان مستوى هذه المتغيرات في المنظمة المبحوثة هو معتدل. وانها بحاجة الى مستوى اعلى من هذا لتتمكن من مواجهة تغيرات البيئة والتكيف معها بنجاح، ومواجهة الازمات والتعامل معها بكفاءة وفاعلية اعلى.

الجدول (2) وصف متغيرات الدراسة إجمالياً وتشخيصها

الأبعاد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف %	الأهمية النسبية %
المعدل العام لمتغير الأنماط الاستراتيجية	3.103	0.767	24.71	62.05
المعدل العام لمتغير الاستقرار الشعوري للقادة	2.905	0.878	30.24	58.10

59.40	29.63	0.880	2.970	المعدل العام لمتغير مراحل إدارة الأزمات
-------	-------	-------	-------	---

المصدر: إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS) (Microsoft Excel)

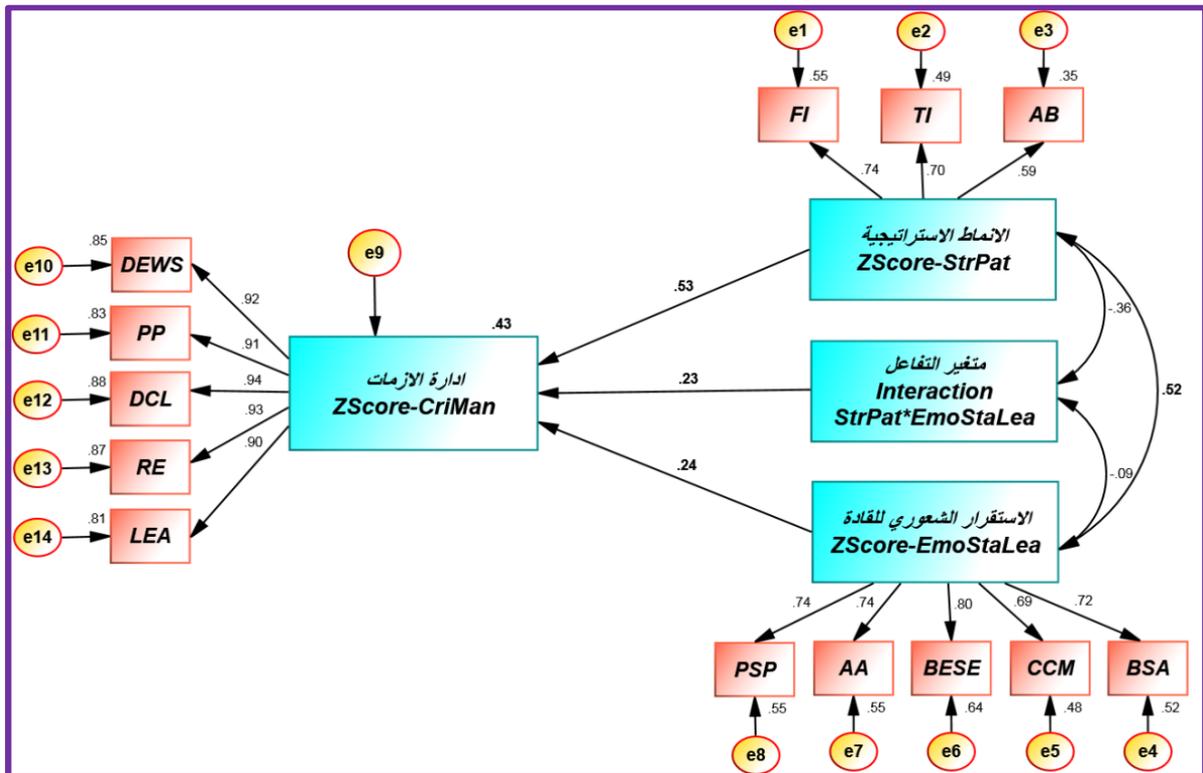
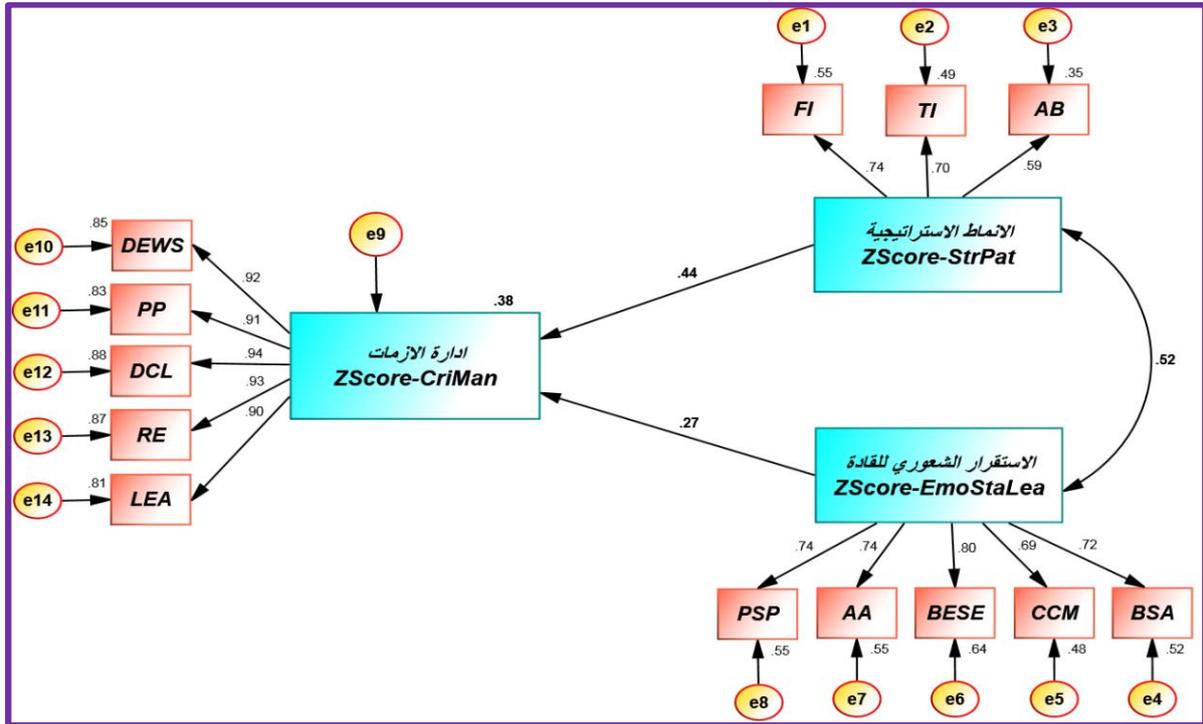
6.2 اختبار فرضية الدراسة: يتطلب اختبار فرضية التفاعل وجود ثلاثة متغيرات رئيسية تتمثل بالمتغير المستقل (Independent Variable) والمتغير التابع (Dependent Variable) ومتغير ثالث يطلق عليه المتغير المعدل (Moderator Variable)، إذ يتمثل التفاعل (Interaction) في الاختلاف الذي يدخله تأثير المتغير المعدل أو الفرق في تأثير المتغير المعدل بين خطوتين

الأولى بوجود المتغيرين المستقل والمعدل فقط والثانية بإضافة متغير التفاعل الناتج من تفاعل المتغيرين المستقل والمعدل (Namazi & Namazi, 2016, 542-543). ولأجل اختبار فرضية التفاعل سيتم اعتماد تقنية إحصائية متقدمة هي التحليل المعدل (Moderation Analysis) والذي يهدف إلى تحديد مستوى التفاعل بين المتغيرين المعدل والمستقل من خلال بناء متغير التفاعل (Interaction Variable) والقيام بعدة خطوات متسلسلة تتضمن تنفيذ آلية التحليل، من حيث تحويل بيانات المتغيرات إلى صيغة القياس المعيارية (Z Scoring) ومن ثم بناء متغير التفاعل (Interaction Variable) من خلال تفاعل المتغير المستقل مع المتغير المعدل، وسيتم الحكم على جدوى الدور المعدل من خلال معيارين أساسيين هما:

1. مدى الدلالة المعنوية لمتغير التفاعل.
2. مقدار التغير في قيمة معامل التحديد (R^2) بين الأنموذج الأول والثاني وحسب تقنية نمذجة المعادلة الهيكلية بحيث إذا كان التغير إيجابياً فإن هذا يدل على ان العلاقة التأثيرية بين المتغيرين المستقل والتابع تتغير تبعاً لتغير مستوى المتغير المعدل.

ومما سبق، واختبار الفرضية الرئيسية للدراسة (يوجد تأثير تفاعلي (معدل) للاستقرار الشعوري في علاقة تأثير الأنماط الاستراتيجية في مراحل إدارة الأزمات) سيتم استخدام تقنية التحليل المعدل وفق أسلوب نمذجة المعادلة الهيكلية، وكما يأتي: يوضح الشكل (3) اختبار فرضية التفاعل التي تتمثل بتحديد مستوى الدور المعدل للاستقرار الشعوري للقادة في تعزيز العلاقة بين الأنماط الاستراتيجية ومراحل إدارة الأزمات؛ إذ نلاحظ من الأنموذج الهيكلية الثاني أن قيمة تقدير المعلمة المعيارية (معامل التأثير المعيارية) لمتغير التفاعل البالغة (0.23) تتمتع بالدلالة المعنوية، وذلك استدلالاً بقيمة النسبة الحرجة (C.R.) الظاهرة في الجدول (3) البالغة (2.760) وهي قيمة معنوية عند مستوى المعنوية (P-Value) البالغ (0.006). كما نلاحظ من خلال الأنموذج الهيكلية الأول أن قيمة معامل التحديد (R^2) قد بلغت (0.381) في حين ان القيمة ازدادت في الأنموذج الهيكلية الثاني بفعل وجود متغير التفاعل الناتج من تفاعل الأنماط الاستراتيجية مع الاستقرار الشعوري للقادة؛ إذ بلغت (0.433)، وهذا يعني ان التغير كان إيجابياً وقد بلغت قيمته (0.052).

ومن ثم فإن ذلك يثبت الدور المعدل لمتغير الاستقرار الشعوري للقادة في العلاقة بين الأنماط الاستراتيجية ومراحل إدارة الأزمات، أي أن مستوى العلاقة الإيجابية بين الأنماط الاستراتيجية ومراحل إدارة الأزمات سوف يزداد بتغير مستوى الاستقرار الشعوري للقادة بمقدار وحدة واحدة، وبعبارة أخرى فإنه بالإمكان لوزارة الصحة العراقية عينة الدراسة ان تعتمد على تعزيز الاستقرار الشعوري لدى القادة وفي سياق عوامل الوعي الذاتي والتواصل مع الآخرين وحل الصراع ان وجد وتحسين الكفاءة الذاتية لدى القادة وتحسين قدراتهم التكيفية مع المحيط الذي يعملون فيه وهذا بدوره ان يؤدي إلى زيادة التأثير الإيجابي الذي تدخله الأنماط الاستراتيجية في مراحل إدارة الأزمات بوصفها عوامل معززة لهذه العلاقة. ويدعم هذا قبول الفرضية ويؤكد صحتها.



الشكل (3) الانموذج الهيكلي الاول والثاني الخاص باختبار فرضية الدراسة

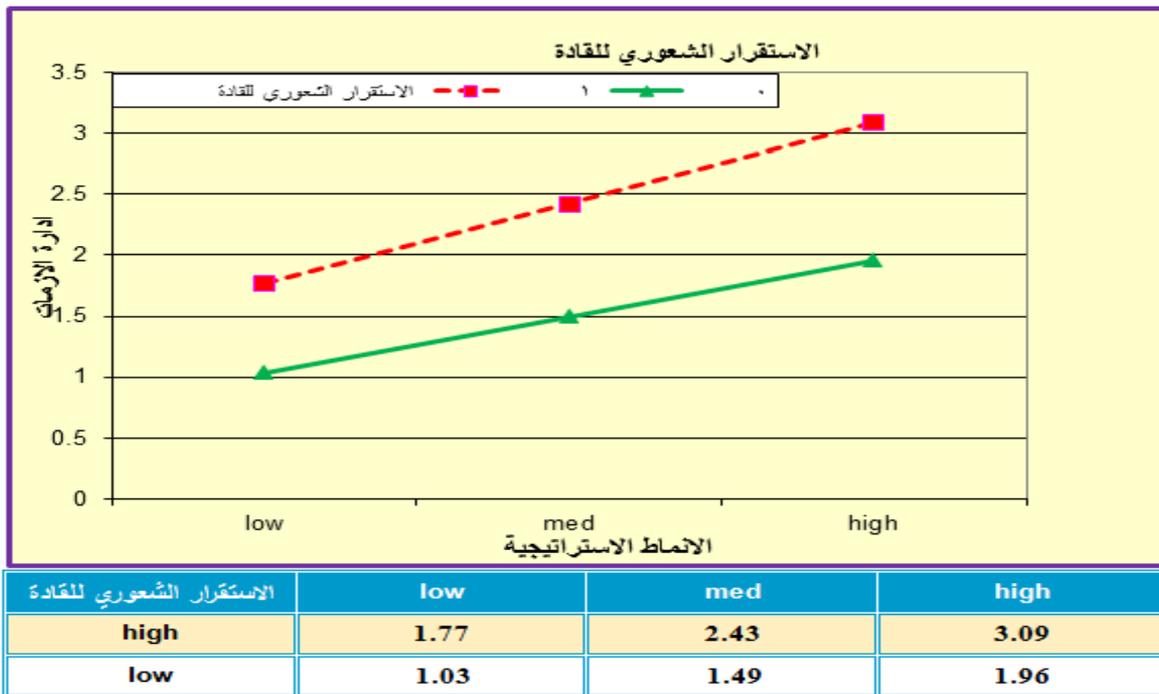
المصدر: مخرجات برنامج (Amos V.25).

الجدول (3) مسارات ومعلمات اختبار الفرضية الرئيسية للدراسة

المسارات	النسبة المعنوية	النسبة الحرجة	الخطأ المعياري	التقدير اللامعيارى	الأوزان الإتحادية المعيارية	المسارات
مراحل إدارة الأزمات <---	***	5.589	.092	.514	.532	Model 1 $R^2 = .381$
مراحل إدارة الأزمات <---	.008	2.663	.090	.241	.238	Model 2 $R^2 = .433$
مراحل إدارة الأزمات <---	.006	2.760	.079	.217	.225	Change of $R^2 = .052$

المصدر: مخرجات برنامج (Amos V.25).

ويوضح الشكل (4) المخطط البياني للعلاقة التفاعلية بين متغيرات الدراسة اعتماداً على برنامج (ModGraph) الذي يظهر مستويين للمتغير المعدل الاستقرار الشعوري للقادة (منخفض، عالي) وكيف انه يعدل العلاقة (يزيد إيجابيتها) بين الأنماط الاستراتيجية ومراحل إدارة الأزمات.



الشكل (4) التمثيل البياني لمستويات الاستقرار الشعوري للقادة كمتغير معدل بين الأنماط الاستراتيجية ومراحل إدارة الأزمات

المصدر: مخرجات برنامج (Mod Graph).

7. المحور الرابع اهم الاستنتاجات والمقترحات الفكرية والتطبيقية

7.1 استنتاجات المحاور الفكرية والتطبيقية للدراسة، وتشمل ما يأتي:

1. كشفت نتائج الدراسة ان توفر الاستقرار الشعوري بدلالة أبعاده (الوعي الذاتي، التواصل وإدارة الصراع، والكفاءة الذاتية، والقدرة على التكيف، والبرمجة الذاتية) لدى القادة في المنظمة يؤدي إلى زيادة وتعديل فاعلية وتأثير توظيف الأنماط الاستراتيجية تأثيراً إيجابياً في مراحل إدارة الأزمات.
2. اظهرت النتائج ان مستوى متغيرات الدراسة (الأنماط الاستراتيجية، الاستقرار الشعوري للقادة، مراحل إدارة الأزمات) في المنظمة المبحوثة هو معتدل. وفي خضم الازمات المتتالية التي تتعرض لها بيئة المنظمة فانه من الضروري زيادة هذا المستوى الى اعلى مما هو عليه.

3. تمثل الأنماط الاستراتيجية إضافة جديدة إلى أدبيات الإدارة الاستراتيجية ومدخل جديد للاستراتيجية تركز على القادة وصانعي القرار، ويوفر لهم الإرشادات التي يمكن من خلالها اختيار الاستراتيجية المناسبة في ظل بيئة الأعمال المعاصرة التي تتسم بمستويات عالية من الصعوبة والتعقيد واللاتأكد البيئي والديناميكية، وتحقق استدامة الأداء الاستراتيجي والتنافسي المتفوق.
4. الأنماط الاستراتيجية ممكن ان تكون استراتيجية مقصودة ومنمودة ومدروسة تمامًا يتم أنشاؤها ومشاركتها وقبولها من جميع الجهات الفاعلة المعنية أو تكون استراتيجية ناشئة غير مقصودة تعتمد على تناسق اشكال العمل معه غياب النية لذلك، وأن المدخلين ليست كطرفين مختلفين ومتعارضين، بل أنهما يتبعان أنماطاً متسقة في تطوير المنظمات.
5. يمكن الاستقرار الشعوري القادة من تحقيق الضبط الذاتي والتحكم في الانفعالات، والتعامل بهدوء وصبر وتعقل وثبات وثقة عالية بالنفس وصلابة مع التهديدات والظروف العصيبة دون اضطراب أو توتر أو قلق أو غضب وعصبية.
6. ان أهمية الاستقرار الشعوري للقادة والعاملين والمنظمات تتزايد باستمرار يوماً بعد يوم خاصة في ظل معطيات عالم الأعمال المعاصر، وازدياد شدة اضطراباته، وحدة المناقسة، وتعقد بنياته، وسرعة ديناميكياته، وكثرة تهديداته، وصعوبة أزmate وكثرتها، وفي خضم هذا كله يعمل القادة ويطلب منهم تحقيق النجاح، ويمكن ذلك من خلال الاستقرار الشعوري.
7. ان إدارة الأزمت تتشكل من مجموعة من المراحل التي تعكس سلسلة من الحلقات المتواصلة والمتتابعة، والإخفاق في أي منها يؤدي إلى حدوث أزمة، مما يحتم على القادة والمنظمات تحديد أسباب ومتطلبات وآلية معالجة كل مرحلة من مراحلها.

7.2 المقترحات الفكرية والتطبيقية للدراسة، وتشمل ما يأتي:

1. ضرورة اعتماد المنظمات على الاستقرار الشعوري للقادة في توظيف الأنماط الاستراتيجية مجتمعةً ومنفردةً في مراحل إدارة الأزمت لأن وجود الاستقرار الشعوري إلى جانب الأنماط الاستراتيجية مجتمعةً أو منفردةً يزيد من تأثيرها الإيجابي في مراحل إدارة الأزمت.
2. من المهم زيادة مستوى متغيرات الدراسة (الأنماط الاستراتيجية، الاستقرار الشعوري للقادة، مراحل إدارة الأزمت) في المنظمة المبحوثة أكثر مما هو عليه، لتتمكن من مواجهة الأزمت والتعامل معها بكفاءة وفاعلية أعلى.
3. ضرورة تبني القادة في المنظمة المبحوثة والمنظمات الأخرى لمدخل الأنماط الاستراتيجية لما له من أهمية ودور كبير في اختيار الاستراتيجية المناسبة للمنظمة، وانسجام مع متطلبات بيئة الأعمال المعاصرة من تعقيد ولألتأكد وديناميكية والتعامل معها والعمل بنجاح في ظلها.
4. على المنظمات جميعاً والمبحوثة منهم استخدام الأنماط الاستراتيجية وأبعادها (المواءمة، والقدرة، والزمن، والتكنولوجيا، والادراك) في صياغة وتحديد استراتيجية مقصودة محددة مسبقاً لتحقيق أهداف معينة، وفي صياغة وتحديد استراتيجية ناشئة غير محددة وغير مقصودة لتحقيق أهداف معينة في تطوير المنظمة.
5. تؤكد الدراسة على المنظمات والقادة فيها أهمية نشر ثقافة الاستقرار الشعوري فيها وبين العاملين بها وزيادة وعيهم به وحثهم على تبنيه وممارسته في أداء الأعمال لما له من دور مهم في الضبط الذاتي وتحقيقه، والتحكم في الانفعالات والسيطرة عليها، والتعامل بهدوء وثبات وثقة عالية بالنفس مع التهديدات والأزمت والظروف الصعبة دون اضطراب وتوتر وقلق وغضب.
6. تؤكد الدراسة على انه يجب تضمين مؤشرات الاستقرار الشعوري ضمن نظام تقييم أداء القادة والموارد البشرية في المنظمات، وجعلها من أبرز المقاييس والمعايير المعتمدة في الحكم على أدائهم في إنجاز الأعمال، لما لها من أهمية متزايدة يوم بعد يوم وتأثير فاعل في مواجهة معطيات عالم الأعمال المعاصر من ازدياد شدة اضطراباته، وحدة منافساته، وتعقد بنياته وسرعة ديناميكياته، وصعوبة أزmate وكثرتها.
7. لزوماً على المنظمات وقادتها اعتماد منهج إدارة الأزمت وتطبيقه على وفق تسلسل مراحلها وتتابعها ومراقبتها بتواصل، والتعامل مع كل مرحلة على وفق احتياجاتها ومتطلباتها لضمان نجاحها في مواجهة الأزمة ومعالجتها.

المصادر باللغة العربية:

1. ابوظقية، نور جمال عبد الناصر عمار، (2020)، التنبؤ بالسلمات القيادية في ضوء الكفاءة الذاتية والتفكير الإيجابي لدى ابناء الشهداء في قطاع غزة، رسالة ماجستير صحة نفسية ومجتمعية، كلية التربية، الجامعة الإسلامية بغزة.
2. حسين، سنان قاسم، (2020)، دور التخطيط الاستراتيجي في أساليب إدارة الأزمت دراسة استطلاعية لآراء عينة من التدريسيين في جامعة دهوك، المؤتمر العلمي الرابع: الاقتصاد الخفي وإدارة الأزمت، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (16)، العدد (خاص).
3. سلمان، سعد عبد عابر، (2014)، تأثير خصائص الرؤية الاستراتيجية في مراحل إدارة الأزمة، بحث استطلاعي في الشركة العامة للصناعات الجلدية - بغداد، مجلة كلية الرافدين للعلوم، العدد34.
4. شحادة، امير خليل محمد، (2022) الذكاء الروحي والازتران الانفعالي وعلاقتها بالكفايات التمرضية لدى ممرضي طوارئ الاطفال في المستشفيات الحكومية في قطاع غزة، رسالة ماجستير، كلية التربية، الجامعة الإسلامية بغزة.
5. القطناني، محمد صلاح محمد، (2021)، اثر الحمض النووي التنظيمي في استراتيجيات إدارة الأزمت الوقائية والعلاجية بتوسيط نظام المعلومات الاستراتيجية لآراء عينة حالة شركة انظمة المعلومات الفلسطينية العاملة في قطاع غزة، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، الجامعة الإسلامية بغزة.
6. محمود، ناجي عبد الستار، وفاصل سلامه مانع، ومحمود، صابر حمد، (2020)، واقع إدارة الأزمت في التعليم الجامعي - جامعة سامراء نموذجاً - دراسة تحليلية لآراء عينة من القيادات الأكاديمية في جامعة سامراء، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 16، العدد (خاص) ج2، المؤتمر العلمي الرابع: الاقتصاد الخفي وإدارة الأزمت.

7. الطائي، يوسف حجييم سلطان، والذبحاوي، عامر عبد كريم، (2016)، الهندسة النفسية ودورها في زيادة إنتاجية العمل المعرفي بحث تطبيقي لأراء عينة من العاملين في شركة أسياسيل للاتصالات، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والادارية، المجلد (14)، العدد (38).
المصادر باللغة الاجنبية

1. Abdalla, M., Alarabi, L., & Hendawi, A. (2021). Crisis Management Art From The Risks To The Control: A Review Of Methods And Directions. Information, 12(1), 18.
2. Anwar, J., & Hasnu, S. A. F. (2017). Strategic Patterns And Firm Performance: Comparing Consistent, Flexible And Reactor Strategies. Journal Of Organizational Change Management. Vol. 30 No. 7 Emerald Publishing Limited.
3. Banerjee, R., & Banerjee, S. (2021). Emotional Stability Scale: Development And Validation In The Indian Context. Ipe Journal Of Management, 11(1), 13-24.
4. Bec, A., & Becken, S. (2021). Risk Perceptions And Emotional Stability In Response To Cyclone Debbie: An Analysis Of Twitter Data. Journal Of Risk Research, 24(6), Informa Uk Limited, Trading As Taylor & Francis Group.
5. Bhaduri, R. M. (2019). Leveraging Culture And Leadership In Crisis Management. European Journal Of Training And Development.
6. Carden, J., Jones, R. J., & Passmore, J. (2022). Defining Self-Awareness In The Context Of Adult Development: A Systematic Literature Review. Journal Of Management Education, 46(1), Ssage.
7. Cöster, F., Engdahl, M., & Svensson, J. (2014). Critical Success Factors: An Evaluation To Identify Strategic Capabilities. Marketing Programme, Thesis, School Of Business And Economics, Linnaeus University.
8. Harrison, Theo. (2022). How To Develop Emotional Stability: 5 Empowering Steps, Minds Journal.
9. Holsinger, J. W., & Carlton, E. L. (2018). Leadership For Public Health: Theory And Practice. Chicago: Health Administration Press.
10. Hoverstadt, Patrick & Loh, Lucy. (2017). Patterns Of Strategy, Routledge Is An Imprint Of The Taylor & Francis Group, An Informa Business, New York.
11. Kuosa, T. (2011). Different Approaches Of Pattern Management And Strategic Intelligence. Technological Forecasting And Social Change, 78(3), Elsevier Inc.
12. Lai, I. K. W., & Wong, J. W. C. (2020). Comparing Crisis Management Practices In The Hotel Industry Between Initial And Pandemic Stages Of Covid-19. International Journal Of Contemporary Hospitality Management. Vol. 32 No. 10, Emerald Publishing.
13. Maghdid, R. S., Othman, B. A., & Omer, A. K. (2022). From Crisis To Crisis Management; Causes And Impacts Of Crises In The Public Sector. Polytechnic Journal Of Humanities And Social Sciences, 3(1), Rekurd, Bestoon, Ako.
14. Mosadeghrad, A. M., & Mojbafan, A. (2019). Conflict And Conflict Management In Hospitals. International Journal Of Health Care Quality Assurance. Emerald Insight.
15. Nalçacıgil, E. & Özyılmaz., A.F. (2020), Crisis Management And Early Warning Systems In Enterprises, Ispcc International Journal Of Social Sciences & Humanities, 4(4).
16. O'toole, T., & Mcgrath, H. (2018). Strategic Patterns In The Development Of Network Capability In New Ventures. Industrial Marketing Management, 70, Elsevier Inc.
17. "Oxford Dictionaries:Time". Oxford University Press. 2011. Archived From The Original On 4 July 2012. Retrieved 13 Jul 2022. The Indefinite Continued Progress Of Existence And Events In The Past, Present, And Future Regarded As A Whole.
18. Parija, S. C., & Adkoli, B. V. (Eds.). (2020). Effective Medical Communication: The A, B, C, D, E Of It. Singapore: Springer Nature Singapore Pte Ltd.
19. Pearson, C. M., & Mitroff, I. I. (1993). From Crisis Prone To Crisis Prepared, I: A Framework For Crisis Management. Academy Of Management Executive, Vol. 7 No. 1., Jstor.
20. Provorova, Y. M., Ivakhnenko, T. P., & Oliinyk, N. (2021). Development Of The Emotional Stability Seen As A Personal Leadership Quality Using The Acmeological Approach In The Master's Students. European Journal Of Educational Research, 10(1).
21. Srivastava, S., & D'souza, D. E. (2020). Exploring Patterns Of Organizational Capability Alignment: A Contingency Approach. Management Research Review. Vol. 43 No. 3, Emerald Publishing Limited.
22. Waheeda, M., Iftikharb, S., & Azharc, S. (2021). Integration Of Cultural Fit, Strategy Fit And Strategic Fit To Harness The Competitive Advantage: A Dynamic Capabilities Paradigm. International Journal Of Innovation, Creativity And Change, 15(5).
23. Waldeck, D., Pancani, L., Holliman, A., Karekla, M., & Tyndall, I. (2021). Adaptability And Psychological Flexibility: Overlapping Constructs?. Journal Of Contextual Behavioral Science, 19, Elsevier Inc.
24. Namazi, M., & Namazi, N. R., (2016), Conceptual analysis of moderator and mediator variables in business research. Procedia Economics and Finance, 36.
25. Traore, B. B., Kamsu-Foguem, B., Tangara, F., & Tiako, P. (2018), Software Services for Supporting Remote Crisis Management, Sustainable cities and society, (39).

26. Tay, D. L., Ellington, L., Towsley, G. L., Supiano, K., & Berg, C. A. (2021) Self-Efficacy And Emotional Stability Buffer Negative Effects Of Adverse Childhood Experiences On Young Adult Health-Related Quality Of Life. Patient Education And Counseling.
27. Khoo, T. C., Jesudason, E., & Fitzgerald, A. (2021). Catching Our Breath: Reshaping Rehabilitation Services For Covid-19. Disability And Rehabilitation, 43(1), Informa Uk Limited, Trading As Taylor & Francis Group

دور مهارات القائد الاستراتيجي في تعزيز الثقة بين العاملين دراسة ميدانية لآراء عينة من العاملين في المديرية العامة لتربية صلاح الدين

The role of the strategic leader's skills in enhancing confidence among workers A field study of the opinions of a sample of workers in the General Directorate of Education Salah al-Din

احمد محمود كاتاب

Ahmed Mahmood ketab

كلية الادارة والاقتصاد جامعة تكريت

college of administration and economics

Tikrit university

07702320597

Katab260@gmail .com

أم كفاح عباس محميد

Assistant professor: Kefah Abbas

muhammed

كلية الادارة والاقتصاد جامعة تكريت

college of administration and economics

Tikrit university

07703766989

Kefah.aljanabi@gmail.com

المستخلص:

هدف البحث الى تحديد دور مهارات القائد الاستراتيجي في تعزيز الثقة بين العاملين في المديرية العامة لتربية صلاح الدين وهي احدى المديرية التابعة الى وزارة التربية العراقية ومن خلال عينة مختارة من العاملين فيها والذين يعتبرون المورد الاساسي للمنظمة المذكورة، فضلا عن ذلك فقد قام الباحث بصياغة مجموعة من التساؤلات التي مثلت مشكلة البحث، ولغرض تحقيق هدف البحث اعتمدت مخططاً افتراضياً حددت من خلاله الفرضيات الخاصة بها، كما تم استخدام استمارة الاستبيان بوصفها أداة رئيسة لجمع البيانات والمعلومات التي تخص البحث والمتعلقة بالجانب الميداني، ولقد تم اختيار المديرية العامة لتربية صلاح الدين كميداناً للدراسة، ولغرض اختبار فرضياتها قام الباحث بتوزيع (205) استمارة على عينة من العاملين في الميدان المذكور تم إسترجاع (200) استمارة منها وبعد القيام بتدقيقها وجد الباحث فيها (5) استمارات غير صالحة تم استبعادها و(195) استمارة صالحة وبنسبة (5.97%) من مجموع الاستمارات الموزعة، ومن ثم تم تحليلها بواسطة البرنامج الاحصائي (Spss-v.23) وخرج البحث بمجموعة من النتائج اهمها وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين مهارات القائد الاستراتيجي بأبعادها والثقة بين العاملين وكانت بدرجة جيدة، فضلا عن وجود تأثير ذو دلالة معنوية لمهارات القائد الاستراتيجي بأبعادها في بين العاملين في المديرية العامة لتربية صلاح الدين، أما أهم التوصيات التي حددها البحث هي على القائد في المديرية العامة لتربية صلاح الدين الحفاظ على بيئة عمل مستقرة من خلال استخدام الطرق العلمية والوسائل الضرورية والتفاعل الاجتماعي مع العاملين لتحقيق اهداف المنظمة وكذلك التوجه الفعلي من قبل القيادة في المنظمة المبحوثة نحو الاهتمام بالتعامل بعدالة مع جميع العاملين لما له من تأثير ايجابي في الأداء الفعلي للعاملين.

الكلمات المفتاحية للدراسة : مهارات القائد الاستراتيجي ، الثقة بين العاملين

Abstract:

The study aimed to determine the role of the skills of the strategic leader in enhancing confidence among workers in the General Directorate of Education Salah al-Din, which is one of the directorates affiliated to the Iraqi Ministry of Education, and through a selected sample of its employees, who are considered the main resource for the aforementioned organization. In addition, the researcher formulated a set of The questions that represented the problem of the study, and for the purpose of achieving the goal of the study, adopted a hypothetical scheme in which its hypotheses were identified, and the questionnaire form was used as a main tool for collecting data and information related to the study and related to the field aspect. To test its hypotheses, the researcher distributed (205) forms to a sample of workers in the aforementioned field, of which (200) forms were returned, and after checking them, the researcher found (5) invalid forms that were excluded and (195) valid forms, at a rate of (97.5%) of the total The distributed forms, and then were analyzed by the statistical program

(Spss-v.23), and the study came out with a set of results, the most important of which is the presence of a positive significant correlation between The skills of the strategic leader with its dimensions and the confidence among the workers and it was a good degree, in addition to the presence of a significant effect of the skills of the strategic leader with its dimensions among the workers in the General Directorate of Education for Salah al-Din. Stable work through the use of scientific methods and the necessary means and social interaction with workers to achieve the goals of the organization, as well as the actual orientation of the leadership in the organization in question towards interest in dealing fairly with all workers because of its positive impact on the actual performance of workers.

Keywords of approach: leader skills strategy, Trust between employees

1- المقدمة

التغيير المستمر والسريع يعد أهم ما يتميز به عالم الاعمال اليوم الامر الذي يزيد من نسب عدم التأكد في المنظمات بصورة عامة وفي مختلف الاختصاصات وفي ضوء هذا التغيير السريع تحتاج المنظمات الى البقاء والمقاومة وتحقيق سبق على المنافسين وهذا ليس بالشيء السهل الذي يمكن تحقيقه مالم يتواجد لدى تلك المنظمات نقاط قوة داخلية تمكنها من تحقيق ما تصبوا اليه ، وان اهم نقاط القوة تلك هي وجود موظفين لديهم قدرات ومهارات مختلفة في المستويات التنظيمية لكي يدفعوا بدفة المنظمة الى النجاح لذا ان التعامل والحفاظ على هذه نقاط القوة يعد من العوامل الاساسية جدا واهم ما يجب فعله للحفاظ عليهم هو وجود ثقة تنظيمية عالية بين المستويات الادارية وهذه الثقة لا يمكن بناءها مالم يكن هنالك قيادة واعية تعمل على حثهم وتوجيههم وتحفيزهم لكي يتم الحفاظ عليهم، وتضمن هيكل البحث بالاتي

المبحث الاول: منهجية البحث

المبحث الثاني : الاطار النظري للدراسة

المبحث الثالث : الاطار الميداني للدراسة

المبحث الرابع :الاستنتاجات والتوصيات

2- المبحث الاول : منهجية البحث

2- 1 : مشكلة البحث

حددت مشكلة البحث من خلال دراسة ميدانية قام بها الباحث لغرض التعرف على نقاط الضعف التي تتواجد في المديرية العامة لتربية صلاح الدين ومن خلال جمع عدة اراء للعاملين في المنظمة المذكورة تبين ان العديد منهم قد أتفق على أن الثقة فيما بينهم تعد من العوامل الاساسية لغرض انجاز المهام والمسؤوليات الموكلة اليهم داخل المنظمة المبحوثة، وبما أن القيادة تعد المحرك الاساسي في المنظمة لجميع فاعليتها فقد تركز موضوع البحث على مهارات القائد الاستراتيجي التي بدوها تساعد على تعزيز الثقة التنظيمية بين العاملين في المنظمة قيد البحث ، وبما انه قد تناولت العديد من الدراسات دور مهارات القائد في المنظمة والثقة التنظيمية الا انه يتطلب بذل المزيد من الجهد في مجال خدمة العلم لما له من تأثير كبير لبناء المجتمعات ولغرض السيطرة على التحديات والمواقف التي تواجهها المنظمات، لذا فالثقة بين العاملين عامل اساسي تساعد في تحقيقها قيادة واعية تمتلك مهارات مختلفة لتعزيز هذا العامل الاساسي ودعمه وعليه فأن مشكلة البحث تمثلت بالاتي:

1- ما مدى توفر مهارات القائد الاستراتيجي لدى القادة في تربية صلاح الدين من وجهة نظر عينة البحث؟

2- ما مدى توفر الثقة بين العاملين في تربية صلاح الدين من وجه نظر افراد العينة ؟

3- هل هنالك علاقة ارتباط بين مهارات القائد الاستراتيجي والثقة بين العاملين في تربية صلاح الدين؟

4- هل يوجد تأثير لأبعاد مهارات القائد الاستراتيجي في الثقة بين العاملين في تربية صلاح الدين ؟

2-2 أهمية البحث

تأتي أهمية البحث من أهمية الموضوع الذي سوف يقوم بدراسته وأن سبب اختيار موضوع مهارات القائد الاستراتيجي في تعزيز الثقة بين العاملين بين المستويات الادارية كون أن عنصر الثقة يعد من أهم العناصر الاساسية لغرض خلق ومشاركة المعرفة في المنظمة المبحوثة والتي تعتبر نقطة القوة الاهم ضمن بيئة المنظمة الداخلية فضلا عن ذلك فإن أهمية البحث تمثلت بالاتي :

2-2-1 التعرف على الجوانب النظرية لمتغيراتها التي تناولها البحث وكذلك العلاقة والاثر بينهما .

2-2-2 تعمل على توفير قاعدة بيانات كبيرة تفيد المنظمة على تحديد امكاناتها وقدراتها الداخلية .

3-2 اهداف البحث

هدف البحث الى الاتي:

1-3-2 لتعرف على درجة توفر ابعاد مهارات القائد الاستراتيجي السائدة في مديرية تربية صلاح الدين .

2-3-2 التعرف على الثقة بين العاملين في تربية صلاح الدين .

3-3-2 التعرف على طبيعة العلاقة بين مهارات القائد الاستراتيجي والثقة بين العاملين.

4-3-2 التعرف على طبيعة التأثير لمهارات القائد الاستراتيجي في الثقة بين العاملين.

4-2 مخطط البحث الفرضي

استنادا الى الاطار النظري للأدبيات الخاصة بمهارات القائد الاستراتيجي والثقة بين العاملين وفي ضوء مشكلة البحث واهدافها تم تصميم مخطط البحث الفرضي والذي يوضح (العلاقة، الاثر) بين متغيرات البحث والموضحة في الشكل (1) .

1-4-2 المتغير المستقل : تمثل في مهارات القائد الاستراتيجي وابعاده المتمثلة (التعامل مع الموقف، ادارة التغيير، الاتصال) (العتيبي، 2003، 10) و (Becker, 2007, 8) و (الاغا، 2008، 10) و(الساعدي، 2012، 36) و(Jaoua &Radouche, 2014, 63) و (الخطيب، 2015، 18) (الزهراني، 2018، 27) (اشتيوي، 2017، 71) (اللواتيه وآخرون، 2021، 133)

2-4-2 المتغير المعتمد : تمثل بالثقة بين العاملين (الرشيدي وسلامة، 2015، 144) و(خوين، 2015، 123) (كريم ومحمد، 2016، 174) (عتودي، 2017، 33) و (Akhigbe & sunday, 2017, 5) و(سارة، 2019، 12) (حياة وكريمة، 2020، 269) و (Tabançalı & Öngel, 2020, 20) ، شكل (1) يوضح المخطط الفرضي للدراسة.

شكل (1) مخطط البحث الفرضي



المصدر: إعداد الباحث

5-2: فرضيات البحث

لغرض التوصل الى اهداف البحث حددت الفرضيات الاتية:
بالاستناد الى مشكلة البحث تمت صياغة الفرضيات الرئيسية التالية والتي سوف يتم اختبارها واستخلاص النتائج والتوصيات من خلالها وهي كالآتي:

1-5-2 الفرضية الرئيسية الاولى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين مهارات القائد الاستراتيجي والثقة بين العاملين في المنظمة، وتنبثق منها الفرضيات الفرعية التالية:

أ- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين مهارة التعامل مع الموقف والثقة العاملين في المنظمة.

ب- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين مهارة ادارة التغيير والثقة العاملين في المنظمة.

ت- توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين مهارة الاتصال والثقة العاملين في المنظمة.

2-5-2 الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لمهارات القائد الاستراتيجي والثقة بين العاملين في المنظمة، وتنبثق منها الفرضيات الفرعية التالية:

أ- يوجد تأثير ذات دلالة معنوية لمهارة التعامل مع الموقف في الثقة بين العاملين في المنظمة.

ب- يوجد تأثير ذات دلالة معنوية لمهارة ادارة التغيير والثقة بين العاملين في المنظمة.

ت- يوجد تأثير ذات دلالة معنوية لمهارة الاتصال والثقة بين العاملين في المنظمة.

6-2: ادوات جمع المعلومات والبيانات

استند البحث بجمع البيانات على نوعين من المصادر الخاصة بالبيانات هي:

1-6-2 المصادر الخاصة بالبيانات الثانوية : وتم الحصول على هذا النوع من البيانات عن طريق الاطلاع على بعض الرسائل والاطاريج الجامعية والدوريات والمقالات والكتب ذات العلاقة بموضوع البحث.

2-6-2 المصادر الخاصة بالبيانات الاولية: حيث تم الحصول على هذا النوع من البيانات عبر اداة القياس (الاستبانة) لقياس كل من مهارات القائد الاستراتيجي والثقة بين العاملين في مديرية تربية صلاح الدين.

7-2 : اسلوب تحليل البيانات

تمت معالجة البيانات التي تم الحصول عليها بواسطة الاستبانة من خلال البرنامج الاحصائي (Spss) فضلا عن الاساليب الاحصائية الاتية :

2-7-1 المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية

2-7-2 معامل ارتباط (بيرسون).

2-7-3 معامل الثبات الخاص بالمقياس (الفاكرونباخ).

2-8 : مجتمع وعينة البحث

1-8-2 مجتمع البحث

تمثل مجتمع البحث بالعاملين الاداريين في ديوان المديرية العامة لتربية صلاح الدين بمختلف العناوين والمناصب الوظيفية والبالغ عددهم (440) (*) عاملاً ادارياً في اقسام ديوان المنظمة المبحوثة وقد تم اختيار عينة عشوائية منهم بلغت (205) عاملاً وفق الجدول الخاص بتحديد حجوم العينات (Morgan, 1970, 608).

(*) المديرية العامة لتربية صلاح الدين / قسم التخطيط التربوي / شعبة الاحصاء / وقسم الشؤون المالية شعبة حسابات الديوان / التوظيف (2022).

وقد قام الباحث بتوزيع استمارات الاستبانة على افراد العينة، وكانت نسبة استجابتهم كبيرة جدا فقد تم استرجاع (200) استمارة استبيان وبعد الاطلاع عليها وفحصها تم استبعاد (5) استمارات منها كونها غير صالحة وبذلك كان عدد الاستمارات التي اعتمدت لغرض التحليل والتطبيق (195) استمارة اي بنسبة (97.5%) من عدد الاستبانات الكلي الموزعة

2-8-2 عينة البحث

تبين نتائج الجدول (1) خصائص افراد عينة البحث حسب المنصب الاداري حيث أن اعلى نسبة هي (بدون منصب) حيث بلغت نسبتهم (56.4%)، وتلتها (مدير شعبة) بنسبة (29.7%) من اجمالي العينة ولقد كانت اقل نسبة كانت (منصب اخر) نسبتهم (6.2%) وهذه النتيجة تثبت بأن المناصب الإدارية موزعة حسب الهيكل التنظيمي لمديرية التربية وحسب الوصف الوظيفي المعمول وتخصص الافراد العاملين .

جدول (18) يبين توزيع المنصب الاداري

المنصب	التكرارات	النسبة المئوية
مدير شعبة	58	29.7
مدير قسم	15	7.7
بدون منصب	110	56.4
منصب اخر	12	6.2
المجموع	195	100.0

المصدر: من إعداد الباحث بالاستناد على مخرجات برنامج (SPSS).

المبحث الثاني

الإطار النظري لمتغيرات البحث

3: مهارات القائد الاستراتيجي

3-1- مفهوم القيادة الاستراتيجية

أشار (Musca, et al., 2009, 3) الى أنه عندما يتم التطرق الى مفهوم القيادة الاستراتيجية عادة ما يتم التركيز على محورين أساسيين هما "القدرة التي يمتلكها المدراء في الإدارة العليا والتي بها سوف يدفعون بالمنظمة نحو تحقيق النجاح فضلا عن قدراتهم على اتخاذ القرارات الاستراتيجية التي تحقق ذلك النجاح"، وذكر (العامري، 2010، 40) أن "القيادة الاستراتيجية لا تتم بصورة كاملة ما لم يكن فيها عنصر المشاركة اساسيا بسبب تعقيدات البيئتين الداخلية والخارجية للمنظمة أكد ايضا أن "القيادة الاستراتيجية لا تقع فقط على عاتق الإدارة العليا او المدراء التنفيذيين ، بل إنها هي مسؤولية جماعية تكتمل صورتها إذا كان هناك تكاملا في الرؤى والافكار في العمل الذي يراد ادائه"، وعرفها (ايوب، 2012، 8) بأنها "القدرة على وضع توجه استراتيجي واضح للمنظمة ووضع رؤية واضحة والعمل على توفير الموارد المادية والبشرية لغرض تحقيق وترجمة تلك الرؤية وبما يضمن تحقيق النجاح والتفوق المستدام.

3-2- أهمية القيادة الاستراتيجية

- تتعدد أهمية القيادة الاستراتيجية وبحسب ما جاء في آراء العديد من الباحثين فقد وضحت أهميتها بالآتي : (الزهراني، 2020: 7)
- أ- رسم استراتيجيات لغرض تحقيق النجاح للمنظمات.
 - ب- تحديد ماهي المهارات المطلوبة والواجبة للتعامل مع اصحاب المصالح.
 - ت- تحديد النشاطات التي يجب ان تتوفر في المنظمة.
 - ث- وضع اسس عمليات التعلم التنظيمي.
 - ج- صياغة رؤية ورسالة المنظمات.
 - ح- تعزيز الوعي الاستراتيجي لتحقيق نجاح المنظمة.
 - خ- تخصيص موارد للمنظمة وتعزيز مهاراتها الداخلية.
 - د- تنفيذ الاستراتيجيات بالمنظمة واعتماد معايير محددة للتطبيق بتطبيق.

3-3 مفهوم القائد الاستراتيجي

تعددت الآراء لدى الباحثين ومختصي العمل الإداري حول مفهوم القائد الاستراتيجي والمهارات التي لا بد من توفرها لغرض قيادة المنظمة حيث أكد (اشتوي، 2017، 17) أن القائد الاستراتيجي هو الشخص الذي يمتلك المهارات و القدرات و الامكانيات والتي يستخدمها لغرض تنفيذ العمل وادائه أو الوصول الى نتيجة من خلال استخدام الطرق والاساليب التي تتسم بالكفاءة والوصول الى تحقيق الاهداف بفاعلية وانه الشخص الذي لديه مستوى كبير من السرعة والدقة والتي من خلالها يستطيع الاستخدام الامثل للمدخلات للوصول الى الاهداف بأقل كلفة وجهد وقد عرفه (الشاعر، 2016، 46). انه "الشخص الذي تتوفر فيه مجموعة من القدرات والسمات الشخصية والمعرفية لغرض تنفيذ الاعمال الموكلة اليه بسهولة ودقة عالية والوصول الى الأهداف المطلوبة.

4-3 مهارات القائد الاستراتيجي

استند البحث الحالي على ثلاثة ابعاد اساسية حددت من خلال جدول تسقيط تم انجازه بأخذ اراء عدد بلغ (10) من الباحثين، وقد نالت المهارات (التعامل مع الموقف، ادارة التغيير، الاتصال) على اتفاق اكثر الباحثين وسوف نقوم بتوضيحها على النحو التالي:

أ- التعامل مع المواقف : وتعني ان القائد يمكن ان يحدد فاعلية قيادته لمنظمته من خلال المواقف التي تعصف بالمنظمة والتي تأتي نتيجة التغيرات الكبيرة في عالم الاعمال وأن هذا الاسلوب من القيادة يتوقف على مدى الخبرة والمعرفة التي توجد لدى القائد والتي من خلالها يستطيع ان يتكيف ويواجه الازمات والمواقف المختلفة وبالتالي سوف يزيد من ايمانهم وثقتهم به وبقيادته كونه المنقذ لهم في كل المواقف (مها، 2020، 1).

ب- التغيير التنظيمي : اتفق عدد من الكتاب والباحثين على ان التغيير التنظيمي يعد من المهارات الاساسية التي يجب ان يمتلكها القائد لغرض التكيف والتهيؤ للتقلبات التي تواجه المنظمة لذا ان عملية التغيير التنظيمي تحتاج الى اساليب حديثة في مجال ادارة المنظمات يجب ان يتحلى بها القائد لقيادة التغيير واقناع الآخرين بأن هذا التغيير مهم واساسي لغرض الاستمرار والتميز (جمعة، 2019، 556).

ت- الاتصال التنظيمي : تعد الاتصالات التنظيمية الشريان الرئيسي والموزع للمعلومات بين المستويات الادارية المختلفة وبصورة عامودية وافقية وهو "عملية يمكن من خلالها نقل وتبادل المعلومات التنظيمية والمعلومات الاخرى والمشاعر بين الافراد لغرض احداث تأثير فيهم وفي اداء المنظمة (الخواجة، 2020، 5).

5-3 الثقة بين العاملين

5-3-1 مفهوم الثقة

وضح (ابن منظور، 2003، 3) **"الثقة لغة"** مصدر قولك (وثق به يثق) وأن مصدر الشيء الوثيق هو الوثاقة، كالقول (انا واثق به وهو موثوق به) (وهي موثوق بها وهم موثوق بهم).

أما أهم ما جاء في مفاهيم **الثقة اصطلاحاً** وهو ما بينه العديد من الكتاب والباحثين حيث عرفها (Saunders, et. al, 2010, 11) أن **"الثقة** تبنى على مجموعة من الدلائل حول دافع وشخص الطرف المقابل ومن خلال تلك الدلائل يمكن الاعتقاد والتنبؤ او الوصول الى حكم معين حول هذا الطرف وسلوكه المستقبلي"، أما (pelsmaekers, et al., 2014, 4) وضحا أن الثقة هي العلاقة المتعلقة بما يعتقد الاشخاص بشأن موقف معين نحو الآخرين بحيث يصبح شكل هذه الثقة مرئي او نشط عندما يتواجد نوع معين من عدم الاستقرار، واكد كلا من (Dhiman & Marques, 2017, 22) أن **"الثقة** رابط روحي وشخصي ونفسي بين الناس ولها اثر فعال وقوي على مكان العمل فضلا عن أنها سيادة اعتقاد أنه بالإمكان الاعتماد على اقوال وافعال شخص معين وذلك لأن هذا الشخص لديه نية حسنة ويوفي بوعوده، وقال كل من (Yu, et al., 2018, 3) إذا اراد القائد أن يكون العاملين مستعدين لمواجهة المواقف والازمات التي تصاحب المنظمة ينبغي زرع ثقة بنفوسهم حول منظمتهم وذلك لأنهم سوف تكون لديهم القدرات اللازمة لمواجهة تلك المواقف والازمات.

5-3-1 مفهوم الثقة بين العاملين

وضح (Dar, 2010, 195) أن الثقة بين العاملين عبارة عن **"معتقد وتوقع جيد بحسن نية وسلوك أقرانهم الآخرين وترتبط بينهم علاقات تشاركية تبادلية وتعاونية بالمعلومات والافكار التي يمتلكونها الامر الذي يعزز مكانة كل منهم لدى الآخر ويؤدي الى الالتزام بالعمل والقيم والمبادئ فضلا عن الاهتمام بمصالح الافراد الآخرين وتعزيز الثقة لديهم"**، ووصف (Gucer & Demirdag, 2014) **(13) الثقة** بين العاملين **"اعتقاد او مجموعة من الاعتقادات التي تتولد لدى فرد بأن زملاءه العاملين عادلون ومؤهلون وجديرون بالثقة وسوف يظهرون سلوك أخلاقي"**، أما كل من (الجادر ومرجاح، 2016، 250) وضحا **الثقة** بين العاملين أنها **"رغبة شخص او مجموعة اشخاص بأن يكونوا ضعيفين أمام رغبات شخص او مجموعة اشخاص اخرين بحيث لا يستطيع هذا الشخص او الاشخاص السيطرة على افعالهم وسلوكياتهم"**، وذكر كل من (كريم ومحمد، 2016، 177) **"أن الثقة** تنشأ عند توفر بعض السمات التي تجعل من الفرد اهلا للثقة أمام العاملين الآخرين من خلال التزامه بالعمل وقيمه ومبادئه كذلك مساعدته لزملائه واهتمامه بهم الامر الذي يؤدي تعزيز ثقتهم به وبالتالي تحقيق الاهداف التنظيمية المطلوبة"، وعزز (الحسيني، 2017، 284) بالقول **"إن ثقة الزملاء في العمل تعد من المكونات الاساسية لاتخاذ القرارات الجماعية ذات فاعلية وذات استباقية مفيدة للعمل وإن الاثنين معا يعدان**

ضروريان للتنفيذ الفعال والاعتماد المتبادل في العمل"، أما (Akhigbe & Sunday, 2017, 5) اكدا إن الثقة بالزملاء في مكان العمل عنصران أساسياً من العناصر التي وجودها يزيد الجودة والانتاجية، وعند ذلك سوف يتولد لدى العامل شعوراً بالرضا وتتكون لديه ثقة تبادلية بينه وبين زملائه في العمل فيبدلون أقصى جهد لديهم في العمل وتحمل مزيداً من المسؤوليات والتحديات، وذكرت كل من (حياة وكريمة، 2020، 269) أن العلاقات بين الزملاء تعد مصدراً مهماً ودعمًا نفسيًا واجتماعيًا للفرد وأن هذا الشيء سوف يؤدي إلى التخفيف من ضغط العمل الذي يواجه الفرد والعكس من ذلك سوف يشعر الفرد بالاغتراب والنبذ وعدم اندماج وضعف في ولاءه والتزامه الأمر الذي يؤدي إلى ظهور نتائج سلبية على المنظمة بشكل عام.

3-7-1 الشروط الواجب توفرها لغرض تحقيق الثقة بين العاملين

هنالك مجموعة من الشروط الواجب توفرها لغرض تحقيق الثقة بين العاملين وهي: (سار، 2019: 14)

أ- القدرات والمهارات: القدرات التي يمتلكها زملاء العمل في حل المواقف التي تتعلق بالعمل يزيد من الثقة بين العاملين.

ب- ارتياح متبادل: الشعور بالراحة بين العاملين يعزز من الثقة فيما بينهم.

ث- استعداد لمنح الآخرين للثقة: الاستعداد لمنح الثقة للآخرين.

المبحث الرابع: الإطار الميداني

تضمن هذا المبحث الإطار الميداني للبحث وتكون من التحليل الوصفي لمتغيرات البحث واختبار الفرضيات الخاصة بها وحسب الاجابات الخاصة بأفراد عينة البحث على الاستبانة في مديرية تربية صلاح الدين والبالغ عددهم (195) فرد فقد تم تقسيم هذا المبحث الى الآتي :

4- التحليل الوصفي للمتغير المستقل (مهارات القائد الاستراتيجي)

تمثل المتغير المستقل للدراسة بمهارات القائد الاستراتيجي وتفرعت منه ثلاثة أبعاد فرعية (التعامل مع الموقف، ادارة التغيير ، الاتصال) وتم قياسها بحيث تتناسب مع متطلبات البحث، وتم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها من افراد عينة البحث من أجل معرفة أي الأبعاد أكثر مستوى أهمية .

جدول (2) نتائج آراء أفراد العينة حول مهارات القائد الاستراتيجي

ت	المهارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	ترتيب الأهمية	مستوى التقييم
1	التعامل مع الموقف	4.10	0.621	0.820	1	مرتفع
2	إدارة التغيير	3.73	0.563	0.746	2	مرتفع
3	الاتصال	3.52	0.527	0.704	3	متوسط
	مهارات القائد الاستراتيجي	3.78	0.399	0.756	-	مرتفع

المصدر: من إعداد الباحث بالإستناد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من النتائج الظاهرة في الجدول (2) أن الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة عن مهارات القائد الاستراتيجي تراوحت ما بين (4.10-52.3) بوسط حسابي كلي مقداره (3.78) بأهمية نسبية (0.756) وهي نسبة أعلى من (60%) عند مستوى تقييم عالي، وعند قيمة انحراف معياري بلغت (0.399) والتي تدل إلى التشتت المنخفض في الإجابات الخاصة بأفراد العينة أي أن هناك وجهات نظر متقاربة نحو مهارات القائد الاستراتيجي في المديرية العامة لتربية صلاح الدين، ومن حيث مستوى المهارات الفرعية فقد جاءت بالمرتبة الأولى (مهارة التعامل مع الموقف)، وجاءت بالمرتبة الثانية (مهارة إدارة التغيير) وجاءت (مهارة الاتصال) بالمرتبة الأخيرة، وأشارت تلك النتائج إلى أن العاملين في المديرية العامة لتربية صلاح الدين وحسب رأي أفراد عينة البحث لديهم قيادة قادرة على احتواء المواقف الصعبة والقدرة على اجتيازها لتحقيق أفضل تكييف وانسجام من خلال الموارد المعرفية التي يمتلكونها وبشكل يتناسب مع ما يتطلبه العمل، ولكن هناك ضعف لمهارة الاتصال كونها جاءت بأقل نسبة وهو مؤشر غير جيد، وبالتالي فإن إعادة النظر والاهتمام بالاتصالات تعتبر فرصة جيدة لفهم الموقف حسب نوعيته من خلال مشاركة وتبادل الأفكار بينها وبين عاملها والقدرة على تعديل وتوحيد التصورات الخاصة بالموقف، وما يؤكد هذه النتيجة هو حصول جميع المهارات على انحراف معياري ذو تشتت منخفض في استجابات الأفراد المبحوثين، وأن ما يعكس تقارب وجهات النظر للأفراد المبحوثين هو أنهم متفقون في أجوبتهم نحو ترتيب أهمية الأبعاد الخاصة بمهارات القائد الاستراتيجي.

1-4- التحليل الوصفي لمهارة التعامل مع الموقف

تضمن البعد الأول للمتغير المستقل (مهارة التعامل مع الموقف) في الاستبانة على (6) فقرات، والجدول (3) يوضح نتائج البحث الوصفية لفقرات هذا البعد وكالاتي:

جدول (3) نتائج آراء أفراد العينة حول فقرات مهارة التعامل مع الموقف

ت	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى التقييم
1	يختار القائد في مديرتنا أعضاء لديهم القدرة والمهارة اللازمة لإنجاز مهمات المواقف.	4.06	1.186	0.812	مرتفع
2	يضع القائد في مديرتنا الاستراتيجيات الخاصة لمعالجة المواقف.	4.07	1.054	0.814	مرتفع
3	يمتلك القائد في مديرتنا القدرة على الابداع والابتكار لمواجهة المواقف.	4.04	1.092	0.808	مرتفع
4	ينجز القائد في مديرتنا الأعمال حسب الأولويات والأهمية في المواقف لمعالجتها.	4.10	0.973	00.82	مرتفع
5	يطبق القائد في مديرتنا الأساليب الفنية والإدارية لمعالجة المواقف.	4.17	0.753	0.834	مرتفع
6	يتخذ القائد في مديرتنا قرارات حاسمة بدون تردد لمعالجة المواقف.	4.14	0.973	0.828	مرتفع
	الوسط الحسابي لمهارة التعامل مع الموقف	4.10			مرتفع

المصدر: من إعداد الباحث بالاستناد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من نتائج الجدول (3) إنه لا يوجد هناك اتفاق تام بين إجابات أفراد عينة البحث على مستوى الفقرات الفرعية المتعلقة بمهارة التعامل مع الموقف، وما يؤكد هذا الاتفاق حصول بعض فقراتها على انحراف معياري ذات تشتت مرتفع أكبر من الواحد صحيح، مما يدل بان هناك تباعد وعدم تجانس في إجابات أفراد العينة نحو بعض الفقرات الفرعية كالفقرة رقم (3،2،1) وهذا يشير الى عدم التوافق بشكل تام نحو اجاباتهم، وعلى مستوى الفقرات الفرعية فقد نالت الفقرة رقم (5) والتي تنص على (يطبق القائد في مديرتنا الأساليب الفنية والإدارية لمعالجة المواقف) على أعلى وسط حسابي قدره (4.17)، بينما حصلت الفقرة رقم (3) التي تنص على (يمتلك القائد في مديرتنا القدرة على الابداع والابتكار لمواجهة المواقف) على أقل وسط حسابي بلغ (4.04)، وتشير تلك النتائج إلى أن القيادة المسؤولة عن إدارة العمل تهتم بتطبيق التعليمات الصادرة عن الإدارة العليا (الوزارة) وتنفيذ الأساليب الفنية والإدارية المتعلقة بالعمل من أجل معالجة أخطاء العمل والسيطرة على الموقف، وأن هناك ضعف بالقدرة على الابداع والابتكار لمواجهة تلك المواقف بصورة مستمرة بسبب تنوعها. ولكن بشكل عام جاءت مهارة التعامل مع المواقف من قبل القيادة في المديرية العامة لتربية صلاح الدين بأهمية نسبية بلغت نسبتها (0.820) عند مستوى تقييم مرتفع.

4-2 - التحليل الوصفي لمهارة إدارة التغيير

تضمن البعد الثاني للمتغير المستقل (مهارة إدارة التغيير) في الاستبانة على (6) فقرات، ويوضح الجدول (4) نتائج البحث الوصفية التي تم التوصل إليها.

جدول (4) نتائج آراء أفراد العينة حول فقرات مهارة إدارة التغيير

ت	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى التقييم
7	يمتلك القائد في مديرتنا القدرة على تحديد أهداف التغيير بشكل واضح وقابل للتطبيق.	4.09	1.075	0.818	مرتفع
8	يحفز القائد في مديرتنا العاملين نحو التغيير لتحسين	4.26	0.956	0.852	مرتفع

الأداء.					
متوسط	0.722	1.026	3.61	9	يحدد القائد في مديريتنا الموارد المختلفة واللازمة لتحقيق أهداف التغيير.
متوسط	00.68	1.137	3.40	10	يمتلك القائد في مديريتنا القدرة على التنسيق بين الإدارات والأقسام المختلفة وتجنب تداخل الاختصاص عند القيام بعملية التغيير.
متوسط	0.704	1.090	3.52	11	يقوم القائد في مديريتنا بجمع كل البيانات والمعلومات الممكنة عن مشكلات العمل وإدارة التغيير.
متوسط	0.708	1.117	3.54	12	يمتلك القائد في مديريتنا القدرة على وضع الخطط الاستراتيجية للعمل وإدارة التغيير.
مرتفع	3.73				الوسط الحسابي لمهارة إدارة التغيير

المصدر: من إعداد الباحث بالاستناد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من نتائج الجدول (4) أنه لا يوجد اتفاق تام بين إجابات أفراد عينة البحث على مستوى الفقرات الفرعية المتعلقة بمهارة إدارة التغيير، وما يؤكد هذا الاتفاق حصول أكثر فقراتها على انحراف معياري ذات تشتت مرتفع أكبر من الواحد صحيح، مما يدعى بان هناك تباعد وعدم تجانس في إجابات أفراد عينة البحث نحو الفقرات الفرعية كالفقرة رقم (7، 9، 10، 11، 12) وهذا يشير إلى عدم توافق بشكل تام نحو اجاباتهم، وعلى مستوى الفقرات الفرعية فقد نالت الفقرة رقم (8) التي تنص على (يحفز القائد في مديريتنا العاملين نحو التغيير لتحسين الأداء) على أعلى وسط حسابي قدره (4.26) بينما حصلت الفقرة رقم (10) التي تنص على (يمتلك القائد في مديريتنا القدرة على التنسيق بين الإدارات والأقسام المختلفة وتجنب تداخل الاختصاص عند القيام بعملية التغيير) على أقل وسط حسابي بلغ (3.40)، وتشير تلك النتائج إلى أن القيادة في المديرية العامة لتربية صلاح الدين لديها القدرة على اجراء التغييرات الإدارية اللازمة وتحفيز العاملين على العمل بها بهدف تحسين الأداء الوظيفي والخدمي للمنظمة المبحوثة ولكن هذه القدرة لا تحظى بالاهتمام الكافي مما أدى إلى عدم قدرة القيادة تنسيق الاعمال على كافة المستويات الإدارية المختلفة لتجنب التداخل الوظيفي بين الوظائف الإدارية والخدمية والفنية في بيئة العمل. وبشكل عام جاءت مهارة إدارة التغيير بأهمية نسبية بلغت نسبتها (0.746) عند مستوى تقييم مرتفع.

4-3- التحليل الوصفي لمهارة الاتصال

تضمن البعد الثالث للمتغير المستقل (مهارة الاتصال) في الاستبانة على (6) فقرات، ويوضح الجدول (5) نتائج البحث الوصفية التي تم التوصل إليها لفقرات هذا البعد.

جدول (5) نتائج آراء أفراد العينة حول فقرات مهارة الاتصال

ت	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى التقييم
13	يتقن القائد في مديريتنا فن اجادة المكاتبات والمخاطبات الرسمية .	3.28	1.179	0.656	متوسط
14	يقوم القائد في مديريتنا بالإصغاء إلى العاملين ومشاكلهم ومساعدتهم على تجاوزها.	3.17	1.201	0.634	متوسط
15	يتعامل القائد في مديريتنا مع وسائل الإعلام بمهارة	3.44	1.074	0.688	متوسط
16	يتمتع القائد في مديريتنا بعلاقات تواصل طيبة مع الاخرين في محيط العمل (زملاء، رؤساء) .	3.46	1.056	0.692	متوسط
17	يستثمر القائد في مديريتنا الأفكار المرتدة من	4.22	0.930	0.844	مرتفع

				الأخرين من خلال التواصل معهم .	
متوسط	0.706	1.090	3.53	يتصف القائد في مديريتنا بالقدرة على تطوير الخطط بمشاركة العاملين والاتصال بهم .	18
متوسط	3.52			الوسط الحسابي مهارة الاتصال	

المصدر: من إعداد الباحث بالاستناد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من نتائج الجدول (5) أنه ليس هناك اتفاق تام بين إجابات أفراد عينة البحث على مستوى الفقرات الفرعية المتعلقة بمهارة الاتصال، وما يؤكد هذا الاتفاق حصول أكثر فقراتها على انحراف معياري ذات تشتت مرتفع أكبر من الواحد صحيح، مما يدعي بان هناك تباعد وعدم تجانس في إجابات أفراد عينة البحث نحو الفقرات الفرعية كالفقرة رقم (18،16،15،14،13) وهذا يشير الى عدم توافق بشكل تام نحو اجاباتهم، وعلى مستوى الفقرات الفرعية فقد نالت الفقرة رقم (17) التي تنص على (يستثمر القائد في مديريتنا الأفكار الراجعة من الآخرين من خلال التواصل معهم) على أعلى وسط حسابي قدره (4.22) بينما حصلت الفقرة رقم (14) التي تنص على (يقوم القائد في مديريتنا بالإصغاء إلى العاملين ومشاكلهم ومساعدتهم على تجاوزها) على أقل وسط حسابي بلغت قيمته (3.17)، وتشير تلك النتائج إلى أن القيادة في المديرية العامة لتربية صلاح الدين تعمل على استثمار الأفكار والابتكارات من خلال التغذية الراجعة للعاملين في المنظمة المبحوثة من خلال تفعيل منظومة الاتصال معهم بشكل مستمر، ولكن هذا التواصل لا يحظى بفرصة لمعالجة أي مشكلة يمكن ان تظهر في العمل بسبب الضعف الحاصل بقدرة القيادة على الاصغاء للعاملين وفسح المجال امامهم والعمل على الاستماع لهم وحل مشاكلهم . وبشكل عام جاءت مهارة الاتصال بأهمية نسبية بلغت نسبتها (0.704) عند مستوى تقييم متوسط .

4-4 - التحليل الوصفي للمتغير التابع الثقة بين العاملين في العمل

تضمن المتغير التابع (الثقة بين العاملين في العمل) في الاستبانة على (6) فقرات، ويوضح الجدول (6) نتائج البحث الوصفية لفقرات هذا البعد.

جدول (6) نتائج اراء أفراد عينة حول فقرات الثقة بين العاملين في العمل

ت	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى التقييم
25	يستعد زملائي للتضحية من اجلي عندما احتاج لهم واشعر بذلك.	3.35	1.236	00.67	متوسط
26	يستحق زملائي ثقتي لذا لا داعي لأكون حذر معهم.	4.32	1.051	0.864	مرتفع
27	يجيب زملائي على الاسئلة التي اطرحها بأمانة.	4.07	1.102	0.814	مرتفع
28	يمكنني الاعتماد على زملائي في العمل بسبب تنوع معارفهم ومهاراتهم .	3.63	1.133	0.726	متوسط
29	يوجد تفاهم بيني وبين زملائي ولا اجعل علاقتي العاطفية معهم تؤثر على عملي .	4.28	1.101	0.856	مرتفع
30	تعزز الثقة بيننا عندما تكون هناك اتصالات بيني وبين زملائي .	4.24	1.106	0.848	مرتفع
	الوسط الحسابي للثقة بين العاملين في العمل	3.98			مرتفع

المصدر: من إعداد الباحث بالاستناد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من نتائج الجدول (6) أنه ليس هناك اتفاق تام بين إجابات أفراد عينة البحث على مستوى الفقرات الفرعية المتعلقة بالثقة بين العاملين في العمل، وما يؤكد هذا الاتفاق حصول جميع فقراتها على انحراف معياري ذات تشتت مرتفع أكبر من الواحد صحيح، مما يدعي بان هناك تباعد وعدم تجانس في إجابات أفراد عينة البحث نحو الفقرات الفرعية للبعد الثقة بين العاملين في العمل، وهذا يشير الى عدم التوافق بشكل تام نحو اجاباتهم، وعلى مستوى الفقرات الفرعية فقد نالت الفقرة رقم (26) التي تنص على (يستحق زملائي

ثقتي لذا لا داعي لأكون حذر معهم) على أعلى وسط حسابي قدره (4.32)، بينما حصلت الفقرة رقم (25) التي تنص على (يستعد زملائي للتضحية من اجلي عندما احتاج لهم وأشعر بذلك) على أقل وسط حسابي بلغت قيمته (3.35)، وتشير تلك النتائج إلى أن العاملين في المديرية العامة لتربية صلاح الدين لديهم علاقات ودية مع زملائهم مما يكسبهم الثقة بهم وبالتالي يمكن تسيير الاعمال بالعلاقات العاطفية التي تؤثر على سير العمل، ولكن هذه الثقة ليست تبادلية بين الزملاء الى مستوى يمكن للزملاء التضحية لتجنب المشاكل المتعلقة بالإداء الوظيفي في العمل عندما يحتاج اليها العاملين. وبشكل عام جاءت الثقة بين العاملين في العمل بأهمية نسبية بلغت نسبتها (0.796) عند مستوى تقييم مرتفع.

المبحث الرابع : اختبار فرضيات البحث

5-4- اختبار فرضيات الارتباط

الفرضية الرئيسية الاولى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين مهارات القائد الاستراتيجي والثقة بين العاملين في المديرية العامة لتربية صلاح الدين.

جدول (7) يوضح نتائج علاقات الارتباط بين مهارات القائد الاستراتيجي بدلالة ابعادها والثقة بين العاملين.

المؤشر الكلي	مهارات القائد الاستراتيجي			المتغير التفسيري	
	مهارة الاتصال	مهارة إدارة التغيير	مهارة التعامل مع الموقف	المتغير المستجيب	المؤشر الكلي للثقة بين العاملين
**0.286	*0.166	**0.290	*0.149		

n = 195

(**) العلاقة معنوية عند مستوى دلالة (0.05)

المصدر: من إعداد الباحث بالاستناد على مخرجات برنامج (SPSS).

يبين الجدول (7) وجود علاقة ارتباط معنوية بين مهارات القائد الاستراتيجي والثقة بين العاملين في المنظمة المبحوثة، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (0.286) عند مستوى معنوية (0.05) وهي قيمة إيجابية تؤثر الى وجود العلاقة بين المتغيرين لتؤكد ما أبرزته البحث في جانبها النظر، إي جاءت النتائج لتؤشر إمكانية إحداث تعاضد بين مهارات القائد الاستراتيجي بدلالة أبعادها مع الثقة بين العاملين ومن أجل التكامل للوصول إلى اهداف المنظمة المبحوثة. وبالتالي تقبل الفرضية الرئيسية الأولى بصيغة الإثبات والتي تنص على: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين مهارات القائد الاستراتيجي والثقة بين العاملين في المديرية العامة لتربية صلاح الدين. وانبثقت من الفرضية الرئيسية الأولى الفرضيات الفرعية التالية:

أ- الفرضية الفرعية الاولى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين مهارة التعامل مع الموقف والثقة بين العاملين في المديرية العامة لتربية صلاح الدين.

تظهر نتائج الجدول (7) اختبار الفرضية الفرعية الأولى والتي تشير إلى وجود علاقة ارتباط معنوية بين مهارة التعامل مع الموقف الثقة بين العاملين في المنظمة المبحوثة، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (0.149) عند مستوى معنوية (0.05) وهي قيمة إيجابية تشير الى العلاقة بين المتغيرين لتؤكد ما أبرزه البحث في جانبه النظري، وجاءت النتائج لتؤشر إمكانية إحداث تعاضد بين مهارة التعامل مع الموقف والثقة بين العاملين من أجل التكامل للوصول إلى أهداف المنظمة المرسومة، وبالتالي فأنا نقبل الفرضية الفرعية الأولى بصيغة الإثبات والتي نصت على: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين مهارة التعامل مع الموقف والثقة بين العاملين في المديرية العامة لتربية صلاح الدين .

ب- الفرضية الفرعية الثانية: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين مهارة إدارة التغيير والثقة بين العاملين في المديرية العامة لتربية صلاح الدين .

تظهر نتائج الجدول (7) اختبار الفرضية الفرعية الثانية والتي تشير إلى وجود علاقة ارتباط معنوية بين مهارة إدارة التغيير والثقة بين العاملين في المنظمة المبحوثة، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (0.290) عند مستوى معنوية (0.05) وهي قيمة إيجابية تشير إلى العلاقة بين المتغيرين لتؤكد ما أبرزه البحث في جانبه النظري، وجاءت النتائج لتؤشر إمكانية إحداث تعاضد بين مهارة إدارة التغيير

والثقة بين العاملين من أجل التكامل للوصول إلى أهداف المنظمة المرجوة، وبالتالي فإننا نقبل الفرضية الفرعية الثانية بصيغة الإثبات والتي نصت على: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين مهارة إدارة التغيير بين العاملين في المديرية العامة لتربية صلاح الدين. ت- الفرضية الفرعية الثالثة: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين مهارة الاتصال بين العاملين في المديرية العامة لتربية صلاح الدين.

تظهر نتائج الجدول (7) اختبار الفرضية الفرعية الثالثة والتي تشير إلى وجود علاقة ارتباط معنوية بين مهارة الاتصال والثقة بين العاملين في المنظمة المبحوثة، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط (0.266) عند مستوى معنوية (0.05) وهي قيمة إيجابية تشير إلى قوة العلاقة بين المتغيرين لتؤكد ما أبرزه البحث في جانبه النظري، وجاءت النتائج لتؤشر إمكانية إحداث تعاضد بين مهارة الاتصال والثقة بين العاملين من أجل التكامل للوصول إلى أهداف المنظمة المرجوة، وبالتالي فإننا نقبل الفرضية الفرعية الثالثة بصيغة الإثبات والتي نصت على: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين مهارة الاتصال والثقة بين العاملين في المديرية العامة لتربية صلاح الدين.

6-4 : اختبار فرضيات التأثير

الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد تأثير ذو دلالة معنوية عند مستوى دلالة معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لمهارات القائد الاستراتيجي في الثقة بين العاملين في المديرية العامة لتربية صلاح الدين.

بالاستناد إلى مضمون الفرضية الرئيسية الثانية التي تشير إلى وجود علاقة تأثير معنوية لمهارات القائد الاستراتيجي بإبعاده في الثقة بين العاملين، حيث تم تطبيق اختبار الانحدار الخطي المتعدد للإجابة على الفرضية الرئيسية الثانية والفرضيات الفرعية، لذلك نعرض نتائج الاختبار وعلى النحو الآتي:

جدول (8) اختبار التباين لأثر مهارات القائد الاستراتيجي في الثقة بين العاملين

Model النموذج	Sum of Squares مجموع المربعات	Df درجة الحرية	Mean Square متوسط المربعات	F المحسوبة	Sig. الدلالة الاحصائية	ملخص النموذج Model Summery	
						R	R ²
الانحدار	7.014	3	2.338	14.592	.000 ^a	0.432	0.186
البواقي	30.605	191	0.160				
المجموع	37.619	194					

المصدر: من إعداد الباحث بالاستناد على مخرجات برنامج (SPSS). $n = 195$ عند مستوى معنوية (0.05).

نلاحظ من نتائج الجدول (8) وجود علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لمهارات القائد الاستراتيجي في الثقة بين العاملين في المنظمة التعليمية المبحوثة، إذ إن مجموع ما تفسره مهارات القائد الاستراتيجي وفقاً لقيمة (R^2) قد بلغ نحو (18.6%) من التغيير الحاصل في الثقة بين العاملين ناتج عن ممارسة القيادة في المنظمة المبحوثة لمهارات القائد الاستراتيجي، في حين أن (81.4%) من التغيرات الحاصلة في الثقة بين العاملين تعزى إلى عوامل أخرى لا يمكن السيطرة عليها أو أنها لم تدخل في نموذج الانحدار، وهذه القيمة معنوية وفقاً لقيمة (F) المحسوبة التي بلغت (14.592) وهي أكبر من القيمة الجدولية لها (3.09) عند درجتى حرية (3، 191) وعند مستوى معنوية (0.05)، وتوضح هذه النتائج أهمية ممارسة مهارات القائد الاستراتيجي للوصول إلى ثقة تنظيمية تبادلية لدى العاملين في المنظمة قيد البحث، أي أن الثقة التنظيمية بين العاملين في المنظمة المبحوثة تعتمد على امتلاك قائدها للمهارات المعبرة عن القيادة الاستراتيجية المتمثلة (بالتعامل مع الموقف وإدارة التغيير والاتصال) وفي ذلك إشارة إلى أنه كلما امتلك القائد للمهارات المجسدة للقيادة الاستراتيجية كلما ازدادت الثقة بين العاملين في المنظمة المبحوثة وهذا يقودنا إلى قبول الفرضية الرئيسية الثانية بصيغة الإثبات والتي تنص على: يوجد تأثير ذو دلالة معنوية بين مهارات القائد الاستراتيجي والثقة بين العاملين في المديرية العامة لتربية صلاح الدين. وانبثقت من الفرضية الرئيسية الثانية الفرضيات الفرعية التالية:

أ- الفرضية الفرعية الأولى: يوجد تأثير ذو دلالة معنوية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لمهارة التعامل مع الموقف في الثقة بين العاملين في المديرية العامة لتربية صلاح الدين.

من خلال النتائج الموضحة في الجدول (9) نلاحظ أن الدلالة الإحصائية لمهارة التعامل مع الموقف بلغت قيمتها (0.037) عند مستوى دلالة معنوية أقل من أو تساوي (0.05) وهذه القيمة تدل على أن هنالك تأثير ذو دلالة معنوية لمهارة التعامل مع الموقف في

الثقة بين العاملين في المنظمة المبحوثة، وإذ بلغت قيمة معامل (beta) لبعد مهارة التعامل مع الموقف (0.153) والتي توضح أن ما نسبته (15.3%) من التباين الذي يحصل في الثقة بين العاملين يكون ناتجاً عن التغيير الحاصل في مهارة التعامل مع الموقف لدى القيادة في المديرية العامة لتربية صلاح الدين، ويدعم ذلك قيمة معامل الانحدار (B) البالغة (0.109) والتي تدل على أنه إذا ازداد بعد مهارة التعامل مع الموقف لدى القيادة بمقدار وحدة واحدة فإن متغير الثقة بين العاملين سيزداد بمقدار (0.109) وحدة، وهي زيادة معنوية وفقاً لقيمة (T) المحسوبة والبالغة (2.097) وعند مستوى معنوية (0.05) وهي أكبر من القيمة الجدولية لها والبالغة (1.960) بمستوى معنوية (0.05) وبالتالي يستدل من هذه النتيجة ان تحقق الثقة بين العاملين في المنظمة المبحوثة يعتمد على امتلاك قادتها لمهارة التعامل مع الموقف وعلى نحو يؤشر تحقق الفرضية الفرعية الاولى المنبثقة من الفرضية الرئيسية الثانية والتي نصت على وجود تأثير ذو دلالة معنوية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لمهارة التعامل مع الموقف في الثقة بين العاملين في المديرية العامة لتربية صلاح الدين.

ب- الفرضية الفرعية الثانية: يوجد تأثير ذو دلالة معنوية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لمهارة إدارة التغيير في الثقة بين العاملين في المديرية العامة لتربية صلاح الدين.

من النتائج المبينة في الجدول (9) نلاحظ أن الدلالة الإحصائية لمهارة إدارة التغيير بلغت قيمتها (01.0) عند مستوى دلالة معنوية أقل من (0.05) مما يدل أن لهذه القيمة تأثير ذو دلالة معنوية لمهارة إدارة التغيير في الثقة بين العاملين في المنظمة المبحوثة، وأن قيمة معامل (beta) لبعد إدارة التغيير بلغت (0.206) والتي تدل على أن ما نسبته (20.6%) من التباين الذي يحصل في الثقة بين العاملين ينتج عن التغيير الحاصل في مهارة إدارة التغيير لدى القيادة في المديرية العامة لتربية صلاح الدين، ويدعم ذلك قيمة معامل الانحدار (B) البالغة (0.161) التي تدل على أنه إذا ازداد بعد مهارة إدارة التغيير لدى القائد بمقدار وحدة واحدة فإن متغير الثقة بين العاملين سيزداد بمقدار (0.161) وحدة، وهي زيادة معنوية وفقاً لقيمة (T) المحسوبة والبالغة (2.586) وضمن مستوى معنوية (0.05) وهي أكبر من القيمة الجدولية لها البالغة (1.960) بمستوى معنوية (0.05)، وبالتالي فإن النتيجة هذه جاءت لتؤكد صحة الفرضية الفرعية الثانية بصيغته الإثبات والتي نصت على: يوجد تأثير ذو دلالة معنوية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لمهارة إدارة التغيير في الثقة بين العاملين في المديرية العامة لتربية صلاح الدين.

ت- الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد تأثير ذو دلالة معنوية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لمهارة الاتصال في الثقة بين العاملين في المديرية العامة لتربية صلاح الدين.

من النتائج الظاهرة في الجدول (9) نلاحظ أن قيمة الدلالة الإحصائية لمهارة الاتصال قد بلغت (0.00) عند مستوى دلالة معنوية أقل من أو يساوي (0.05) وحيث إن هذه القيمة تدل على وجود أثر ذي دلالة معنوية لمهارة الاتصال في الثقة بين العاملين في تربية صلاح الدين وحيث أنه بلغت قيمة معامل (beta) لبعد مهارة التعامل مع الموقف (0.248) والتي تشير إلى أن ما نسبته (24.8%) من التباين الحاصل في الثقة بين العاملين ناتج عن التغيير الحاصل في مهارة إدارة الاتصال لدى القيادة الإدارية في المديرية العامة لتربية صلاح الدين، ويدعم ذلك قيمة معامل الانحدار (B) البالغة (0.207) التي تدل على أنه إذا ازداد بعد مهارة الاتصال لدى القيادات الإدارية بمقدار وحدة واحدة فإن متغير الثقة بين العاملين سيزداد بمقدار (0.207) وحدة، وهي زيادة معنوية وفقاً لقيمة (T) المحسوبة والبالغة (3.365) وضمن مستوى معنوية (0.05) وهي أكبر من القيمة الجدولية لها والبالغة (1.960) بمستوى معنوية (0.05) وبالتالي فإن هذه النتيجة تعكس أن الثقة بين العاملين في المنظمة المبحوثة تستمد مقومات تحقيقها من امتلاك قادتها لمهارة الاتصال لتؤكد صحة الفرضية الفرعية الثالثة بصيغته الأثبات والتي نصت على: يوجد تأثير ذو دلالة معنوية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لمهارة الاتصال في الثقة بين العاملين في المديرية العامة لتربية صلاح الدين.

جدول (9) معاملات الانحدار لإثر مهارات القائد الاستراتيجي في الثقة بين العاملين

معاملات الانحدار Coefficients					
Sig*	T	βEta	B	أبعاد المتغير المستقل	المتغير التابع
0.000	7.335	-	2.083	Constant	الثقة بين العاملين
0.037	2.097	0.153	0.109	مهارة التعامل مع الموقف	
0.010	2.586	0.206	0.161	مهارة إدارة التغيير	
0.001	3.365	0.248	0.207	مهارة الاتصال	

المصدر: من إعداد الباحث بالإستناد على مخرجات برنامج (SPSS).

المبحث الخامس : الاستنتاجات والتوصيات

5 - الاستنتاجات

- 1- يتضح من نتائج تحليل وصف مهارات القيادة الاستراتيجية وتشخيصها، اهتمام المديرية العامة لتربية صلاح الدين بممارسة تلك المهارات، فضلا عن حرصها على اختيار الاسلوب المناسب من اجل توظيف تلك المهارة في بيئة العمل .
- 2- تمتلك القيادة في المديرية العامة لتربية صلاح الدين مستوى ممارسة مرتفع لمهارة التعامل مع المواقف، والذي يتصف بحرص القيادة في المنظمة المبحوثة على توظيف الاساليب الفنية والإدارية لمعالجة المواقف.
- 3- تمتلك القيادة في المديرية العامة لتربية صلاح الدين القدرة على تحديد اهداف التغيير بشكل واضح من خلال تحفيز العاملين نحو التغيير والتطوير وتحدد الموارد اللازمة لتحسين الاداء.
- 4- تتمتع القيادة في المديرية العامة لتربية صلاح الدين بعلاقة تواصل طيبة مع الاخرين في محيط العمل من زملاء ومرؤوسين والتي يمكن استثمارها من خلال الأفكار المرتدة من الاخرين والعمل على تطوير الخطط الاستراتيجية بمشاركتهم .
- 5- امتلاك العاملين في المديرية العامة لتربية صلاح الدين لديهم الثقة والاحساس بالمسؤولية تجاه المنظمة المبحوثة وزملائهم في العمل.
- 6- أن العاملين تربطهم علاقات ودية وتبادلية مع زملائهم في العمل وهذا شيء يدعم التعاون فيما بينهم بدون دافع مادي مما يحقق الثقة بينهم، وهذا الامر يجعل هناك فرصة للتنوع في المعرفة والمهارات.

6 - التوصيات

- يتضمن هذا المبحث تقديم مجموعة من التوصيات العامة للمديرية العامة لتربية صلاح الدين لمعالجة نقاط الضعف في متغيرات البحث والتي ظهرت في النتائج.
- التوصية الأولى:** على القيادة في المديرية العامة لتربية صلاح الدين الحفاظ على بيئة عمل مستقرة من خلال استخدام الطرق العلمية المختلفة والوسائل الضرورية والتفاعل الاجتماعي مع العاملين لإنجاز العمل وتحقيق الية العمل:
- أ- دمج القيادة في دورات تدريبية تنظيمية لزيادة قدراتهم المعرفية في كيفية إنجاز اعمال المنظمة وتحقيق اهدافها بكفاءة وفاعلية.
 - ب- الحفاظ على قدرات القيادة من خلال الخبرات المكتسبة والمعرفة التراكمية وتطبيقها على ارض الواقع في أداء الواجبات والمهام الوظيفية.
- التوصية الثانية:** إعطاء فرصة للقيادة للتغيير والنمو من خلال البحث عن الأفكار الجديدة واستغلالها في الابتكار لمواجهة المواقف.
- الية العمل:
- أ- فسح المجال أمام القيادة لاختيار أعضاء فريق لديهم القدرة والمهارة اللازمة في اداء المهام الموكلة اليهم.
 - ب- الحفاظ على إنجاز الاعمال حسب الأولويات والأهمية في الموقف من اجل سرعة معالجتها وفق متطلبات الموقف.
- التوصية الثالثة:** ينبغي على إدارة تربية صلاح الدين تجنب التداخل بين الاختصاصات عند القيام بعملية التغيير في بيئة العمل.
- الية العمل:
- أ- قيام القائد في المنظمة المبحوثة بالتنسيق بين الإدارات والاقسام المختلفة بطريقة نظامية من خلال اتباع خطط إدارة التغيير الاستراتيجية للعمل .
 - ب- قيام القائد بجمع المعلومات اللازمة لحل مشكلات العمل وإدارة التغيير بشكل واضح وقابل للتطبيق في المنظمة.
- التوصية الرابعة:** يجب على المديرية العامة لتربية صلاح الدين توجيه القيادات الادارية لغرض الإصغاء الى العاملين ومساعدتهم في تجاوز مشاكلهم في بيئة العمل.
- آلية عمل:
- أ- تشجيع القيادة الإدارية على توسيع علاقات التواصل مع الاخرين في محيط العمل لاستثمار الأفكار المرتدة من خلال التواصل.
 - ب- الحرص على إنجاز الاعمال وتطوير الخطط من خلال فسح المجال أمام العاملين بالمشاركة والاتصال بهم من خلال المكاتبات والمخاطبات الرسمية.
- التوصية الخامسة:** سعي المديرية العامة لتربية صلاح الدين على توطيد العلاقة بين زملاء العمل بما يساهم في استعداد العاملين بالتضحية لزملائهم في العمل عند الحاجة.

آلية عمل:

- أ- سعي مشرفي العمل بشكل دائم في حل مشاكل الآخرين بعدالة ويضعوها ضمن أولياتهم وجعلها جزء مهم تجاه العاملين.
 ب- بذل المزيد من الاهتمام والجهد من قبل مشرفي العمل في التعرف على جميع تفاصيل العمل والنظر إليها باحترافية وتفاني.
 التوصية السادسة: حث المديرية العامة لتربية صلاح الدين بالتوجه الفعلي نحو الاهتمام بالتعامل بعدالة مع جميع العاملين لما له تأثير إيجابي في الأداء الفعلي للعاملين.

آلية عمل:

- أ- العمل على تعميق حالة الانسجام والتفاهم بين الموظفين وجعلها علاقة تبادلية.
 ب- توجيه العاملين نحو الاعتماد على زملائهم في العمل بفعل تنويع معارفهم ومهارتهم.
 ت- تكوين صورة ذهنية إيجابية بين الزملاء العمل بأنه يستحق الثقة ولا داعي للحذر من خلال استمرار مشاركة وتبادل المعلومات والأفكار مع زملاء في العمل.

7- المصادر

1-7 المصادر العربية :

1-1-7 الرسائل والاطاريح

- 1- الشاعر، حسين سليم سالم، (2016)، الإبداع الإداري وعلاقته بالمهارات القيادية لدى مديري مدارس وكالة الفوت الدولية بمحافظة غزة من وجهة نظر المعلمين، رسالة ماجستير، كلية التربية، جامعة الأزهر، غزة، فلسطين.
- 2- الخطيب، محمد حسن عمر، (2015)، "مهارات القيادة الاستراتيجية وعلاقتها بإدارة الأزمات دراسة ميدانية على الهيئات المحلية الفلسطينية في محافظة غزة"، رسالة ماجستير، جامعة الأزهر، كلية العلوم الاقتصادية والإدارية، غزة .
- 3- الساعدي، حسن علي حمد، (2012)، المهارات القيادية وعلاقتها بالأداء الوظيفي دراسة ميدانية على المديرين في الإدارات العليا والوسطى والتنفيذية بالشركات الصناعية العامة في مدينة بنغازي، رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد، جامعة بنغازي، الجزائر.
- 4- العامري، علي عبد الحسين، (2010)، "دور القيادة الاستراتيجية والشفافية في محاربة الفساد الإداري دراسة مقارنة بين آراء قيادات عينة من منظمات القطاع العام في محافظة كربلاء المقدسة وآراء عينة من المستفيدين من خدمات هذه المنظمات"، رسالة ماجستير، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة كربلاء.
- 5- العنبي، عبد المحسن بن إبراهيم، (2003)، "المهارات القيادية لدى الضباط العاملين في وزارة الدفاع والطيران في مدينة الرياض وعلاقتها بكفاءة أدائهم"، رسالة ماجستير، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية.
- 6- الأغا، راند عمر، (2008)، "المهارات القيادية لدى المسؤولين في شركة الاتصالات الخلوية الفلسطينية (جوال) بين الواقع والمنظور المعياري"، رسالة ماجستير، الإسلامية، كلية إدارة الأعمال، غزة .
- 7- ايوب، حنكة، (2012)، دور القيادة الاستراتيجية في بناء منظمات متعلمة دراسة تطبيقية: مؤسسة اتصالات الجزائر، رسالة ماجستير، كلية العلوم الإدارية والاقتصادية، محمد خضير بسكرة، الجزائر.
- 8- باكير، سمير صابر، (2013)، "بناء أنموذج مقترح لقياس مدى تأثير القيادة الاستراتيجية على نجاح استراتيجية الابتكار"، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، كلية إدارة الأعمال.
- 9- سارة، صباغ، (2019)، أثر الثقة التنظيمية على الأداء الوظيفي دراسة ميدانية في المديرية الجهوية لقسم الإنتاج بقاعدة إرارة - شركة سوناطراك حاسي مسعود، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر.
- 10- عتودي، احمد حجاب، (2017)، الثقة التنظيمية وعلاقتها بالأداء الوظيفي من وجه نظر العاملين بأمانة منطقة جازان، رسالة ماجستير، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض المملكة العربية السعودية.

1-7-2 المجلات

- 11- الجادر، سهير عادل، ومراجح زهراء غانم، (2016)، " دور المهارات القيادية في الثقة التنظيمية بحث تحليلي في مركز وزارة التعليم العالي والبحث العلمي العراقية"، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، جامعة بغداد، المجلد (22) العدد (87).
- 12- الحسيني، سوسن جواد، (2017)، " دور الثقة والالتزام التنظيمي في تحسين الاداء الوظيفي، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد(50).
- 13- الرشيد، احمد عبيد وسلامة، كايد، (2015)، درجة الثقة التنظيمية في جامعات الكويت الحكومية والخاصة وعلاقتها بالدافعية لدى اعضاء هيئة التدريس فيها من وجه نظرهم، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات التربوية والنفسية، المجلد(3) العدد(12).
- 14- الزهراني، ابراهيم بن حنشل سعيد، (2018)، "القيادة الاستراتيجية واثرها في تطوير قدرات التعلم التنظيمي دراسة ميدانية بجامعة ام القرى، المجلة العربية للأبحاث التربوية"، جامعة الإمارات، المجلد(42) العدد(2).
- 15- اللواتيه، فاكهة بنت عبد الرضا بن محسن وصلاح الدين، نسرين صالح محمد، الكيومية، أمل بنت راشد، (2021)، "القيادة الاستراتيجية كمدخل لتطوير أداء مديري المدارس بسلطنة عمان، كلية التربية"، جامعة قطر، مجلة العلوم التربوية، العدد (17) ، قطر.

- 16- حياة، سرير الحرستي وكريمة ربحي، (2020)، "تأثير أبعاد الثقة التنظيمية على الاغتراب التنظيمي دراسة تحليلية لآراء العاملين في المعمل الجزائري الجديد- للمصبرات NCA " ، جامعة بليدة 2، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد (12) العدد (3).
- 17- كريم، هتواهر فتاح، و محمد، عمر مصطفى، (2016) " دور الثقة التنظيمية في تعزيز وتدعيم الاستغراق الوظيفي دراسة استطلاعية لآراء عينة من الموظفين في مركز رئاسة بلدية السليمانية في إقليم كردستان العراق، مجلة جامعة الانبار للعلوم الاقتصادية والادارية، المجلد (8) العدد(16).
- 3-1-7: الدوريات والمقالات**
- 18- أشنبوي، محمد عبد، (2017)، المهارات القيادية وعلاقتها بمستوى الأداء الوظيفي من وجهة نظر العاملين في كلية فلسطين التقنية، جامعة القدس المفتوحة، فلسطين.
- 19- مها، مصباح، (2020)، "نظرية القيادة"، شعبة ادارة الاعمال، الفرقة الرابعة، الجزء الثاني، جامعة دمياط، مصر.
- 4-1-7 : الكتب**
- 20- ابن منظور، (2003)، "معجم لسان العرب"، دار الحديث، القاهرة.
- 21- الخواجة، عبد الفتاح، (2020)، "مهارات الاتصال الفعال" كلية العلوم والآداب، سلطنة عمان.
- 22- جمعة، سيد هارون، (2019)، "استراتيجيات إدارة التغيير وأثرها علي الأداء الوظيفي الجامعي- دراسة تطبيقية"، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، المعهد التكنولوجي العالي، مصر.

2-7: المصادر الاجنبية

- 23- Akhigbe, o. j, & sunday, p. I, (2017), "**Organizational Trust and Workplace Deviant Behaviour in Higher Institutions in Rivers State**, International Journal of Managerial Studies and Research (IJMSR) ,Vol (4) No(10).
- 24- Becker, B. A, (2007), **Strategic Leader Competencies for the Twenty-First Century**, ARMY WAR COLL CARLISLE BARRACKS PA.
- 25- Dar, O. L, (2010), "**Trust in co-workers and employee behaviours at work**", International Review of Business Research Papers, Vol (6) No(1).
- 26- Dhiman, S, & Marques, J, (2017), "**Leadership Today: Practices for Personal and Professional Performance**", Springer Gabler, Switzerland.
- 27- Gucer, e, & demirdag, s. a, (2014). "Organizational Trust And Job Satisfaction: A Study On Hotels", Business Management Dynamics Vol(1) No(1) .
- 28- Jaoua, F., & Radouche, T, (2014), **The moderating role of leader skills on the relationship between strategic management and global performance: An empirical study**. International Business Research, 7(8), 59.
- 29- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W, (1970), **Determining sample size for research activities**, Educational and psychological measurement, 607-610.
- 30- Musca, G, Perez, M, & Rouleau, L, & Giordan, Y, (2009), "**A Practice View of Strategic Leadership in Highly Risky and Ambiguous Environment**" : The Darwin Expedition in Patagonia, Sciences de l'Homme et Société/Gestion et management .
- 31- Pelsmaekers, K, Jacobs, G, & Rollo, C ,(2014), "**Trust and discourse: Organizational perspectives**", John Benjamins Publishing Company, Amsterdam, Nederland.
- 32- Porumbescu, G, Jungho, P. A. R. K, & Oomsels, P, (2013), "**Building trust: communication and subordinate trust in public organizations**", Transylvanian Review of Administrative Sciences, Vol(9) No(38).
- 33- Saunders, mrk n. k., skinner. Denise., dietz. Graham., Gillespie. Nicole., lewicki. roy j. (2010), "**Organizational Trust: A Cultural Perspective** ", Cambridge University Press, New York, United States of America.
- 34- Tabancali, Erkan & Öngel, Gülay ,(2020), "**Examining the Relationship Between School Mindfulness and Organizational Trust**", University Istanbul, Turkey, International Education Studies Vol (13) No(6).
- 35- Yu, M.C, Mai, Q, Tsai, S.B, Dai, Y, (2018), "**An empirical study on the organizational trust, employee: organization relationship and innovative behavior from the integrated perspective of social exchange and organizational sustainability**", Sustainability, Vol (10) No (3) .

السلوك الابداعي وتأثيره في رضا الضيف: دراسة تحليلية لعينة من مدراء فنادق الدرجة الاولى في اربيل

Innovation Behavior And Their Impact In Customer Satisfaction/An analytical study of a sample of managers of first-class hotels in Erbil

محمد عبد الحر علق
الجامعة المستنصرية/كلية العلوم السياحية
MOHAMMED ABDULHUR ALAQ
AL-Mustansiriyah University
College of Tourism Sciences
mohammed_alhur@mtu.edu.iq
الجامعة المستنصرية/كلية العلوم السياحية

أ.م.د.آمال كمال حسن البرزنجي
الجامعة المستنصرية/كلية العلوم السياحية
Asst. Prof. Dr. Amal Kamal Al-Barazanji
AL-Mustansiriyah University
College of Tourism Sciences
Abaraznjidr@gmail.com
الجامعة المستنصرية/كلية العلوم السياحية

المستخلص

تناولت الدراسة ابعاد السلوك الابداعي المتمثلة في (الاصالة والطلاقة والمرونة والادراك وحل المشكلات) في الارتقاء بمستوى رضا الضيف، وقد تمثل مجتمع الدراسة بفنادق الدرجة الاولى في اربيل والبالغ عددها (6) فنادق ، ومن اجل التحقق من صحة الفرضيات اختيرت العينة من مديري هذه الفنادق بوصفهم جزء من مجتمع البحث للتأكد من صحة الافتراضات أو عدمها اذ بلغ عدد المدراء (60) مدير، وتم اختيار (50) مدير كعينة ، وقد تم الاعتماد على الاستبانة كأداة لجمع البيانات الضرورية ، وتضمنت الدراسة فرضيتين رئيسيتين ، جرى اخضاعها للتحليل الاحصائي ، وتم التوصل إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها توجد علاقة ارتباط معنوية بين أبعاد المتغير المستقل (الاصالة و ادراك التفاصيل) و رضا الضيف ، وبدورها كونت العلاقة بين السلوك الابداعي ورضا الضيف حسب آراء العينة، وهو ما قاد الى التوصية بضرورة التفكير بطرق مختلفة وعدم التعصب لفكرة أو طريقة مقيدة لضمان تحقيق وتوليد وتطوير الأفكار وتحديد المشكلات ومعرفة نقاط الضعف و معالجتها بمقترحات الضيوف عبر نظام لقياس ومراقبة رضا الضيف.

Abstract

The study dealt with the dimensions of creative behavior represented in (originality, fluency, flexibility, cognition and problem solving) In raising the level of guest satisfaction, the study community was represented by the first-class hotels in Erbil, which numbered (6) hotels, In order to verify the validity of the hypotheses, the sample was selected from the managers of these hotels, as they are part of the research community, to verify the validity of the assumptions or not, as the number of managers reached (60) managers, (50) managers were selected as a sample, The questionnaire was relied on as a tool for collecting the necessary data, and the study included two main hypotheses, which were subjected to statistical analysis, and a set of conclusions was reached, the most important of which is the existence of a significant correlation between the dimensions of the independent variable (originality and perception of details) and guest satisfaction, and in turn formed the relationship between the behavior Creative and guest satisfaction according to the opinions of the sample, which led to the recommendation to think in different ways and not to be intolerant of a restricted idea or method to ensure the achievement, generation and adaptation of ideas, identifying problems, identifying weaknesses and addressing them with guest suggestions through a system to measure and monitor guest satisfaction.

يُعد الاهتمام بالسلوك الابداعي من الوسائل الفعالة لتنمية القدرات الفكرية للعاملين، لضمان زيادة المرونة والتكيف في موقع العمل و المساهمة في حل المشكلات وتحمل المخاطر واستمرار التحديث لأنظمة العمل بما يتفق مع المتغيرات المحيطة وبالتالي التغلب على المنافسين من جهة ومعالجة المشاكل الوظيفية من جهة اخرى ، وهذا ما سيمثل فرصة اضافية لتعزيز الشعور الايجابي المتولد عند الضيف عند اشباع رغباته وتلبية احتياجاته من خدمات او منتجات ومقارنتها بما كان سيحصل عليه عند تجربة ذات الخدمات او المنتجات عند المنافسين، وبالتالي كسب رضا الضيف حيث لا يمكن تصور نجاح المنظمة الفندقية بدون تحقيق رضا الضيف كونه شرطاً أساسياً للاحتفاظ بالضيوف لأقصى فترة ممكنة، وانطلاقاً من دراسة العلاقة بين السلوك الابداعي ورضا الضيف سيتم تناول المفهوم و الاهميته والتعرف على ابعاد السلوك الابداعي وابرز طرق قياس رضا الضيف وصولاً لاختبار فرضيات الدراسة والتعرف على طبيعة علاقة المتغيرات ببعضها.

2.المبحث الاول: منهجية البحث

2.1 مشكلة البحث: يمكن بيان مشكلة البحث من خلال إثارة عدداً من التساؤلات وكالاتي:

- 1- ما مستوى السلوك الابداعي في المنظمات الفندقية قيد البحث؟
- 2- ما السلوك الابداعي الذي تتميز به المنظمات الفندقية قيد البحث ؟
- 3- ما مستوى رضا الضيف في الفنادق المبحوثة؟
- 4- هل للسلوك الابداعي للمنظمات الفندقية قيد البحث دور في رضا الضيف؟

2.2 أهمية البحث:

- 1- تزايد الاهتمام بمراقبة وتحليل وتفسير أدق الجوانب ذات العلاقة بالأنظمة الإدارية للمنظمات الفندقية.
- 2- تزويد الباحثين بدلالات رقمية لعلاقة السلوك الابداعي بتحقيق رضا الضيف.
- 3- إبراز أهمية متغيرات البحث لتطوير المنظمات الفندقية.
- 4- تشخيص واقع حال السلوك الابداعي ورضا الضيف في العينة المبحوثة.

2.3 أهداف البحث:

- 1- بيان العلاقة و اثر السلوك الابداعي في تحقق رضا الضيف.
- 2- تكوين رؤية مستقبلية لواقع حال رضا الضيف عند وجود السلوك الابداعي .
- 3- اظهار الدور الذي تلعبه متغيرات البحث في الارتقاء بمستوى اداء المنظمات الفندقية.

2.4 فرضيات البحث

الفرضية الرئيسية الأولى(توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية للسلوك الابداعي ورضا الضيف)
الفرضية الرئيسية الثانية (يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للسلوك الابداعي في رضا الضيف)

2.5 مجتمع وعينة البحث: تمثل مجتمع البحث بفنادق الدرجة الأولى في أربيل والبالغ عددها (6) فنادق ،وللتحقق من صحة الفرضيات اختيرت العينة من مدراء هذه الفنادق بوصفهم جزء من مجتمع البحث اذ بلغ عددهم (60) فرد، وتم اختيار (50) فرد للدراسة.

2.6 التحليل الوصفي للمعلومات الديموغرافية:

جدول (1) وصف أفراد عينة البحث فنادق مدينة أربيل

المتغيرات	الفئات المستهدفة	العدد	النسبة %
النوع الاجتماعي	ذكر	27	54%
	انثى	23	46%
المجموع			
العمر	21-30 سنة	18	36%
	31 - 40 سنة	18	36%
	41 - 50 سنة	7	14%
	51 سنة فأكثر	7	14%
المجموع			
	اعدادية	10	20%
	دبلوم	10	20%
	بكالوريوس	18	36%

22%	11	ماجستير	التحصيل العلمي
2%	1	دكتوراه	
100%	50	المجموع	
4%	2	أقل من 5 سنوات	سنوات العمل
32%	16	5 - 10 سنوات	
26%	13	11 - 15 سنة	
22%	11	16 - 20 سنة	
16%	8	21 سنة فأكثر	
100%	50	المجموع	

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

3. المبحث الثاني: المفاهيم النظرية لمتغيرات البحث

3.1. السلوك الإبداعي: يتطلب نجاح المنظمات استخدام الاساليب المميزة عبر تنمية القدرات الفكرية لضمان زيادة التكيف مع متطلبات العمل و حل المشكلات واستمرار التحديث بما يتفق مع المتغيرات البيئية، وهذا ما يشجع على الاهتمام بالسلوك الإبداعي، وبناء على ذلك سيتم في هذا المبحث استعراض بعض وجهات نظر الباحثين ممن تناولوه، بالإضافة الى توضيح اهميته وابعاده وكالاتي:

3.1.1 مفهوم السلوك الإبداعي: تعددت الطروحات الفكرية للباحثين عند تناولهم للسلوك الإبداعي ، ويعرض جدول (2) أبرز تلك المفاهيم، وكما يلي:-

جدول (2) تعريف السلوك الإبداعي

المصدر: (اعداد الباحث)

ت	اسم الباحث	السنة والصفحة	التعريف
1	عبدالمعطي	1999:268	تصرف يهدف لتحقيق إنتاج يتميز بالملائمة وإمكانية التطوير.
2	Spence	2008:66	هو نتيجة مجموعة قرارات يتخذها الفرد تبدا بالإدراك ويليه الاهتمام وجمع المعلومات وتقييم البدال واخيرا يتم تبني فكرة او رفضها.
3	Dorner	2012:11	توليد وترويج وفهم الأفكار الجديدة من أجل الحصول على أداء افضل
4	jeroen	2014:20	كافة الأعمال الفردية الموجهة نحو توليد وتقديم، وتطبيق أشياء جديدة ومفيدة في أي مستوى تنظيمي.
5	محمدية	2016:38	هو توليد شيء جديد عبر التحفيز بواسطة التمكين والاستقلال للأفراد.

3.1.2 أهمية السلوك الإبداعي: تتجلى أهمية السلوك الإبداعي بما يمنحه من التحفيز عبر كسر الملل الذي قد يصاحب العمل ، وتظهر عبر الاتي (بوخضر، 2016:21) ، (العجلة، 2009:25):

- يسهم في تنمية القدرات الفكرية والعقلية للموظفين، وذلك من خلال إتاحة الفرص لهم.
- استخدام أساليب علمية مواكبة للتطورات الحديثة لغرض الاستغلال الامثل للموارد المختلفة.
- القدرة على المرونة والتكيف في موقع العمل.
- المساهمة في حل المشكلات وادارة المخاطر والازمات و تلبية حاجات و رغبات العاملين.
- توظيف واستخدام الطرائق والاساليب الجديدة والمميزة و المبتكرة في العمل.

3.1.3 عناصر السلوك الإبداعي: تتمثل هذه العناصر بالاتي:

- الاصالة: وهي القدرة على انتاج افكار اصيلة وغير شائعة و توليد افكار جديدة ونادرة ومفيدة وغير مكررة وكذلك القدرة على استحضار النداعيات البعيدة المرتبطة بالفكرة (محمدية، 2019:29) .
- المرونة : هي القدرة على تغيير طريقة التفكير و وجهة النظر نحو المشكلة وعدم تبني طريقة تفكير موحدة، وعدم التعصب لفكرة معينة (الزعبي، 2009:48) ، وقد تتمثل في القدرة على إعادة تصوير المشكلات وحلها في ضوء التصوير الجديد (Slepian&Ambady,2012:3).

- c. الطلاقة : وهي القدرة على تقديم مجموعة متعددة ومتنوعة من الأفكار في فترة زمنية محددة (سلامة، 2019: 23) ، ويرى (McCarthy, 2006:2) أن الطلاقة تشير الى القابلية على التحدث مطولاً و بشكل متماسك ،بالاضافة للتقائية والقابلية على استرجاع الصور اللغوية .
- d. حل المشكلات : وتعني مدى قدرة الفرد على تقديم حلول ابداعية للمشكلات التي تمر بها المنظمة ، واتخاذ القرارات المناسبة لحلها في الوقت المناسب وايضا محاولة توقع المشكلات ومحاولة تجنبها.
- e. ادراك التفاصيل : حيث تتضمن هذه القابلية الإبداعية تقديم تفصيلات متعددة لأشياء محدودة مثل- توضيح أو تفسير موضوع غامض (بو خضر ، 2019 : 22).
- 3.2. رضا الضيف:** يُعد رضا الضيف شرطاً أساسياً إذا ما ارادت المنظمة الاحتفاظ بضيوفها، وسنتعرف على بعض وجهات نظر الباحثين ممكن تناوله ،وكذلك توضيح اهميته و ابرز طرق قياسه:
- 3.2.1 مفهوم رضا الضيف:** تعددت الطروحات الفكرية للباحثين عبر تناولهم للعديد من الجوانب التي تقود الى تحقيق رضا الضيف، ويعرض جدول (3) أبرز تلك التعريفات، وكما يلي:

جدول (3) مفاهيم رضا الضيف

ت	الباحث	السنة والصفحة	التعريف
1	الطائي والعبادي	2009:220	الشعور الذي يوحى للضيف السرور أو عدم السرور الذي ينتج عنه مقارنة المنتوج مع توقعات الضيف.
2	wie	2020:10	شعور ناتج عن مقارنة أداء المنتج مع توقعات الضيف
3	Kim et. Al.	2012:83	عبارة عن توافق بين مخرجات الخدمة و التوقعات لضيف وهو العامل الرئيس الذي يجعل أي منظمة تعمل على نحو فعال ودائمي لتحقيق أهداف المنظمة
4	خثير و مرايمي	2017:23	احساس الضيف بالمتعة او خيبة الامل الناتجة عن مقارنته لأداء المنتج او الخدمة المقدمة له مع توقعاته السابقة
5	Kotler	2018:343	حكم الضيف بالنظر الى الخبرة الاستهلاكية او الاستعمال الناتج عن توقعاته بالنسبة للمنتج والاداء المدرك

المصدر : (اعداد الباحث)

- 3.2.2 اهمية رضا الضيف :** وهي الآتي (kotler:2000:351) , (السليفاني، 2013:88):-
- a. يحسن من سمعة الشركة مما يؤدي إلى جذب ضيوف جدد وتقليص المصروفات التسويقية.
- b. يقلل من احتمالية توجه الضيوف إلى المنظمات السياحية المنافسة.
- c. إذا كان الضيف راضيا عن أداء المؤسسة فإنه سيحدث الآخرين مما يولد زبائن جدد .
- d. يساعد على دراسة مقترحات الضيوف وشكاويهم وانتقاداتهم.
- 3.2.3 اساليب قياس رضا الضيف:** يتأثر رضا الضيف بالعديد من المتغيرات لذا يستلزم وضع نظام لقياسه ومراقبته على نحو دقيق ومستمر، والأقلن تحقق المنظمة اهدافها، ومن اساليب قياس الآتي:-
- a. **نظم الشكاوي والمقترحات:** وهي مجموعة وسائل اتصال لمعرفة مقترحاتهم وشكاويهم، او الاستثمارات التي تقدمها بعض المنظمات لضيوفها ليثبتوا ما يحبون وما يكرهون، او صناديق الشكاوي او المقترحات التي تضعها على شبكة الانترنت والبريد الالكتروني لتسهيل الاتصال ، اذ ان هذه المعلومات المتدفقة للمنظمات بالعديد من الافكار الجيدة تمكنها من الرد السريع لحل المشكلات(شيت، 2015:255).
- b. **مسوحات رضا الضيف:** تتمكن المنظمات من الحصول على مقاييس مباشرة لرضا الضيف عبر اجراء مسوحات بين مدة واخرى، وذلك بإرسال استبانة او اجراء اتصالات هاتفية لعينة عشوائية من الضيوف الحاليين، كما تتمكن من رؤية وجهة نظر الضيوف تجاه خدمات المنافسين من خلال جمع بيانات عن رضاهم بطرح اسئلة اضافية لقياس نية اعادة شراء الخدمة لديهم(قراوي، 2015: 54).
- c. **التسويق الخفي:** عبارة عن توظيف افراد يتقصون دور المشتريين المحتملين ويعدون تقاريرهم على ما يجدونه من نقاط قوة وضعف في خدمات المنظمة ومنافسوها ، ويعتمد هؤلاء الافراد احيانا افتعال بعض المشاكل لاختبار قدرة العاملين بالمنظمة على التعامل مع تلك، وفي ضوء ذلك تتوضح نقاط القوة والضعف في تقييم الاداء(hoyue2013:46).
- d. **تحليل خسارة الضيف:** ينبغي على المنظمات ان تتصل بالضيوف الذين توقفوا عن شراء الخدمات او الذين تحولوا الى مقدم خدمة اخرى لمعرفة سبب حصول ذلك، وقد لا يكفي مجرد القيام بمقابلات لهؤلاء الضيوف، ولكن من

الضروري ايضا مراقبة معدلات خسارة الضيوف فاذا ما تزايدت هذه المعدلات يعد ذلك دليلا على فشل تلك المنظمات في ارضاء زبائنه(ابو فزع،2015:20).

4.المبحث الثالث (الجانب العملي)

سيتم في هذا المبحث تحليل المعلومات الديموغرافية والوصفية لمتغيرات البحث واختبار فرضيات الارتباط والتأثير بينهما على ضوء اجابات عينة البحث :

4.1 أهمية متغيرات البحث (السلوك الابداعي، ورضا الضيف):

4.1.1 تحليل استجابات عينة البحث عن المتغير المستقل (السلوك الابداعي):

تضمنت استبانة البحث في محورها الخاص بقياس السلوك الابداعي (25) سوآلا موزعة على (5) من الأبعاد ، لايجاد مدى توافر مقومات السلوك الابداعي في المنظمات الفندقية (عينة البحث) ، و كانت نتائج اجابات العينة لمحاوَر (السلوك الابداعي) كما يأتي :

a. الاصلالة : بلغت قيمة الأهمية النسبية (84.16%) وهي نسبة عالية تؤكد اتفاق عينة البحث على معظم فقرات هذا المحور ، حيث سجل الوسط الحسابي لهذا المحور (4.21) الذي يقع ضمن الفترة (4.20 إلى 5) وهذا يعني بأن اجابات العينة متجه نحو الاتفاق بشدة ، وانحراف معياري (0.774)، مما يشير الى مدى تجانس الاجابات بخصوص (الاصلالة) كما في الجدول (4) .

وقد توزعت مستويات أهمية فقرات البعد(الاصلالة) بين اعلى مستوى اجابة حققته الفقرة (Q1) بوسط حسابي بلغت قيمته (4.34) وبانحراف معياري (0.772) ، واهمية نسبية شكلت (86.80 %) ليؤكد ذلك اتفاق معظم افراد عينة البحث على هذه الفقرة ، بما يرجح (توليد وتكامل وترابط الافكار)، بينما الفقرة (Q4) حققت ادنى مستوى اجابة بين فقرات (الاصلالة) اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لها (4.08) وكان الانحراف المعياري قد سجل (0.853) ، وأهمية نسبية شكلت (81.60%) ليؤكد ذلك معظم افراد عينة البحث على أن (ادارة الفنادق تعمل على البحث عن الافكار المبدعة الخلاقة).

جدول (4) وصف إجابات العينة لفقرات البعد الأول للسلوك الابداعي فنادق مدينة أربيل

الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات										الأبعاد	
			5		4		3		2		1			
			اجابات العينة والنسب المئوية											
%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	X ₁ الاصلالة		
86.80	0.772	4.34	50.0	25	36.0	18	12.0	6	2.0	1	-		-	Q1
84.40	0.708	4.22	36.0	18	52.0	26	10.0	5	2.0	1	-		-	Q2
84.40	0.737	4.22	40.0	20	42.0	21	18.0	9	-	-	-		-	Q3
81.60	0.853	4.08	34.0	17	46.0	23	14.0	7	6.0	3	-		-	Q4
83.60	0.800	4.18	40.0	20	40.0	20	18.0	9	2.0	1	-		-	Q5
84.16	0.774	4.21	الأجمالي											

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

b. المرونة : بلغت قيمة الأهمية النسبية (83.92%) وهي نسبة عالية تؤكد اتفاق عينة البحث على معظم فقرات هذا المحور، حيث سجل الوسط الحسابي لهذا المحور (4.20) الذي يقع ضمن الفترة (4.2 إلى 5) وهذا يعني بأن اجابات العينة متجه نحو الاتفاق بشدة ، وانحراف معياري (0.743)، مما يشير الى مدى تجانس الاجابات بخصوص (المرونة) كما في الجدول (5) الآتي:

جدول (5) وصف إجابات العينة لفقرات البعد الثاني للسلوك الابداعي فنادق مدينة أربيل

الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات										الأبعاد	
			5		4		3		2		1			
			اجابات العينة والنسب المئوية											
%	f	%	f	%	f	%	f	%	F	%	f	X ₂ المرونة		
82.80	0.808	4.14	36.0	18	46.0	2	14.0	7	4.0	2	-		-	Q6
83.60	0.691	4.18	32.0	16	56.0	2	10.0	5	2.0	1	-		-	Q7
84.40	0.648	4.22	34.0	17	54.0	2	12.0	6	-	-	-		-	Q8
86.80	0.65	4.3	44.0	22	46.0	2	10.0	5	-	-	-		-	Q9

	8	4				3							
82.00	0.90	4.1	40.0	20	36.0	1	18.0	9	6.0	3	-	-	Q10
83.92	0.743	4.20	الأجمالي										

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

وقد توزعت مستويات أهمية فقرات بعد (المرونة) بين اعلى مستوى اجابة حققته الفقرة (Q9) بوسط حسابي بلغت قيمته (4.34) وبانحراف معياري (0.658) ، وأهمية نسبية شكلت (86.80 %) ليؤكد ذلك اتفاق معظم افراد عينة البحث على هذه الفقرة ، بما يرجح (مواجهة ادارة الفنادق للمسؤوليات المترتبة بشكل جدي)، بينما الفقرة (Q10) حققت ادنى مستوى اجابة بين فقرات (المرونة) اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لها (4.10) وكان الانحراف المعياري قد سجل (0.909) ، وأهمية نسبية شكلت (82.00 %) ليؤكد ذلك اتفاق بعض افراد عينة البحث أن (ادارة الفندق تعمل على تلافي الاخطاء بما يتناسب وطبيعة العمل).

c. **الطلاقة:** بلغت قيمة الأهمية النسبية (84.56%) وهي نسبة عالية تؤكد اتفاق عينة البحث على معظم فقرات هذا المحور، حيث سجل الوسط الحسابي لهذا المحور (4.23) الذي يقع ضمن الفترة (4.20 إلى 5) وهذا يعني بأن اجابات العينة متجه نحو الاتفاق بشدة ، وانحراف معياري (0.752)، مما يشير الى مدى تجانس الاجابات بخصوص (الطلاقة) كما في الجدول (6) .

d.

جدول (6) وصف إجابات العينة لفقرات البعد الثالث للسلوك الابداعي لفنادق مدينة أربيل

الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات										الأبعاد					
			1					2						3				
			4					5						اجابات العينة والنسب المئوية				
			%	f	%	f	%	f	%	f	%	f		%	f	%	f	
86.40	0.713	4.32	46.0	23	40.0	20	14.0	7	-	-	-	-	-	-	Q11	X ₃ الطلاقة		
83.20	0.817	4.16	38.0	19	44.0	22	14.0	7	4.0	2	-	-	-	Q12				
84.40	0.764	4.22	38.0	19	50.0	25	8.0	4	4.0	2	-	-	-	Q13				
83.60	0.661	4.18	32.0	16	54.0	27	14.0	7	-	-	-	-	-	Q14				
85.20	0.803	4.26	46.0	23	36.0	18	16.0	8	2.0	1	-	-	-	Q15				
84.56	0.752	4.23	الأجمالي															

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

وقد توزعت مستويات أهمية فقرات بعد (الطلاقة) بين اعلى مستوى اجابة حققته الفقرة (Q11) بوسط حسابي بلغت قيمته (4.32) وبانحراف معياري (0.713) ، وأهمية نسبية شكلت (86.40 %) ليؤكد ذلك اتفاق معظم افراد عينة البحث على هذه الفقرة ، بما يرجح (الاسترسال بالكلام وبشكل متماسك ومبسط)، بينما الفقرة (Q12) حققت ادنى مستوى اجابة بين فقرات (الطلاقة) اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لها (4.16) وكان الانحراف المعياري قد سجل (0.817) ، وأهمية نسبية شكلت (83.20 %) ليؤكد ذلك اتفاق بعض افراد عينة البحث على (انتاج واختيار الالفاظ المناسبة ذات المعنى الواحد).

ث- **ادراك التفاصيل:** بلغت قيمة الأهمية النسبية (85.84%) وهي نسبة عالية تؤكد اتفاق عينة البحث على معظم فقرات هذا المحور، حيث سجل الوسط الحسابي لهذا المحور (4.29) الذي يقع ضمن الفترة (4.20 إلى 5) وهذا يعني بأن اجابات العينة متجه نحو الاتفاق بشدة ، وانحراف معياري (0.713)، مما يشير الى مدى تجانس الاجابات بخصوص (ادراك التفاصيل) كما في الجدول (7)

جدول (7) وصف إجابات العينة لفقرات البعد الرابع للسلوك الابداعي لفنادق مدينة أربيل

الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات										الأبعاد					
			1					2						3				
			4					5						اجابات العينة والنسب المئوية				
			%	f	%	f	%	f	%	f	%	f		%	f	%	f	
86.00	0.735	4.30	46.0	23	38.0	19	16.0	8	-	-	-	-	-	-	Q16	X ₄		

85.60	0.67 1	4.2 8	40.0	20	48.0	24	12.0	6	-	-	-	-	Q17	ادراك التفاصيل
87.60	0.63 5	4.3 8	46.0	23	46.0	23	8.0	4	-	-	-	-	Q18	
87.20	0.69 3	4.3 6	48.0	24	40.0	20	12.0	6	-	-	-	-	Q19	
82.80	0.83 3	4.1 4	38.0	19	42.0	21	16.0	8	4.0	2	-	-	Q20	
85.84	0.713	4.29	الأجمالي											

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

وقد توزعت مستويات أهمية فقرات بعد (ادراك التفاصيل) بين اعلى مستوى اجابة حققته الفقرة (Q18) بوسط حسابي بلغت قيمته (4.38) وانحراف معياري (0.635) ، واهمية نسبية شكلت (87.60 %) ليؤكد ذلك اتفاق معظم افراد عينة البحث على هذه الفقرة ، بما يرجح على (تنظيم الافكار وتطويرها)، بينما الفقرة (Q20) حققت ادنى مستوى اجابة بين فقرات (ادراك التفاصيل) اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لها (4.14) وكان الانحراف المعياري قد سجل (0.833) ، وأهمية نسبية شكلت (82.80 %) ليؤكد ذلك اتفاق بعض افراد عينة البحث على (ايجاد الحلول للمشاكل ووضع البدائل).

ج - حل المشكلات: بلغت قيمة الأهمية النسبية (83.84%) وهي نسبة عالية تؤكد اتفاق عينة البحث على معظم فقرات هذا المحور، حيث سجل الوسط الحسابي لهذا المحور (4.19) الذي يقع ضمن الفترة (3.40 إلى 4.19) وهذا يعني بأن اجابات العينة متجه نحو الاتفاق ، وانحراف معياري (0.790)، مما يشير الى مدى تجانس الاجابات بخصوص (حل المشكلات) كما في الجدول (8) الآتي:

جدول (8) وصف إجابات العينة لفقرات البعد الخامس للسلوك الابداعي فنادق مدينة أربيل

C.V %	الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات										الأبعاد	
				5		4		3		2		1			
				اجابات العينة والنسب المنوية											
				%	f	%	f	%	f	%	f	%	f		
15.6 3	83.2 0	0.65 0	4.1 6	30.0	15	56.0 0	28	14.0 0	7	-	-	-	-	Q2 1	X5 حل المشكلات
18.3 5	86.0 0	0.78 9	4.3 0	48.0	24	36.0 0	18	14.0 0	7	2.0	1	-	-	Q2 2	
17.2 2	83.6 0	0.72 0	4.1 8	34.0	17	52.0 0	26	12.0 0	6	2.0	1	-	-	Q2 3	
19.6 4	83.2 0	0.81 7	4.1 6	40.0	20	38.0 0	19	20.0 0	10	2.0	1	-	-	Q2 4	
23.4 6	83.2 0	0.97 6	4.1 6	46.0	23	34.0 0	17	10.0 0	5	10.0 0	5	-	-	Q2 5	
	83.8 4	0.790	4.19	الأجمالي											

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

وقد توزعت مستويات أهمية فقرات بعد (حل المشكلات) بين اعلى مستوى اجابة حققته الفقرة (Q22) بوسط حسابي بلغت قيمته (4.30) وانحراف معياري (0.789) ، واهمية نسبية شكلت (86.00 %) ليؤكد ذلك اتفاق معظم افراد عينة البحث على هذه الفقرة ، بما يرجح (وضع الحلول الاستباقية) ، بينما الفقرة (Q25) حققت ادنى مستوى اجابة بين فقرات (حل المشكلات) اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لها (4.16) وكان الانحراف المعياري قد سجل (0.976) ، وأهمية نسبية شكلت (83.20 %) وبأعلى معامل اختلاف (23.46%)، ليؤكد ذلك اتفاق بعض افراد عينة البحث على (دراسة الحاجات في البيئة المحيطة).

ويتضح من الجدول (9) أن قيمة الوسط الحسابي الموزون لمتغير (السلوك الابداعي) بلغت (4.22) الذي يقع ضمن الفترة (4.20 إلى 5) وهذا يعني بان اجابات العينة متجه نحو الاتفاق بشدة ، وانحراف معياري (0.754) ، والذي يشير الى مدى تجانس في اجابات العينة بخصوص هذا المتغير، في حين سجلت الأهمية النسبية (84.46%) وهي نسبة عالية تؤكد الاتفاق على معظم فقرات (السلوك الابداعي).

جدول (9) مستوى أهمية المتغير المستقل الثاني للسلوك الابداعي لفنادق مدينة أربيل

الترتيب	مستوى استجابة أفراد العينة	الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي الموزون	المتغيرات	الرمز
الثالث	مرتفع	84.16	0.774	4.21	الإصالة	X1
الرابع	مرتفع	83.92	0.743	4.20	المرونة	X2
الثاني	مرتفع	84.56	0.752	4.23	الطلاقة	X3
الأول	مرتفع	85.84	0.713	4.29	ادراك التفاصيل	X4
الخامس	مرتفع	83.84	0.790	4.19	حل المشكلات	X5
المستقل الثاني	مرتفع	84.46	0.754	4.22	السلوك الابداعي	X

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

ان قياس مستوى الاهمية والوسط الحسابي والانحراف المعياري للمتغير المستقل (السلوك الابداعي) بينت أن الحصة الأكبر من الاجابات لعينة البحث كانت لـ (ادراك التفاصيل) ، وهذا يدل على أهمية (تقديم تفاصيل متعددة كتوضيح استراتيجية أو تفصيل موضوع غامض) من خلال (تنظيم الأفكار وتطويرها) و(تقديم التفاصيل المحددة وتفسير المواقف الغامضة) ، ثم (الطلاقة) والتي تتمثل بـ(التحدث مطولا بشكل متماسك واستخدام اللغة بصورة مبدعة وخلاقة بالإضافة للقدرة على تصوير الأفكار) من خلال (الاسترسال بالكلام وبشكل متماسك وبمبسطة) و (القابلية الابداعية لتقديم تفاصيل متعددة).

وللمقارنة بين محاور (السلوك الابداعي) من حيث الأهمية النسبية يلاحظ أن (ادراك التفاصيل) حصل على أعلى مستوى أهمية بواقع (85.84 %) ، و سجلت (حل المشاكل) أدنى مستوى بواقع (83.84 %) **4.2 تحليل استجابات عينة البحث عن المتغير المعتمد (رضا الضيف) :**

تضمنت استبانة البحث في محورها الخاص بقياس رضا الضيف (20) سؤالاً موزعة على (4) أبعاد ، لاجاد مدى توافر رضا الضيف (عينة البحث) ، وكانت نتائج اجابات العينة لهذا المحور كما يأتي :
 a. نظام الشكاوي: بلغت قيمة الأهمية النسبية (76.64 %) وهي نسبة عالية تؤكد اتفاق عينة البحث على معظم فقرات هذا المحور، حيث سجل الوسط الحسابي لهذا المحور (3.83) الذي يقع ضمن الفترة (3.40 إلى 4.19) وهذا يعني بأن اجابات العينة متجه نحو الاتفاق ، وانحراف معياري (0.904)، مما يشير الى مدى تجانس الاجابات بخصوص (نظام الشكاوي) كما في الجدول (10).

جدول (10) وصف إجابات العينة لفقرات البعد الاول لرضا الضيف فنادق مدينة أربيل

الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات										الأبعاد															
			1					2						3					4					5				
			اجابات العينة والنسب المئوية																									
%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f									
77.6	0.849	3.88	24.0	12	46.0	23	24.0	12	6.0	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Q26							
77.6	0.746	3.88	20.0	10	50.0	25	28.0	14	2.0	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Q27							
75.2	0.938	3.76	24.0	12	38.0	19	28	14	10.0	5	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Q28							
73.6	1.019	3.68	22.0	11	42.0	21	18.0	9	18.0	9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Q29							
79.2	0.968	3.96	32.0	16	44.0	22	12.0	6	12.0	6	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	Q30							
76.64	0.904	3.83	الأجمالي																									

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

وقد توزعت مستويات أهمية فقرات بعد (نظام الشكاوي) بين اعلى مستوى اجابة حققته الفقرة (Q30) بوسط حسابي بلغت قيمته (3.96) وبانحراف معياري (0.968) ، وأهمية نسبية شكلت (79.2%) ليؤكد ذلك اتفاق كل افراد عينة البحث على هذه الفقرة ، بما يرجح (ان المنظمة تعمل على تلبية كل رغبات ضيوفها) ، بينما الفقرة (Q29) حققت ادنى مستوى اجابة بين فقرات (نظام الشكاوي) اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لها (3.68) وكان الانحراف المعياري قد سجل (1.019) ، وأهمية نسبية شكلت (73.6%) ليؤكد ذلك اتفاق أغلب افراد عينة البحث على أن (المنظمة تقدم خدمات جودة عالية لكسب رضا ضيوفها).

b. مسوحات رضا الضيف: بلغت قيمة الأهمية النسبية (79.04 %) وهي نسبة عالية تؤكد اتفاق عينة البحث على معظم فقرات هذا المحور، حيث سجل الوسط الحسابي لهذا المحور (3.95) الذي يقع ضمن الفترة (3.40 إلى 4.19) وهذا يعني بأن اجابات العينة متجه نحو الاتفاق ، وانحراف معياري (0.906)، مما يشير الى مدى تجانس الاجابات بخصوص (مسوحات رضا الضيف) كما في الجدول (11) الآتي:

c.

جدول (11) وصف إجابات العينة لفقرات البعد الثاني لرضا الضيف فنادق مدينة أربيل

C.V %	الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات								الأبعاد		
				5		4		3		2			1	
				اجابات العينة والنسب المئوية									Q31	
				%	f	%	f	%	f	%	f			
21.02	80.40	0.845	4.02	34.0	17	36.0	18	28.0	14	2.0	1	-	-	Q31
21.83	79.60	0.869	3.98	30.0	15	44.0	22	20.0	10	6.0	3	-	-	Q32
23.31	78.00	0.909	3.90	30.0	15	36.0	18	28.0	14	6.0	3	-	-	Q33
21.62	80.40	0.869	4.02	30.0	15	50.0	25	12.0	6	8.0	4	-	-	Q34
27.01	76.80	1.037	3.84	28.0	14	46.0	23	8.0	4	18.0	9	-	-	Q35
	79.04	0.906	3.95	الأجمالي										

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

وقد توزعت مستويات أهمية فقرات بعد (مسوحات رضا الضيف) بين اعلى مستوى اجابة حققته الفقرة (Q31) بوسط حسابي بلغت قيمته (4.02) وانحراف معياري (0.845) ، واهمية نسبية شكلت (80.40 %) وبمعامل اختلاف (21.02%) ليؤكد ذلك اتفاق معظم افراد عينة البحث على هذه الفقرة ، بما يرجح (أن ادارة الفندق تجمع المنظمة المعلومات والبيانات وتستخدم الاستبانة كمقياس لرضاهم) ، بينما الفقرة (Q35) حققت ادنى مستوى اجابة بين فقرات (مسوحات رضا الضيف) اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لها (3.84) وكان الانحراف المعياري قد سجل (1.037) ، وأهمية نسبية شكلت (76.80 %) ليؤكد ذلك اتفاق بعض افراد عينة البحث على أن (ادارة الفندق تجري مسوحات دورية لمقياس رضا الضيف).

d. التسويق الخفي : بلغت قيمة الأهمية النسبية (76.96 %) وهي نسبة عالية تؤكد اتفاق عينة البحث على معظم فقرات هذا المحور، حيث سجل الوسط الحسابي لهذا المحور (3.85) الذي يقع ضمن الفترة (3.40 إلى 4.19) وهذا يعني بأن اجابات العينة متجه نحو الاتفاق ، وانحراف معياري (0.883)، مما يشير الى مدى تجانس الاجابات بخصوص (التسويق الخفي) كما في الجدول (12) التالي:

جدول (12) وصف إجابات العينة لفقرات البعد الثالث لرضا الضيف في فنادق مدينة أربيل

الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات								الأبعاد		
			5		4		3		2			1	
			اجابات العينة والنسب المئوية									Q36	
			%	f	%	f	%	f	%	f			
71.60	0.859	3.58	12.0	6	44.0	22	36.0	18	6.0	3	2.0	1	Q36
76.40	0.983	3.82	28.0	14	38.0	19	22.0	11	12.0	6	-	-	Q37
76.40	0.850	3.82	18.0	9	56.0	28	16.0	8	10.0	5	-	-	Q38
80.40	0.820	4.02	32.0	16	40.0	20	26.0	13	2.0	1	-	-	Q39
80.00	0.904	4.00	32.0	16	44.0	22	16.0	8	8.0	4	-	-	Q40
76.96	0.883	3.85	الأجمالي										

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

وقد توزعت مستويات أهمية فقرات بعد (التسويق الخفي) بين اعلى مستوى اجابة حققته الفقرة (Q39) بوسط حسابي بلغت قيمته (4.02) وانحراف معياري (0.820) ، واهمية نسبية شكلت (80.40 %) ليؤكد ذلك اتفاق معظم افراد عينة البحث على هذه الفقرة ، بما يرجح (أن الادارة تهتم بضيوفها حال توقفهم عن الاتصال وتبذل جهودا لاستعادتهم)، بينما الفقرة (Q36) حققت ادنى مستوى اجابة بين فقرات (التسويق الخفي) اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لها (3.58) وكان الانحراف المعياري قد سجل (0.859) ، وأهمية نسبية شكلت (71.60 %) ليؤكد ذلك اتفاق بعض افراد عينة البحث على (أن هناك فريق مختص يتقصد دور الضيف للاطلاع على اسلوب العمل داخل الفندق).

e. تحليل خسارة الضيف : بلغت قيمة الأهمية النسبية (79.2 %) وهي نسبة عالية تؤكد اتفاق عينة البحث على معظم فقرات هذا المحور، حيث سجل الوسط الحسابي لهذا المحور (3.96) الذي يقع ضمن الفترة (3.40 إلى 4.19) وهذا يعني بأن اجابات العينة متجه نحو الاتفاق ، وانحراف معياري (0.898)، مما يشير الى مدى تجانس الاجابات بخصوص (تحليل خسارة الضيف) كما في الجدول (13) الآتي:

جدول (13) وصف إجابات العينة لفقرات البعد الرابع لرضا الضيف فنادق مدينة أربيل

الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات										الأبعاد
			5		4		3		2		1		
			اجابات العينة والنسب المنوية										
			%	f	%	f	%	f	%	f	%	F	
81.60	0.778	4.08	30.0	15	52.0	26	14.0	7	4.0	2	-	-	Q41
80.40	0.795	4.02	28.0	14	50.0	25	18.0	9	4.0	2	-	-	Q42
78.40	0.986	3.92	30.0	15	46.0	23	10.0	5	14.0	7	-	-	Q43
78.40	0.900	3.92	30.0	15	38.0	19	26.0	13	6.0	3	-	-	Q44
77.20	1.030	3.86	34.0	17	30.0	15	24.0	12	12.0	6	-	-	Q45
79.2	0.898	3.96	الاجمالي										

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

وقد توزعت مستويات أهمية فقرات بعد (تحليل خسارة الضيف) بين اعلى مستوى اجابة حققته الفقرة (Q41) بوسط حسابي بلغت قيمته (4.08) وانحراف معياري (0.778) ، واهمية نسبية شكلت (81.60%) ليؤكد ذلك اتفاق معظم افراد عينة البحث على هذه الفقرة ، بما يرجح (التحدث بشكل مباشر مع الضيوف لاستطلاع وجهات نظرهم بالخدمات المقدمة) ، بينما الفقرة (Q45) حققت ادنى مستوى اجابة بين فقرات (تحليل خسارة الضيف) اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لها (3.86) وكان الانحراف المعياري قد سجل (1.030) ، وأهمية نسبية شكلت (77.20 %) ليؤكد ذلك اتفاق بعض افراد عينة البحث على (أن تقديم الخدمات يتم وفق مقترحات ومتطلبات الضيوف). وعليه يتضح من الجدول (14) أن الوسط الحسابي الموزون ل(رضا الضيف) بلغ(3.90) والذي يقع ضمن الفترة (3.40 إلى 4.19) وهذا يعني بان اجابات العينة متجه نحو الاتفاق بشدة، وانحراف معياري (0.898) ، والذي يشير الى مدى تجانس في اجابات العينة بخصوص هذا المتغير، في حين سجلت الأهمية النسبية (77.96%) وهي نسبة عالية تؤكد اتفاق العينة على معظم فقرات(رضا الضيف).

جدول (14) مستوى أهمية المتغير التابع رضا الضيف فنادق مدينة أربيل

الترتيب	مستوى استجابة أفراد العينة	الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي الموزون	المتغيرات	الرمز
الرابع	جيد	76.64	0.904	3.83	نظام الشكاوي	Y1
الثاني	جيد	79.04	0.906	3.95	مسوحات رضا الضيف	Y2
الثالث	جيد	76.96	0.883	3.85	التسويق الخفي	Y3
الأول	جيد	79.20	0.898	3.96	تحليل خسارة الضيف	Y4
التابع	جيد	77.96	0.898	3.90	رضا الضيف	Y

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

ان قياس مستوى الأهمية والوسط الحسابي والانحراف المعياري للمتغير التابع (رضا الضيف) بينت أن الحصة الأكبر من الاجابات لعينة البحث كانت لـ (تحليل خسارة الضيف) ، وهذا يدل على أهمية (التواصل مع الضيوف الذين توقفوا عن شراء الخدمات للتعرف على الاسباب) من خلال (تقديم الخدمات وفق مقترحات ومتطلبات الضيوف)، ثم (مسوحات رضا الضيف) والتي تتمثل بـ (ارسال استبانة أو اجراء اتصالات هاتفية لعينة عشوائية لمعرفة وجهة نظرهم اتجاه الخدمات المقدمة) من خلال (جمع المنظمة للمعلومات لقياس رضا الضيوف) وللمقارنة بين محاور (رضا الضيف) من حيث الأهمية النسبية يلاحظ أن محور (تحليل خسارة الضيف) حصل على أعلى مستوى أهمية نسبية بواقع (79.20%) ، و سجل محور (نظام الشكاوي) أدنى مستوى بواقع (76.64%) ،

ثانياً: اختبار فرضيات الارتباط والتأثير :

لاختبار الفرضيات بين(السلوك الإبداعي) وأبعاده مع (رضا الضيف) وابعاده، تم اختبار (Z - TEST) و اختبار معامل الارتباط بين المتغيرات لتفسير قوة واتجاه الارتباط بين متغيرات الفرضية، فاذا كان قيمة معامل الارتباط محصورة بين (0.50) و(1)الصحيح دل ذلك على قوة العلاقة الارتباطية ، وظهور العلامة (***) أو (*) في نتائج برنامج التحليل الاحصائي SPSS v24 ليؤكد معنوية العلاقة الارتباطية بين المتغيرين عند مستوى دلالة (0.01)و(0.05)على التوالي، وسيختبر في هذه الفقرة الفرضيات الاتية:

1. فرضيات الارتباط :

الفرضية الرئيسية الأولى: (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين السلوك الابداعي و رضا الضيف) وتتنبثق منها خمس فرضيات ثانوية و على النحو الآتي:

- توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين الاصاله و رضا الضيف.
 - توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين المرونة و رضا الضيف.
 - توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين الطلاقه و رضا الضيف.
 - توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين ادراك التفاصيل و رضا الضيف.
 - توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين حل المشكلات و رضا الضيف.
- كانت نتائج اختبار فرضيات الارتباط بين السلوك الابداعي بأبعاده المستقلة (الاصالة، المرونة، الطلاقه و ادراك التفاصيل وحل المشكلات) وبين المتغير التابع المتمثل بـ(رضا الضيف) وفق الجدول (15) وكالاتي
- a. قبول الفرضية الثانوية المنبثقة من الفرضية الرئيسية الاولى التي مفادها (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين الاصاله و رضا الضيف) ، إذ بلغت قيمة Z المحتسبة (2.646) وهي معنوية كونها أكبر من قيمة Z الجدولية البالغة (2.58) ، بينما سجلت قيمة معامل الارتباط (0.378**) ليرسخ ذلك الارتباط الطردي بين الاصاله و رضا الضيف على وفق اراء عينة البحث.
- b. رفض الفرضية الثانوية المنبثقة من الفرضية الرئيسية الاولى التي مفادها (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين (المرونة و رضا الضيف) ، إذ بلغت قيمة Z المحتسبة (1.463) وهي غير معنوية كونها أصغر من قيمة Z الجدولية البالغة (1.96) ، وسجلت قيمة معامل الارتباط (0.209) ليرسخ ذلك الارتباط الضعيف بين المرونة و رضا الضيف على وفق اراء عينة البحث.
- c. رفض الفرضية الثانوية المنبثقة من الفرضية الرئيسية الاولى التي مفادها (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين الطلاقه و رضا الضيف) ، إذ بلغت قيمة Z المحتسبة (1.043) وهي غير معنوية كونها أصغر من قيمة Z الجدولية البالغة (1.96) ، وسجلت قيمة معامل الارتباط (0.149) ليرسخ ذلك الارتباط الضعيف بين الطلاقه و رضا الضيف على وفق اراء عينة البحث.
- d. قبول الفرضية الثانوية المنبثقة من الفرضية الرئيسية الاولى التي مفادها (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين ادراك التفاصيل و رضا الضيف) ، إذ بلغت قيمة Z المحتسبة (2.912) وهي معنوية كونها أكبر من قيمة Z الجدولية البالغة (2.58) ، وسجلت قيمة معامل الارتباط (0.416**) ليرسخ ذلك وجود ارتباط طردي بين ادراك التفاصيل و رضا الضيف على وفق اراء عينة البحث.
- e. رفض الفرضية الثانوية المنبثقة من الفرضية الرئيسية الاولى التي مفادها (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين حل المشكلات و رضا الضيف) ، إذ بلغت قيمة Z المحتسبة (1.071) وهي غير معنوية كونها أصغر من قيمة Z الجدولية البالغة (1.65) ، وسجلت قيمة معامل الارتباط (0.153) ليرسخ ذلك الارتباط الضعيف بين حل المشكلات و رضا الضيف على وفق اراء عينة البحث.
- f. قبول الفرضية الرئيسية الاولى (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين السلوك الابداعي و رضا الضيف) ، إذ بلغت Z المحتسبة (3.402) وهي معنوية كونها أكبر من Z الجدولية البالغة (2.58) ، بينما سجلت قيمة معامل الارتباط بين (0.486**) ليرسخ ذلك ارتباط السلوك الابداعي و رضا الضيف.

جدول (15) نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الاولى لفنادق مدينة أربيل

التفسير	اختبار Z			معامل الارتباط بين متغيرين	المتغير التابع	المتغير المستقل
	Sig.	قيمة Z الجدولية	قيمة Z المحتسبة			
وجود ارتباط طردي معنوي بين الاصاله و رضا الضيف مع قبول الفرضية الثانوية الاولى	0.007	2.58	2.646	0.378**	رضا الضيف	الاصاله
عدم وجود ارتباط معنوي بين المرونة و رضا الضيف مع رفض الفرضية الثانوية الثانية	0.145	1.96	1.463	0.209		المرونة
عدم وجود ارتباط معنوي بين الطلاقه و رضا الضيف مع رفض الفرضية الثانوية الثالثة	0.301	1.96	1.043	0.149		الطلاقه

وجود ارتباط طردي معنوي بين ادراك التفاصيل ورضا الضيف مع قبول الفرضية الثانوية الرابعة	0.003	2.58	2.912	0.416**		ادراك التفاصيل
عدم وجود ارتباط معنوي بين حل المشكلات ورضا الضيف مع رفض الفرضية الثانوية الخامسة	0.290	1.96	1.071	0.153		حل المشكلات
وجود ارتباط طردي بين السلوك الابداعي ورضا الضيف مع قبول الفرضية الرئيسية الاولى	0.000	2.58	3.402	0.486**		السلوك الابداعي
* تشير إلى أن العلاقة معنوية بين المتغيرين عند مستوى معنوية 0.05						
** تشير إلى أن العلاقة معنوية بين المتغيرين عند مستوى معنوية 0.01						

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

2. اختبار فرضيات التأثير: تم تطبيق اختبار F (F-test) لمعرفة معنوية التأثير للمتغير المستقل (السلوك الابداعي) في المتغير المعتمد (رضا الضيف) ، فاذا كانت القيمة الاحتمالية Sig. أقل من مستوى المعنوية البالغ (0.05) يدل ذلك على وجود تأثير ذو دلالة معنوية، والعكس صحيح ، واذا كانت القيمة المحسوبة لـ (F) أكبر من قيمتها الجدولية الاحتمالية يدل على وجود تأثير ذو دلالة احصائية ، وكذلك تم استخراج معامل التحديد (R^2) التي تبين نسبة تفسير (المتغير المستقل) بمتغير (رضا الضيف).

الفرضية الرئيسية الثانية: (يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للسلوك الابداعي في رضا الضيف) وتنبثق منها الفرضيات الثانوية وعلى النحو الاتي:

- يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للاصالة في رضا الضيف.
- يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للمرونة في رضا الضيف.
- يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للطلاق في رضا الضيف.
- يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية لادراك التفاصيل في رضا الضيف.
- يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية لحل المشكلات في رضا الضيف.

أما نتائج الفرضية الرئيسية الثانية يبينها الجدول (14) كالاتي :

a. وجود تأثير ذي دلالة احصائية ل(الاصالة) في (رضا الضيف) ، اذ بلغت قيمة F المحتسبة (8.009) وهي معنوية ، كونها أكبر من قيمة F الجدولية البالغة (4.0848) عند مستوى معنوية (0.05) وهذا يعني قبول الفرضية (يوجد تأثير ذو دلالة احصائية ل(الاصالة) في(رضا الضيف) وبلغت قيمة معامل التحديد (0.143 %) التي تشير الى تأثير ومساهمة (الاصالة) ب(رضا الضيف).

$$\hat{Y} = 1.866 + 0.482 x_1$$

b. عدم وجود تأثير ذي دلالة احصائية ل(المرونة) في(رضا الضيف)، اذ بلغت F المحتسبة(2.196) وهي غير معنوية ، كونها أصغر من F الجدولية البالغة (4.0848) عند مستوى معنوية (0.05) وهذا يعني رفض الفرضية (يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لمتغير (المرونة) في (رضا الضيف) وبلغت قيمة معامل التحديد (0.044 %) التي تشير الى نسبة تأثير (المرونة) ب(رضا الضيف).

$$\hat{Y} = 2.779 + 0.266 x_2$$

c. لا يوجد تأثير ذي دلالة احصائية ل (الطلاق) في(رضا الضيف)، اذ بلغت قيمة F المحتسبة (1.094) وهي غير معنوية ، كونها أصغر من قيمة F الجدولية البالغة (4.0848) عند مستوى معنوية (0.05) وهذا يعني رفض الفرضية (يوجد تأثير ذو دلالة احصائية ل(الطلاق) في(رضا الضيف) وبلغت قيمة معامل التحديد (0.022 %) التي تشير لتأثير (الطلاق) ب(رضا الضيف).

$$\hat{Y} = 3.007 + 0.210 x_3$$

d. يوجد تأثير ذي دلالة احصائية ل (ادراك التفاصيل) في(رضا الضيف)، اذ بلغت F المحتسبة (10.047) وهي معنوية ، كونها أكبر من F الجدولية البالغة (4.0848) عند مستوى معنوية (0.05) وهذا يعني قبول الفرضية (يوجد تأثير ذو دلالة احصائية ل(ادراك التفاصيل) في(رضا الضيف) وبلغ معامل التحديد (0.173%) مما يشير لنسبة تأثير (ادراك التفاصيل) ب(رضا الضيف).

$$\hat{Y} = 1.390 + 0.583 x_4$$

e. لا يوجد تأثير ذي دلالة احصائية ل(حل المشكلات) في(رضا الضيف) اذ بلغت F المحتسبة (1.147) وهي غير معنوية ، كونها أصغر من F الجدولية البالغة (4.0848) عند مستوى معنوية (0.05) وهذا يعني رفض الفرضية

(يوجد تأثير ذو دلالة احصائية ل(حل المشكلات) في رضا الضيف اذ بلغ معامل التحديد (0.023 %) التي تشير لتأثير(حل المشكلات) ب (رضا الضيف).

$$\hat{Y} = 3.120 + 0.184 x_5$$

f. وجود تأثير ذي دلالة احصائية لمتغير (السلوك الابداعي) في(رضا الضيف) ، اذ بلغت قيمة F المحسوبة (14.805) وهي معنوية ، كونها أكبر من قيمة F الجدولية البالغة (4.0848) عند مستوى معنوية (0.05) وهذا يعني قبول الفرضية (يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لمتغير (السلوك الابداعي) في (رضا الضيف)) وبلغت قيمة معامل التحديد (0.236 %) التي تشير الى نسبة تأثير ومساهمة (السلوك الابداعي) ب(رضا الضيف).

$$\hat{Y} = 1.128 + 1.189 x$$

الجدول (14) نتائج اختبار فرضيات التأثير للسلوك الابداعي في رضا الضيف لفنادق مدينة أربيل

التفسير	F- test			معامل التحديد R ²	معامل الانحدار β	الحد الثابت a	المتغيرات	
	القيمة الاحتمالية sig.	الجدولية	المحسوبة				المعتمد	المستقل
يوجد تأثير	0.007	4.0848	8.009	0.143	0.482	1.866	رضا الضيف	الاصالة
لا يوجد تأثير	0.145		2.196	0.044	0.266	2.779		المرونة
لا يوجد تأثير	0.301		1.094	0.022	0.210	3.007		الطلاقة
يوجد تأثير	0.003		10.047	0.173	0.583	1.390		ادراك التفاصيل
لا يوجد تأثير	0.209		1.147	0.023	0.184	3.120		حل المشكلات
يوجد تأثير	0.000		14.805	0.236	1.189	1.128		السلوك الابداعي

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

يوضح الجدول السابق قيمة معامل التحديد (0.236%) أي ان المتغير المستقل (السلوك الابداعي) يفسر التباين الحاصل في (رضا الضيف) بنسبة 24% . ويوضح الاختبار معنوية الانحدار ونلاحظ قيمة sig. هي (0.000) وهي أقل من 0.05 وبالتالي نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل أي يوجد تأثير للمتغير المستقل في المتغير التابع ونستطيع التنبؤ بالمتغير التابع من خلاله .

4.3. الانحدار الخطي المتعدد بين الأبعاد الثانوية للمتغير المستقل (مجتمعين) ورضا الضيف :

تم تطبيق اسلوب الانحدار الخطي المتعدد لبيان تأثير الأبعاد الثانوية مجتمعة في رضا الضيف وكالاتي :
وجود تأثير لأبعاد السلوك الابداعي مجتمعين في رضا الضيف ، اذ بلغت قيمة F المحسوبة (3.505) وهي معنوية كونها أكبر من قيمة f الجدولية البالغة (2.4495) عند مستوى معنوية (0.05) وبلغت قيمة معامل التحديد R² (0.285 %) مؤشرا نسبة تفسير هذه الأبعاد مجتمعين في متغير رضا الضيف والجدول (15) يوضح ذلك ، لتصبح معادلة الانحدار الخطي المتعدد بينهم كالاتي :

$$Y = 0.967 + 0.329 X_1 + 0.151 X_2 + 0.059 X_3 + 0.466 X_4 + 0.143 X_5$$

جدول (15) نتائج اختبار الانحدار المتعدد بين ابعاد المتغير المستقل الثاني مجتمعين ورضا الضيف لفنادق مدينة أربيل

التحليل	F-Test			معامل التحديد R ² %	معامل الانحدار بيتا B	الحد الثابت a	المتغيرات	
	Sig.	قيمة F الجدولية	قيمة F المحسوبة				التابع	المستقل الثاني
يوجد تأثير لأبعاد السلوك الابداعي مجتمعين في	0.009	2.4495	3.505	0.285	0.329	0.967	رضا الضيف	الاصالة
								المرونة
								الطلاقة
								ادراك التفاصيل

رضا الضيف					0.143		حل المشكلات
-----------	--	--	--	--	-------	--	-------------

المصدر : اعداد الباحث حسب مخرجات برنامج SPSS v24

5. الاستنتاجات والتوصيات

5.1. الاستنتاجات

1. توجد علاقة ارتباط معنوية بين الأبعاد (الاصاله و ادراك التفاصيل) و رضا الضيف .
2. لا توجد علاقة ارتباط معنوية بين (المرونة و الطلاقة و حل المشكلات) و رضا الضيف .
3. يوجد تأثير لمتغير (الاصاله و ادراك التفاصيل) ب(رضا الضيف).
4. لا يوجد تأثير للأبعاد (المرونة و الطلاقة و حل المشكلات) ب(رضا الضيف).
5. تتم تلبية رغبات الضيوف عبر جمع المعلومات واستخدام الاستبانة كقياس لرضاهم وتبذل الجهود لاستعادتهم عند فقدانهم والتحدث معهم مباشرة لاستطلاع وجهات نظرهم بالخدمات المقدمة .
6. حققت المتغيرات الثانوية (ادراك التفاصيل) و (الاصاله) أعلى قيمة تأثيرية في المتغير التابع (رضا الضيف) وهذا يدل على أن (تقديم تفصيلات متعددة كتوضيح استراتيجي أو تفصيل موضوع غامض) و (القدرة على توليد أفكار جديدة ونادرة ومفيدة وغير مكررة) يساعد في الشعور الايجابي المتولد عند الضيف على اثر تلبية احتياجاته بعد تجربة خدمة او منتج معين.
7. حقق (السلوك الابداعي) قيمة تأثيرية في (رضا الضيف) وهذا يدل على أن ادارات الفنادق تعمل على توليد وتطوير الافكار الجديدة لتوليد الشعور الايجابي للضيف واشباع رغباته وتلبية حاجاته.

5.2. التوصيات

1. وضع نظام لمراقبة حالة الاشباع لدى الضيف بدقة عبر الاتصال المباشر .
2. تحديد المشكلات ونقاط القوة والضعف عبر نظام لقياس ومراقبة رضا الضيف .
3. التفكير بطرق مختلفة وعدم التعصب لفكرة ما لضمان توليد وتطوير أفكار جديدة تحقق السلوك الابداعي .
4. استخدام اللغة بصورة مبدعة وبتلقائية لتصوير الافكار، وتحقيق الشعور الايجابي لدى الضيف .
5. التفكير بطرق مختلفة للوصول الى أفكار متحركة وفعالة و التحدث باستخدام اللغة بصورة مبدعة وتلقائية لتحديد المشكلات بطريقة صحيحة لمعرفة الاخطاء الواردة و معالجتها بمقترحات الضيوف .
6. العمل على توليد الافكار الجديدة بطرق مختلفة و غير مألوفة بتقديم تفصيلات و تحديد المشكلات ونقاط الضعف لمعرفة الاخطاء الواردة و معالجتها بمقترحات الضيوف .
7. العمل دائما على تعزيز السلوك الابداعي من خلال الافكار المتجددة لاشباع رغبات الضيوف وتلبية حاجاتهم وضمان حصولهم على المعاملة التي ترضيهم وبالتالي تحقيق رضاهم.

المصادر

اولا: الكتب

- 1- عبد المعطي محمد عساف، 1999، السلوك الإداري التنظيمي في المنظمات المعاصرة، الاردن: مكتبة المحتسب.
- 2- الطائي و العبادي ، يوسف وهاشم ، 2009، إدارة العلاقات مع الزبون ، الطبعة الأولى، دار المعارف للنشر،الأردن .
- 3- Steven K . Thompson,(2012) **Sampling** ,Third Edition.
- 4- Jeroen , Jong De(2014) Leadership As A Determinant of Innovative Behavior Aconceptual Framework.
- 5- MicCarthy , Michael (2006) , Explorations in Corpus Linguistics , Cambridge University press 32 Avenue of the Americas , New York ,
- 6- Spence ,W.R.(2008) Innovation \The Communication of change in Ideas,(15^{ed})chapman Hall UK.
- 7- Kotler, Philip (2018) "Marketing Management", 15th edition, New Jersey, U.S.A
- 8- Kim , Jonghyeok &Suh , Euiho and Hwang , Hyunseok, (2012),"Amodel For evaluation the effectiveness of using the balanced scorecard.

ثانيا: الرسائل والاطاريح

- 9- ابو فزع، عاصم رشاد محمد، 2016 ، اختبار العلاقة بين جودة الخدمة، رضا الزبون وقيمة الزبون/دراسة مقارنة بين المصارف الاسلامية والمصارف التجارية في الاردن، رسالة ماجستير، كلية الاعمال، جامعة الشرق الاوسط، الاردن
- 10- السليفاني، فيان مصطفى(2013) ، الهندسة المتزامنة واثرها في التفوق التسويقي ، رسالة ماجستير، جامعة الموصل، كلية الادارة والاقتصاد.
- 11- العجلة، توفيق (2009) ، الابداع الإداري وعلاقته بالأداء الوظيفي لمديري القطاع العام :دراسة تطبيقية على وزارات قطاع غزة، رسالة ماجستير، فلسطين
- 12- الزعبي، جمانة زياد محمد (2006) ، عوامل المناخ التنظيمي المؤثرة في السلوك الابداعي لدى المديرين في الوزارات الأردنية ، رسالة ماجستير ، كلية الدراسات العليا ، الجامعة الاردنية
- 13- محمديّة ، عمر جهاد عبد الرحيم (2016) ، أثر التمكين الوظيفي في السلوك الابداعي لدى العاملين هيئة تنشيط السياحة الأردنية دراسة حالة ، رسالة لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير كلية الأعمال الجامعة الشرق الأوسط

- Dorner , Nadin.(2012).Innovative work Behavior: The roles of employee expectations and effects on job performance , Dissertation For Doctoral, university of st. gallen, school of management, economics. -14
- Oukes T. (2010) . Innovative behavior : a case study at a tire manufacturer , Thesis for master , university of twente -15
- Hoque-Mohammad Enamui,(2013),Online Shopping Usability And Customer Expectation-A Study On-line Shopping Service In Bangladesh-Masters thesis in formation ,University Of Boras -16
- Wei, Q, Shi, X, Li, Q, & Chen, G, (2020, January),Enhancing Customer Satisfaction Analysis with a Machine Learning Approach: From a Perspective of Matching Customer Comment and Agent Note. In Proceedings of the 53rd Hawaii International Conference on System Sciences -17

ثالثا: الدوريات

- بلخضر ، مسعودة و بوخضير ، مريم ،2016، واقع تمكين العاملين بالمديرية العملية لاتصالات الجزائر بعناية وأثره على الابداع مجلة العلوم الاقتصادية ، جامعة باجي مختار بعناية ، الجزائر . -18
- خثير و مرايمي،محمد و اسماء،2017،العلاقة التفاعلية بين ابعاد جودة الخدمة ورضا الضيف بالمؤسسة" مجلة الريادة لاقتصاديات الاعمال،المجلد 3 العدد 4. -19
- شبيت،نظال،2014،السياسة التسعيرية واثرها في رضا الضيف"مجلة الادارة والاقتصاد/جامعة البصرة،العدد12المجلد6. -20
- سلامة ،محمد وليد سالم،2016 اثر ابعاد التمكين الاداري على السلوك الابداعي للموظفين في شركة الاتصالات الفلسطينية ، مجلة جامعة القدس المفتوحة للابحاث والدراسات الادارية والاقتصادية المجلد الثاني ع6 -21
- Slepian , Michael . L. & Ambady . Nalini (2012) . Fluid Movement and Creativity , Journal of Experimental Psychology Vol (10).NO (1). -22

دور النزاهة التسويقية في تعزيز ادارة خبرة الزبون
 (دراسة تحليلية لآراء عينة من مديري شركات الاتصالات في العراق)

The role of marketing integrity in enhancing customer experience management

An analytical study of the opinions of a sample of managers of telecommunications companies in Iraq

أ.د فيصل علوان الطائي

Dr.Faisal Alwan AL-Taee

Faisal_altaie@yahoo.com

جامعة كربلاء\ كلية الادارة والاقتصاد

Karbala University\College of

Administration

and Economics

أ.د علاء فرحان طالب

Dr.Alaa Farhan Talib

Alaa.f@uokerbala.edu.iq

جامعة كربلاء\ كلية الادارة والاقتصاد

Karbala University\College of

Administration

and Economics

عذراء هادي العامري

Researcher \ Athraa Hadi Al-Amiri

Athraa.h@uokerbala.edu.iq

جامعة كربلاء\ كلية الادارة والاقتصاد

Karbala University\College of

Administration

and Economics

المستخلص:

تهدف الدراسة بصورة أساسية الى تحديد دور النزاهة التسويقية في تعزيز ادارة خبرة الزبون على مستوى عينة من شركات الاتصالات في العراق ، انطلاقاً من مشكلة رئيسة شخّصت بعدة تساؤلات تضمنت مدى ادراك العلاقات التأثيرية والتفاعلية بين المتغيرات ميدانياً ، ولتجذير الاسس الفلسفية اعتمدت الدراسة نموذج (Zietek، 2016) لقياس النزاهة التسويقية والذي يشمل ستة أبعاد (الاحلاص، الأمانة، الشعور الودي، والثقة، والنوايا الحسنة، ومتابعة القانون) وانموذج (Stein,2015) لقياس ادارة خبرة الزبون الذي تضمن خمسة ابعاد (البعد الحسي، البعد المعرفي، البعد الادراكي، البعد المادي، البعد الاجتماعي). استُخدمت الاستبانة كأداة رئيسة في جمع بيانات ومعلومات الدراسة فضلاً عن بعض المقابلات الشخصية مع افراد العينة الذين تمثلوا بمجموعة من القادة والتابعين في الشركات عينة الدراسة بلغ عددهم (160) مديراً من مديري الشركات ورؤساء أقسامها وشعبها ووحداتها، فضلاً عن المديرين المفوضين للشركات. الكلمات الافتتاحية: النزاهة التسويقية، إدارة خبرة الزبون، شركات الاتصالات المتنقلة في العراق.

الكلمات الافتتاحية: النزاهة التسويقية، إدارة خبرة الزبون، شركات الاتصالات المتنقلة في العراق.

Abstract

The study mainly aims to determine the role of marketing integrity in enhancing customer experience management at the level of a sample of telecommunications companies in Iraq, based on a main problem diagnosed with several questions that included the extent to which the influence and interactive relationships between variables are perceived in the field, and to root the philosophical foundations, the study adopted a model (Xiao, 2010) to measure marketing integrity, which includes six dimensions (Sincerity, honesty, Cordiality , trust, Goodwill ,To follow the law and a model (Stein, 2015) to measure customer experience management, which included Five dimensions (the sensory dimension, the cognitive dimension, the perceptual dimension, the physical dimension, the social dimension). The questionnaire was used as a main tool in collecting data and information for the study, as well as some personal interviews with the sample members who were represented by a group of leaders and followers in companies. The study sample amounted to Their number is (160).

Keywords: Marketing Integrity, Customer Experience Management, Mobile Communications Companies in Iraq pany managers

1-المقدمة

إن المنظمات في عالم اليوم موجهة نحو السوق ، الأمر الذي غير طبيعة قراراتها الإستراتيجية ، فضلاً عن بروز دور التسويق ومكانته في التخطيط الاستراتيجي ، وبطريقة تتطلب بناء القيمة للزبائن واستخلاصها منها كأساس للقوة التنافسية ، حيث أنها من الركائز المهمة لامتلاك القدرات والتميز هو اعتماد إدارة خبرة الزبون كمدخل حديث يؤمل من خلاله جذب الزبائن والمحافظة عليهم من خلال إضافة قيمة لهم.

ولأن المتغيرات اعلاه لم تدرس مجتمعة او منفردة على المستوى العربي بشكل عام والمستوى العراقي بشكل عام على وجه التحديد ، وفقاً لمعرفة الباحث ، ظهرت على المستوى أهمية الوصول في دراسة المنطلقات الفلسفية والميدانية (دور النزاهة التسويقية في تعزيز إدارة خبرة الزبون) لعينة من شركات الاتصالات في العراق.

2- منهجية البحث

2.1 مشكلة الدراسة

تتطلب مشكلة الدراسة الحالية تشخيصاً معرفياً وعملياً مبنياً على مجموعة من الأسس المفاهيمية لمتغيرات الدراسة ، مثل طبيعة العلاقة التفاعلية التي تربط بينها. والتي تسهم في تحديد حقيقة النقاش الفكري حول متغيراته بشكل فردي وجماعي ، ومستوى عمق المجال ، وتمثيلها الواقعي في شركات الاتصالات . حيث تم تأطير واقع هذه الدراسة من خلال متغيرين تتفاعل علمياً مع بعضها البعض ، وهي (النزاهة التسويقية ، إدارة خبرة الزبون) ، والتي من خلالها يتم تحديد مشكلة الدراسة العامة ، والتي تنبع من عدم الخوض فيها ودراستها في البيئة العربية عامة و البيئة العراقية بشكل خاص. . يمكن رؤيتها في جزأين:

الأول: تحديد الفجوة المعرفية التي تم تشخيصها عبر ندرة التعاطي الاكاديمي البحثي لمتغيرات الدراسة على وجه الخصوص فيما يتعلق بالتسويق المؤثر والنزاهة التسويقية تلك الفجوة التي تتسع معالمها عند الممارسين من المسوقين ورجال البيع ويؤسس وجودها بين المتخصصين من الباحثين لحدثة تلك المتغيرات مما شكل حافزاً أساسياً لدى الباحث لتشخيص هذه الفجوة والتصدي لملئها ومعالجتها.

الثاني: تمثلت في مشكلة الدراسة الميدانية والتي اشتملت على مدى حاجة الشركات الى عينة الدراسة لتطبيق أبعاد النزاهة التسويقية في المجال .

أن مصطلح المخالف للنزاهة (الفساد بأنواعه) حمل العبء الأكبر باعتباره المشكلة الرئيسية التي يواجهها قطاع الاعمال. من ناحية أخرى ، تحتاج المنظمات إلى النزاهة التسويقية ، إذ أن معظم المنظمات تعاني من السلوكيات غير الأصيلة في مجمل الإجراءات اليومية والعلاقة المؤثرة والتفاعلية بين متغيرات المجال. فعن طريق الزيارات المتكررة والمقابلات الشخصية المستمرة مع عينة من العاملين والمديرين في شركات الاتصالات الخلوية ، ظهرت مشكلة الدراسة التي تمثلت في ضعف الوعي المعرفي والميداني بأهمية وكيفية إدارة خبرة الزبون وتعزيز ذلك ساهم بالحاجة الى دراسة هذه المشكلة، وتفكيك ابعادها باعتماد متغيرات إدارة خبرة الزبون والنزاهة التسويقية ، فضلاً عن غلق الفجوة المعرفية التي اشار لها الباحثون في جدالهم الفكري ، وفي ضوء ذلك يمكن حصر مشكلة الدراسة في مجموعة من الاسئلة الفكرية والميدانية وكما يأتي:

2.2-التساؤلات الفكرية للدراسة

تتحدد التساؤلات الفكرية للدراسة في ضوء ما تمخض عن جهود الباحثين وما توصلوا إليه من نتائج ذات صلة بمتغيرات الدراسة

أ. لمرتكزات الفكرية لموضوعات الدراسة (إدارة خبرة الزبون، النزاهة التسويقية) بشكل عام .
 ب- ما طبيعة العلاقة المنطقية بين متغيرات الدراسة الرئيسية والفرعية ؟ وما الجدل الفكري حولها ؟ وكيف تستخدم للإفادة في الجانب الميداني للدراسة ؟

2.3--التساؤلات الميدانية للدراسة

تتحدد التساؤلات الميدانية للدراسة في ضوء التصورات الواقعية المتوفرة لدى أفراد العينة المبحوثة حول متغيرات الدراسة وكما يأتي :

أ-هل يمتلك القادة والمديرين في شركات الاتصالات المتنقلة آسيا سيل وزين وكورك تصورا واضحا أو ادراكاً معيناً عن متغيرات الدراسة (إدارة خبرة الزبون، النزاهة التسويقية) وأبعادها الفرعية ؟
 ب-ما مستوى أهمية متغيرات الدراسة (النزاهة التسويقية ، إدارة خبرة الزبون) بأبعادها الفرعية على مستوى الشركات عينة الدراسة ؟
 ت- ما مستوى العلاقة التأثيرية بين النزاهة التسويقية وإدارة خبرة الزبون بأبعادها كل على انفراد بأبعاده على مستوى الشركات عينة الدراسة ؟

3-أهمية الدراسة

تعتمد أهمية أي دراسة على أهمية الظاهرة المدروسة ، وقيمتها العلمية والعملية ، ومدى إسهامها في الدراسة إثناء المعرفة النظرية من جهة ، والمعرفة الميدانية من جهة أخرى. لذا يمكن ملاحظة أهمية الدراسة من خلال شموليتها لمحتويات رسمت شكلها الحالي أهمية خاصة ميزتها عن غيرها من الدراسات المماثلة في تخصصها. لذا يمكن ملاحظة أهمية الدراسة في ضوء شموليتها لمحتويات رسمت شكلها الحالي أهمية خاصة ميزتها عن غيرها من الدراسات المماثلة في تخصصها والتي يمكن حصرها بما يأتي:

3.1- محتوى معرفي

ويتحدد هذا المحتوى في ضوء الهياكل المفاهيمية التي خرجت من الدراسة على النحو الآتي:
 3.2. تعود جذور متغيرات الدراسة إلى مجال مهم للغاية من مجالات إدارة الأعمال (إدارة التسويق) ، حيث إن التلاقح الفكري والتفاعل المنطقي بين متغيرات الدراسة والتناغم والتفاعل بين أبعادها الفرعية أعطاهما فائدة عظيمة. الأهمية في تعزيز النماذج المفاهيمية التي قدمها المنظرون فيما يتعلق بالمتغيرات المدروسة.
 3.3- تحتوي الدراسة على العديد من النماذج المفاهيمية في موضوعات النزاهة التسويقية وإدارة خبرة الزبون وهي مادة خام ويمكن عن طريقها التفاعل مع متغيرات أخرى واستنباط العديد من الأفكار والبيانات التي إنشأها من دراسات علمية مستقبلية ذات أثر كبير في تطوير عجلة البحث العلمي.
 3.4-وجود الفجوة المعرفية التي ساهمت للجدالات الفكرية للباحثين حول متغيرات الدراسة وأبعادها، وعملية الربط بينهما مما ساهمت هذه الدراسة في غلق تلك الفجوة.
 تستمد أهمية هذا المحتوى من الواقع العملي للدراسة ، وذلك على النحو التالي:
 3.5. تطبق مخططها الافتراضي في مجال مهم للغاية على مستوى الأعمال وهو شركات الاتصالات الخلوية ، بعد أن أصبحت هذه الشركات مشاريعاً وقوة تسويقية ، و إبراز دور النزاهة التسويقية في التأثير على سلوكيات الزبون ، وخاصة مع تزايد أهمية الشبكات الاجتماعية التي أصبحت لها دور مهم في مجالات الحياة المختلفة لجميع شرائح المجتمع.

3.6- يعد فحص وقياس العلاقة التفاعلية والمؤثرة بين المتغيرات الرئيسية والفرعية للدراسة على مستوى شركات عينة الدراسة محاولة مهمة لتحديد الخطط الإرشادية مثل المسارات العملية الصحيحة التي تساعد إدارات هذه الشركات في اتجاهاتهم المستقبلية في نهج أكثر شمولاً ودقة للنزاهة التسويقية وأبعاد دقيقة للنزاهة فضلاً عن أفضل الممارسات الميدانية لإدارة خبرة الزبون.

4- أهداف الدراسة

تمت صياغة هذا النوع من الأهداف بناءً على النتائج التي توصل إليها المنظرون في مجال الفكر الإداري فيما يتعلق بمتغيرات الدراسة وكالاتي:

4.1- الأهداف النظرية

تم صياغة هذا النوع من الأهداف بناءً على النتائج التي توصل إليها المنظرون في مجال الفكر الإداري فيما يتعلق بمتغيرات الدراسة وكالاتي:

4.2. بناء إطار معرفي لفلسفة موضوعات الدراسة (إدارة خبرة الزبون، النزاهة التسويقية) وأبعاده الفرعية ، عن طريق تتبع المسارات الفكرية للأدبيات المتخصصة ، وتأصيل المعرفة التي تحتويها ، ثم تقديم تأصيل مفاهيمي يصف الاتجاهات التفسيرية لتمثيل الموضوعات ، ويصنف آراء المنظرين بشأنها وفقاً لمجال المعالجة ومستوى تحليلهم لمحتوياته وأبعاده ، وهذا يتحقق من خلال:

4.3- تتبع الأطر النظرية التي قدمها الكتاب والباحثون بشأن تحديد المفاهيم الدقيقة لمتغيرات الدراسة الرئيسية والفرعية ، والتوصل إلى أفضلها بعد تحليل وتفسير مضامينها.

4.4- انتقاء نماذج القياس المناسبة لمتغيرات الدراسة الرئيسية (إدارة خبرة الزبون، النزاهة التسويقية) بعد عرض وتحليل وتفسير النماذج التي قدمت من قبل الكتاب والباحثين ضمن كل متغير.

4.5 - تأصيل العلاقة المنطقية بين المتغيرات الرئيسية والفرعية للدراسة ، ويتحقق ذلك من خلال تفحص التراكمات المعرفية للمتغيرات واستخلاص ما يؤسس البناء الفكري والمفاهيمي الذي يدعم ويعزز هذه العلاقة المنطقية.

4.6- الأهداف الميدانية

يتم تحديد هذا النوع من الأهداف في ضوء التركيبة المتجانسة لمتغيرات الدراسة وتفاعلها في المجال على مستوى شركات الاتصالات الخلوية وكالاتي:

4.7 لمس واقع أبعاد النزاهة التسويقية وإدارة خبرة الزبون ومستوى أبعاد النزاهة التسويقية على مستوى الشركات عينة الدراسة ، ودراسة أسبقية اعتمادها على مستوى عينة الدراسة حصراً ، وهذا يتحقق من خلال ما يلي:

4.8. التحقق من التصورات الميدانية للعينة حول أبعاد النزاهة التسويقية على مستوى الشركات عينة الدراسة.

4.9. الوقوف على فهم عينة الدراسة لطبيعة وفعالية آليات التسويق لإدارة الخبرة الميدانية للزبون على مستوى الشركات عينة الدراسة.

4.10 قياس مستوى أهمية المتغيرات الرئيسية والفرعية إحصائياً على مستوى الشركات عينة الدراسة والاعتماد على ترتيبها الحقيقي لإظهار أهميتها الميدانية وفق إجابات عينة الدراسة.

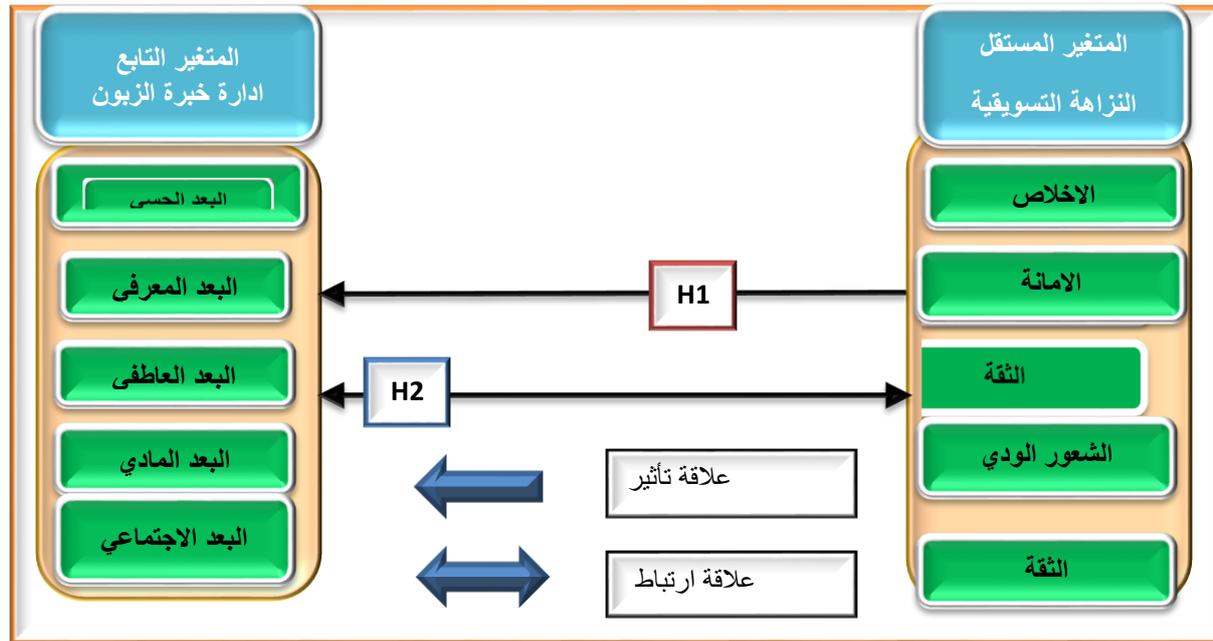
4.11. اختبار مستوى علاقة التأثير بين إدارة خبرة الزبون والنزاهة التسويقية ، كل على حدة ، من خلال أبعادها الإحصائية على مستوى الشركات عينة الدراسة.

5-المخطط الفرضي للدراسة

يقدم المخطط صورة معبرة عن فكرة الدراسة ، فهو يوضح طبيعة العلاقات واتجاهات والتأثير بين متغيراتها ، لذا جرى تصميمه على وفق ما جاء من مسح للنتائج الفكرية للأدبيات العلمية الرصينة ذات الصلة بمتغيرات الدراسة الرئيسية والفرعية ، ومن ثم يجب أن يكون هذا المخطط مشتملاً لجميع متغيرات البحث الرئيسية وأبعادها الفرعية وطبيعة العلاقات التي تربطها ، ومن ثم قياس لعلاقات الارتباط والتأثير فيما بينها بشكل منفرد او بصورة اجمالية ولكي يتم فهم المخطط يمكن النظر اليه على انه يتكون من جزئين هما :

5.1- المتغير المستقل: يتمثل بالنزاهة التسويقية والذي يشمل ستة أبعاد (الاحلاص ،الامانة ،الشعور الودي ، والثقة ، والنوايا الحسنة ، ومتابعة القانون).

5.2- المتغير التابع: يتمثل في ادارة خبرة الزبون ويتضمن خمسة أبعاد (البعد الحسي ، البعد المعرفي ، البعد العاطفي ، البعد المادي ، البعد الاجتماعي). في ضوء ما سبق فان الدراسة الحالية هي عبارة عن نموذج يتمثل بالعلاقة التأثيرية بين النزاهة التسويقية وادارة خبرة الزبون تتغير تبعا للمتغيرات الحاصلة في مستوى النزاهة التسويقية. والشكل (1) يوضح المخطط الفرضي للدراسة



شكل (1) المخطط الفرضي للدراسة

المصدر: إعداد الباحثين

6-فرضيات الدراسة

تمثل الفرضيات ما تم تشخيصه في مشكلة الدراسة والأسئلة الفكرية والميدانية التي أثيرت ، وما للباحث. يمتلك تصوراً محدداً لواقع شركات عينة الدراسة ، وتوجه إلى وضع مجموعة من فرضيات التوجيه

لاختبار فرضية الدراسة ، وتجسد اتجاه العلاقة والتأثير بين متغيراتها ، بطريقة تستجيب أهداف الدراسة ، ويقدم إجابة دقيقة لأسئلتها ، ويوفر غلافًا افتراضياً يدعم منطق بناء الفرضيات التي تتبلور في الآتي:

6.1- **الفرضية الرئيسية الأولى** : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين النزاهة التسويقية بأبعدها وإدارة خبرة الزبون.

6.2- **الفرضية الرئيسية الثانية** : يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للنزاهة التسويقية بأبعدها في إدارة خبرة الزبون.

7- أدوات الدراسة ومصادر الحصول على البيانات والمعلومات

ولغرض إثراء الجانب النظري فقد تم الاعتماد على المكتبات والمراجع الإلكترونية المتوفرة ممثلة بالمصادر العلمية العربية والأجنبية والتي تضمنت الكتب والدوريات والرسائل الجامعية والرسائل الجامعية ذات الصلة المباشرة. وبشكل غير مباشر مع متغيرات الدراسة ، وشبكة المعلومات ، تم استخدام الإنترنت لجمع البحوث والدراسات المتعلقة بموضوع الدراسة وتتبع المستجدات العلمية ذات الصلة. أما المجال الميداني فقد اعتمد الباحث في تحضيره على الوسائل التالية:

7.1-- **المقابلة الشخصية**: استطاع الباحث إجراء المقابلة والتواصل المباشر مع بعض القائمين على الواقع الميداني

ومن خلال الحوار والنقاش مع المبحوثين حول متغيرات الدراسة ، تمكن من تهيئة أذهانهم وفهم عبارات وفقرات الاستبيان ، وكذلك توضيح الغموض الذي يعاني منه بعض الأسئلة المتعلقة بالاستبيان و العمل على تقديم إجابات وافية لهم من أجل تحقيق إجابات واقعية لتلك الأسئلة.

7.2-- **استمارة الاستبانة**: يمثل الاستبيان الإدارة الرئيسية التي اعتمدها الباحث في جمع البيانات والمعلومات حول متغيرات الدراسة ، ودورها في صياغتها ، وقدرتها على تشخيص وقياس المتغيرات الرئيسية والفرعية للدراسة.

8-- **الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات**

أدوات الصدق والثبات ، وتتمثل بالآتي :

8.1-- **اختبار التوزيع الطبيعي** : لتحديد مدى اعتدالية البيانات بهدف تحديد أدوات التحليل المناسبة في

اختبار الفرضيات.

8.2- **التحليل العاملي التوكيدي** : لتوكيد الصدق البنائي للمقاييس وضمان ملائمتها لمبانيها النظرية.

8.3-- **معامل الثبات (كرونباخ الفا)** : للتحقق من ثبات المقاييس ودقتها في قياس المتغيرات ميدانياً دون

تعقيد او تداخل.

8.4- **الوسط الحسابي** : لتحديد مستوى الإجابة حول الفقرات ومعرفة مستوى المتغيرات ميدانياً.

8.5-- **الانحراف المعياري** : لمعرفة مستوى تشتت إجابات العينة حول الوسط الحسابي.

8.6-- **معامل الاختلاف النسبي** : لتحديد مدى تجانس إجابات العينة .

8.7-- **الاهمية النسبية** : لتحديد شدة الإجابات ومستوى أهميتها النسبية ميدانياً.

8.8-- **معامل ارتباط (Pearson)** : يستخدم في تحديد قوة ونوع العلاقة بين متغيرين .

8.9-- **نمذجة المعادلة الهيكلية (Structural Equation Modeling)** : تستخدم لقياس مستوى علاقات

التأثير البسيط والمتعدد بين المتغيرات.

وقد أُعتمد في تنفيذ الأدوات اعلاه بعض البرامج الحاسوبية هي :

8.10-- **برنامج (SPSS V. 24)**.

8.11- **برنامج (Amos V. 23)**.

8.12- **برنامج (Microsoft Excel 2010)**.

المبحث الثاني

الجانب النظري للبحث

9--النزاهة التسويقية

9.1--مفهوم النزاهة التسويقية

تخضع مناقشة قضايا النزاهة التسويقية إلى تحديد القوى الدافعة الرئيسية وأبعاد السلوك الأخلاقي وغير الأخلاقي في المنظمات ، ويتم توجيهها في ضوء افتراض أساسي يتضمن التركيز على الفاعلين البشريين وتفعيل دوافعهم ونتائج أنشطتهم المترابطة. ، وبالتالي يمكن اعتبار الفرد نقطة مرجعية رئيسية لتحليل النزاهة التسويقية . ومع ذلك ، فإن النزاهة التسويقية ليست مجموع النزاهة الفردية أو المهنية في كيان معين (Jenice.et al ,2010:xxx) ، لأنها تحدد المعايير الاجتماعية في بيئات التسويق التي تسعى إلى تحديد مخطط القيم الأخلاقية لمقاومة الفساد في ظل الافتراض الأساسي بأن الانحراف ينشأ إلى حد كبير من طبيعة المنظمة بدلاً من أنها تتبع من طبيعة الفرد Thompson & Malaviya, (2013:34).

9-2-أهمية النزاهة التسويقية

أوضح كلا من (Stone and Tashchian, 2001, 199-211) بان المنظمات تقوم بتنفيذ تسويق متكامل والذي يمكن ان يكون ذو أهمية وحيوية لتنميتها ومن هذه الامور :
 1-تعزيز القدرة التنافسية : تنشأ القدرة التنافسية للمنظمة في جانبين: الجانب الأول هو تراكم الأموال والمعرفة والخبرة في المنظمة ، والجانب الآخر هو حسن النية. على المدى القصير ، قد يتم تحديد القدرة التنافسية في مجموعة واسعة من العوامل ، مثل البحث والتطوير للمنتج ، والابتكار التكنولوجي ، وتحسين العمليات ، وما إلى ذلك. وعلى المدى الطويل.
 2-تعزيز التماسك: يمكن ان تؤثر النزاهة التسويقية على سلوك الموظفين وقراراتهم، أي ان المنظمة تضع قواعد خاصة تلزم وتفيد ذلك السلوك ،فضلا عن مساعدة النزاهة التسويقية على مواجهة الصعوبات الخاصة بالقضايا الاخلاقية .وقيامها بتقليل تلك الصعوبات وتعزيز الجودة الاخلاقية والوعي القانوني.

9-3-أبعاد النزاهة التسويقية

يعد تحديد أبعاد النزاهة التسويقية أحد أهم الأهداف الأساسية للدراسة الحالية ، وقد تم اعتماد نموذج Xiao (Yu,2010:13) ويتضمن خمسة أبعاد رئيسية يمكن تفسيرها على النحو التالي:

1-الاخلاص :

تحتاج المنظمة الى تعزيز صورتها الذاتية، ورغبتها في النجاح واحترام الزبون وتقديره لذاته ، فضلا عن تكوين النزاهة التي تحتاجها المنظمة لأجل ارضاء زبائنها ومعرفة احتياجاتهم ورغباتهم. (Strömberg& Frisk,2011: 10)
 قد يرغب الزبون في تعزيز الهوية الذاتية في المعاملات ، ومن ثم تستطيع المنظمة من اثاره النزاهة من خلال تعزيز الانا للزبون في العرض، فضلا عن تعزيز ثقته بنفسه من خلال تلقي خدمة مخصصة للغاية وامتلاك المنتج ، وبالطريقة ذاتها عند اعطاء اولوية واحدة والسعي من اجله. واحترام رايه ، واخيرا السماح بقدر كبير من المرونة للزبون لاتخاذ الخيارات التي تكون ذات علاقة ببعده الاحترام في النزاهة. (Kwong&Yau,2002: 261)

2- الامانة :

ذكرت الامانة في القرآن الكريم بقوله تعالى (أمر الله تعالى أن تعيد الأمانة إلى أصحابها). (النساء: 58). وقال تعالى: (يا أيها الذين آمنوا لا تخونوا الله والرسول وتخونوا أنفسكم وأنتم تعلمون). (الأنفال:27). وأشار Herman & Associates,2005:213) أن الامانة هو المورد الأخلاقي الذي يتشكل من خلال مطابقة العلاقة بين المظهر والواقع والعمل والوعد والأداء ، معززة في كل جانب من جوانب الفرد أو المنظمة. وهي من أهم الصفات التي يمكن أن تظهر

كمساعدة للمن Carpenter) ظمة في مكافحة الفساد الإداري. يعبر الصدق عن القيمة الحقيقية التي يرغب الأفراد في مشاركتها مع الآخرين. (8:2009, Fulton &

3-الشعور الودي :

يواجه اقتصاد الاعمال عامة والتسويق بصورة خاصة عدة مشاكل تواجهها بسبب عدم ثقة زبائنهم ونقص النزاهة في تعاملاتهم التسويقية ، مما يؤدي الى لجوء المنظمات في البحث عن طرق جديدة لأجل توطيد العلاقات مع الزبائن . (Copeland,2012:36).

فقد اشار(Dutton et al.2014:280) للشعور الودي بانها سمة انسانية تتضمن اهتمام الفرد بالآخرين وتعد احد اسس الحياة الاخلاقية وتوجد هذه السمة في جميع المجالات المختلفة مثل الفلسفة وعلم النفس وعلم الاجتماع والطب وغيرها ، فضلا عن انها يعود تاريخها الى الفي عام . فالمودة مذكورة في جميع الاديان السماوية وتعد كعاطفة بشرية يتميز بها الفرد.

4- الثقة :

الثقة ليست مفهوماً مجرداً بقدر ما هي حالة عاطفية تصل إلى الزبون نتيجة تشابك العديد من العناصر وقد تناول العديد من الباحثين مفهوم الثقة في عدة مجالات ، بما في ذلك في العلوم الاجتماعية والإنسانية ، الا انه يتم التركيز في البحث الحالي على توضيح مفهوم الثقة ضمن النزاهة التسويقية وعلى النحو التالي:

اشار كلا (Chaudhuri & Holbrook, 2001:82) بان الثقة هي "رغبة الزبون العادي في الاعتماد على قدرة العلامة التجارية على أداء وظيفتها المعلنة". هذا المفهوم أكثر بروزاً في حالات عدم اليقين وعدم تناسق المعلومات والخوف من الوقوع في الاخطاء، وبالتالي ، فإن دور الثقة هو تقليل عدم اليقين وعدم تناسق المعلومات وجعل الزبائن يشعرون بالراحة تجاه علامتهم التجارية (Yen ،Huang ،Chiu ، 2010 ، Doney & Cannon ، 1997 ، Gefen ، Straub ،Karahanna ،& 2003 ، Moorman ،Zaltman ،Deshpande ، 1992 ، Liang ،Pavlou ،& Xue ،2007).

5- النوايا الحسنة :

اشار كلا من (Lusch and Vargo 2006, :283) بان النوايا الحسنة هو معدل اخلاقي للسلوك يتم العمل به وفقاً للسلوك الجيد والمطلوب في العمل ، وهذا ما ذهب اليه العالم (ارسطو) حيث عد بان عدم وجود حسن نية في التعاملات مع الاخرين يؤدي الى ضعف كافة التعاملات سواء كانت القانونية او اليومية والتي تبني على الفلسفة الاخلاقية وتعد الاساس لإنشاء وتطوير المجتمعات البشرية المختلفة.

وهذا ما ذهب اليه (Smith 1993, especially. 29–31) حيث عد من المبادئ الاساسية في القانون المدني، فقد نصت العديد من النصوص القانونية على حسن النية وتحريم كل فعل او تقصير يخالف هذه الصفة والذي يظهر في التعاملات التسويقية والتجارية بين الافراد والمنظمات على حد سواء.

6- متابعة القانون :

يتمثل التشريع بأنه يؤدي أعمال المنظمات بطرق تتوافق مع توقعات الحكومة والقانون ، وأن المنظمات التسويقية تخضع لجميع اللوائح والتشريعات والقوانين المنظمة لعملها داخلها يجب أن تلتزم بالقوانين. ، وعند وصف منظمة التسويق واعتبارها منظمة ناجحة في المجتمع الذي تعمل فيه ، يجب على المنظمات الوفاء بجميع التزاماتها القانونية ، ويجب أن تكون منتجاتها غير ضارة بالمجتمع والبيئة. (Vargo (and Lusch, 2015: 18)

10- ادارة خبرة الزبون

10.1--مفهوم ادارة خبرة الزبون

عرف إدارة خبرة الزبون (haw and Ivens, 2002:6) باطار تفاعلي ما بين الزبون والمنظمة . اي انه مزيج من الاداء الملموس للمنظمة والاحاسيس المحفزة والعواطف التي تثار في كل مرة وتقاس حدسيا مقابل توقعات خبرة الزبون عبر لحظات الاتصال .

أما (Gentile, Spiller, and Noci, 2007:397) اشار اليها بالخبرة التي تكون شخصية الى حد كبير وتعني استغراق الزبون وعلى جميع المستويات عقلاني، عاطفي، حسي، مادي، وروحي، ويعتمد تقييمها على المقارنة بين توقعات الزبائن والمحفزات القادمة من التفاعل مع المنظمة وتقديمها في مراسلات الاتصال أو نقاط الاتصال المختلفة .

وفي السياق ذاته اشار كلا من (Verhoef et al., 2009:32) الى ان بناء ادارة خبرة الزبون يكون شاملاً بطبيعته ويتضمن ردود افعال الزبون الإدراكية والعاطفية والاجتماعية والمادية تجاه المنظمة . لا يتم إنشاء هذه الخبرة فقط من خلال تلك العناصر التي يمكن لمتاجر التجزئة التحكم فيها (على سبيل المثال، الخدمة، البيع بالتجزئة، التشكيلة، السعر) ، ولكن أيضاً من خلال العناصر الخارجة عن سيطرة بائع التجزئة بما في ذلك البحث، والشراء، والاستهلاك، ومراحل ما بعد البيع للخبرة .

10.2-أهمية ادارة خبرة الزبون

يمكن توضيح اهم الاهداف التي تسعى ادارة خبرة الزبون لتحقيقها وعلى مستويات متعددة نذكر منها وكالاتي:

1-اهمية ادارة خبرة الزبون بالنسبة للمنظمة ككل

(Das&Hot, 2014:30) فقد عد ادارة خبرة الزبون كأداة استراتيجية لإدارة الاعمال وذلك لان المنتجات او الخدمات لم تعد كافية لإرضاء الزبون ورفع قيمته الى مستوى الخبرة ، فضلا عن ادارة خبرة الزبون تقوم بتعزيز العلاقات المتكافئة ما بين المنظمة وزبائننها والذي بدوره سيساعد على تحسين وتقوية جودة العلاقات واستمرارها ، وفي سوق الاعمال اليوم نجد ان عملية جذب الزبون الفاعل والاحتفاظ به امر مهم من اجل الاستجابة لهذا الضغط التنافسي ، تحتاج المنظمة لذلك لتحويل الاتجاه من التركيز على المنتج الى التركيز على الزبون .

2- اهمية ادارة خبرة الزبون بالنسبة للعلامة التجارية.

أشار (Fatma,s, 2014:35-37) بأن إدارة خبرة الزبون قد ساعدت المنظمات على الاحتفاظ واسترجاع الخدمة او المنتج المقدم من قبلهم ، ويتم ذلك عن طريق عد إدارة خبرة الزبون كأداة تسويقية ناجحة يمكن من خلالها اشراك المسوقون والعلامة التجارية في العملية التسويقية .

3- اهمية ادارة خبرة الزبون بالنسبة للزبون

وضح كلا من (Meyer&Schwager, 2007:122) بأن إدارة خبرة الزبون ليست مشابهة لخدمة الزبون ، فإدارة خبرة الزبون ما هي الا نتيجة لكل التفاعلات بينما الخدمة هي ما تقوم به المنظمة ، وهي نتيجة مباشرة لتصميم عمليات الخدمة .

10.3-أبعاد ادارة خبرة الزبون

ان تحديد ابعاد ادارة خبرة الزبون يعد احد الاهداف الاساسية للدراسة الحالية ، ولأسباب مضت جرى اعتماد النموذج (Gentile Spiller & Noci, 2007) الذي يشتمل على خمسة أبعاد رئيسة يمكن توضيحها كالاتي:

1-البعد الحسي Sensory dimension:

اشار كلا من (Arnould &Thompson,2005:44) بان الخبرة الحسية ما هي الا تصور للافراد عن المنتج او الخدمة وذلك لأنها تشكل كصورة ذهنية تبقى في اذهانهم عن المنتجات والخدمات ، فضلا عن انها تعد امرا مهما من اجل انشاء الروابط العاطفية فيما بينهم .في حين عدھا (Hultén,2011:12 ؛ Zomerdijk and Voss,2010:22) بانھا تتضمن السمات المادية والاجتماعية عندما يتم استخدام المنتج او الخدمة ويتم التفاعل معها من قبل الزبون.

2-البعد المعرفي Cognitive dimension

أشار كلا من (Xu &Chan ,2010:10) حيث عرف الخبرة المعرفية بانها عملية تحقق رضا الزبون من خلال رغبة المتسوقون في البحث عن الفرص التي من شأنها توسيع نطاق معرفتهم وتمكينهم من تعلم أشياء جديدة. فضلا عن ارتباطه بالتفكير أو العمليات العقلية الواعية .(Gentile et al.2007:21).،لذا تستهدف الخبرة المعرفية أفكار الزبائن المتقاربة والمتباينة بهدف إطلاق نداءات معرفية.(Schmitt, 1999:11) .

3-البعد العاطفي emotional dimension:

تم تعريف الخبرة العاطفية من قبل (Schmitt ,1999:32) على أنها حالة مزاجية وعواطف داخلية تنشأ عند القيام بالتسوق، في حين يرى (Yang & He ,2011:45) بأنها حالة شعور ينشأ من خلال الخبرة التي تتكون من دمج العاطفة مع العلامة التجارية والتي بدورها ستمس مشاعر الزبون وتؤثر فيه .

4-البعد المادي physical dimension:

بين (Ballantyne and Nilsson, 2017) الخبرة المادية بانها تشمل المجال المادي الذي يتمثل بالمعدات التي تؤثر على الوظائف ، والترتيبات المكانية التي تعزز الشعور بالراحة ،فضلا عن توفر العناصر والموارد الثقافية ، أي العلامات التجارية والرموز التي تدعو الزبائن للانغماس في الخدمة .

5-البعد الاجتماعي social dimension:

تحتوي الخبرة الاجتماعية على مجموعة من العناصر الاساسية المتمثلة بالإحساس والشعور والتفكير والتصرف ، فضلا عن تأكيدها على التفاعلات ما بين الزبائن والعمل على ربطها بنظام اجتماعي اوسع. (Gentile et al. 2007:23)

وفي الصدد ذاته اكد (Klaus ,2013: 450) بان الخبرة الاجتماعية مهمة للمسوقون لأنها تشير الى التأثير القوي للأعضاء الاخرون عبر الانترنت ومساهمتها في عملية اتخاذ القرار لدى الزبون.

المبحث الثالث الجانب الميداني للدراسة

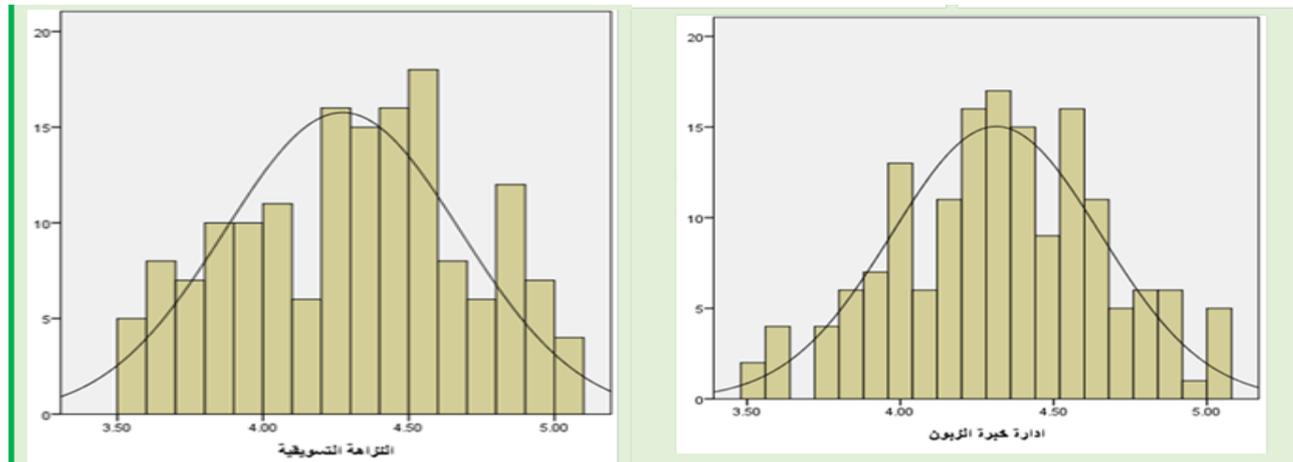
التوزيع الطبيعي هو التوزيع المستمر المشترك بين الاحصائيات وهو مهم للغاية كونه يوفر الأساس للاستدلال الاحصائي ، كما انه يستخدم لتقريب التوزيعات الاحتمالية المنفصلة المختلفة ، اذ تتطلب الاختبارات المعلمية التي ترافقها مؤشرات احصائية معينة توفر عدة شروط ليتم استعمالها ويعد خضوع البيانات للتوزيع الطبيعي هنا اهم هذه الشروط (Agresti et al. , 2013 : 278) ولتحديد مستوى توزيع البيانات الحالية ومدى وخضوعها الى التوزيع الطبيعي سيتم اعتماد اختبار كولموكوروف-سميرنوف (Kolmogorov-Smirnov test) ، اذ يتضح من نتائج الاختبار في الجدول (1) بان قيمة احصائية الاختبار قد بلغت (0,054، 0,048) على التوالي لمتغيرات الدراسة (النزاهة التسويقية ، وادارة خبرة الزبون) في حين بلغت مستوى المعنوية الاحتمالية لإحصائية الاختبار (0,099، 0,200) على التوالي ، وهو اعلى من المستوى

المعياري البالغ (0,05) وبالتالي فهو غير دال معنوياً ، وهذا يعني بأن جميع بيانات متغيرات الدراسة الثلاث تخضع للتوزيع الطبيعي وبالتالي يمكن استخدام الاحصاءات المعلمية في التحليل والاختبار. ويوضح الشكل (2) منحنيات التوزيع الطبيعي على مستوى المتغيرات الثلاث .

الجدول (1) : اختبار المتغيرات الدراسة الثلاث(Kolmogorov-Smirnov test)

المتغيرات		النزاهة التسويقية	ادارة خيرة الزبون
المعلومات			
N		160	160
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	4.2728	4.3123
	Std. Deviation	.40485	.33972
Most Extreme Differences	Absolute	.054	.048
	Positive	.054	.048
	Negative	-.050	-.046
Test Statistic		.054	.048
Asymp. Sig. (2-tailed)		.099 ^c	.200 ^{c,d}

المصدر : مخرجات برنامج (SPSS V.23)



الشكل (2) : منحنى التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة

المصدر: مخرجات برنامج SPSS v.23

11- اختبار الصدق البنائي التوكيدي لأداة القياس

11.1 : اختبار الصدق البنائي التوكيدي

اتجهت هذه الفقرة الى التأكد من الصدق البنائي التوكيدي للمقاييس اعتماداً على اختبار التحليل العاملي التوكيدي الذي يعد من تطبيقات نمذجة المعادلة الهيكلية (Structural Equation Modeling) اذ ان الهدف من هذا الاختبار هو لغرض معرفة أن البيانات التي تم الحصول عليها من الاجابات تلائم الأنموذج الهيكلية للقياس من عدمه . كما ان لهذا الاختبار دور اساسي في التحقق من صحة انموذج القياس ودراسة مدى معولية النماذج النظرية التي قد تفسر العلاقات المتبادلة بين مجموعة من المتغيرات (Mair , 2018 : 39)

ولتقييم الانموذج الهيكلية يتم النظر في امرين الاول : مراجعة تقديرات المعلمة المعيارية لفقرات القياس التي يجب ان تكون اكثر من (0.40) واذا كانت اقل تحذف الفقرة ، الثاني : مؤشرات مطابقة الانموذج التي تعتمد للحكم على مستوى جودة الانموذج الهيكلية المختبر وتحديد مدى ملائمتها للبيانات التي سحبت من العينة (: Holtzman & Sailesh , 2011) (115 : 13 ; Hair et al., 2014) وهنا سيتم الاعتماد على بعض مؤشرات المطابقة التي يمكن تحديد مدى القبول لها من خلال الجدول (2) .

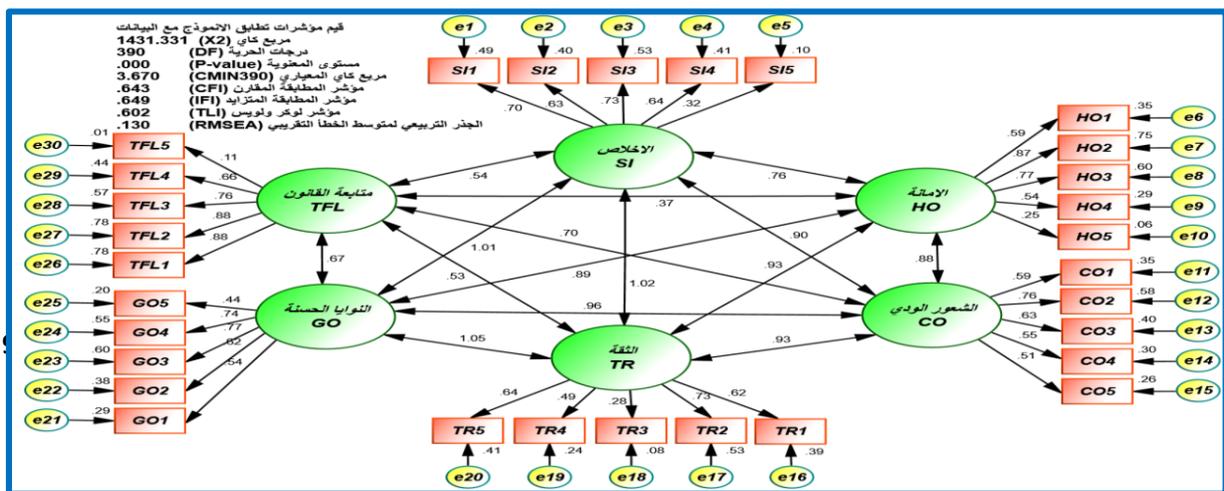
جدول (2) : مؤشرات مطابقة الانموذج الهيكلية

ت	المؤشرات	قاعدة جودة المطابقة
1	النسبة بين قيم χ^2 ودرجات الحرية df	
2	مؤشر المطابقة المقارن (CFI)	CMIN/DF < 5
3	مؤشر المطابقة المتزايد (IFI) The Incremental Fit Index	CFI > 0.90
4	مؤشر توكر ولويس (TLI) The Tucker-Lewis Index	IFI > 0.90
5	مؤشر جذر متوسط مربع الخطا التقريبي (RMSEA)	TLI > 0.90
	Root Mean Square Error of Approximation	RMSEA < 0.08

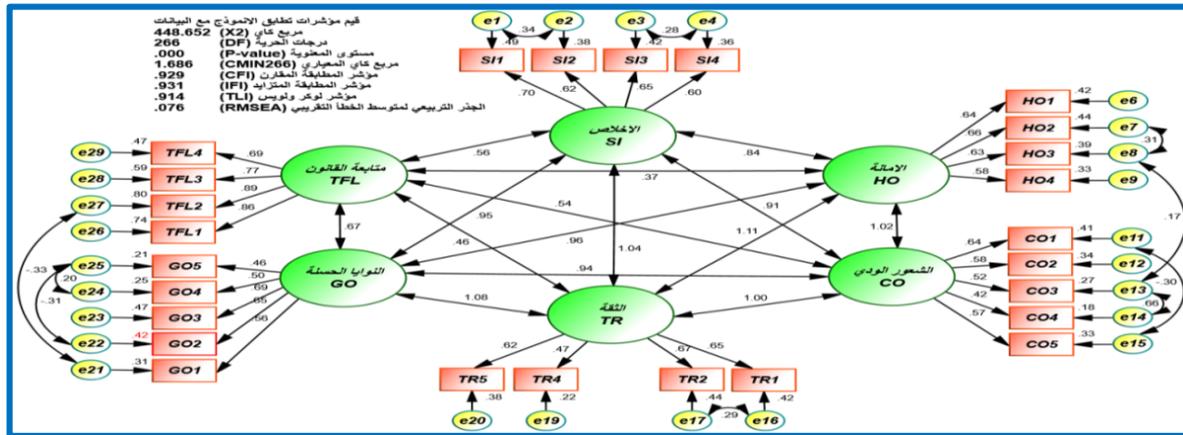
Source: Singh,V., (2016) " Perceptions of emission reduction potential in air transport : a structural equation modeling approach " , Environ Syst Decis 36 , P. 388 .

11.2: الصدق البنائي التوكيدي لمتغير النزاهة التسويقية :

لقد تم قياس متغير النزاهة التسويقية من خلال اربعة ابعاد فرعية هي (الاخلاص (5 فقرات ، الامانة (5 فقرات ، الشعور الودي (5 فقرات ، الثقة (5 فقرات ، النوايا الحسنة (5 فقرات ، متابعة القانون (5 فقرات) كما يتضح من خلال الشكل (3) ان جميع تقديرات المعلمة المعيارية قد تجاوزت النسبة المقبولة (0.40) الا الفقرات (SI5 , HO5 ,) (TR3 , TFL5) اذ كانت تقديراتها (0.11 , 0.28 , 0.25 , 0.32) ، وهذا يدل على ضعف تمثيلها للبعد الذي تنتمي اليه مما يستوجب حذفها ، كما ان بعض قيم مؤشرات مطابقة الانموذج كانت غير مستوفية لقاعدة القبول المخصصة لها وهذا ما يتضح في قيم (CFI , IFI , TLI , RMSEA). وهذا يستوجب الاسترشاد بمؤشرات التعديل (Modification Indices) التي يقترحها البرنامج لتحسين مستوى مؤشرات مطابقة الانموذج الهيكلية الذي يمكن من خلاله تحديد مدى الانسجام بين الهيكل النظري الذي اعد من خلاله المقياس مع اجابات افراد العينة.



ولذلك وبعد حذف الفقرات اعلاه واجراء (10) من مؤشرات تعديل الانموذج الهيكلى نلاحظ ان الانموذج قد اكتسب مستوى المطابقة اللازمة وكما يتضح من خلال متابعة مؤشرات مطابقة الانموذج الظاهرة في الشكل (4) . وبهذا يكون الانموذج الهيكلى قد حصل على مستوى عالٍ من المطابقة لاجابات افراد العينة على مستوى فروع شركات الاتصالات عينة الدراسة.

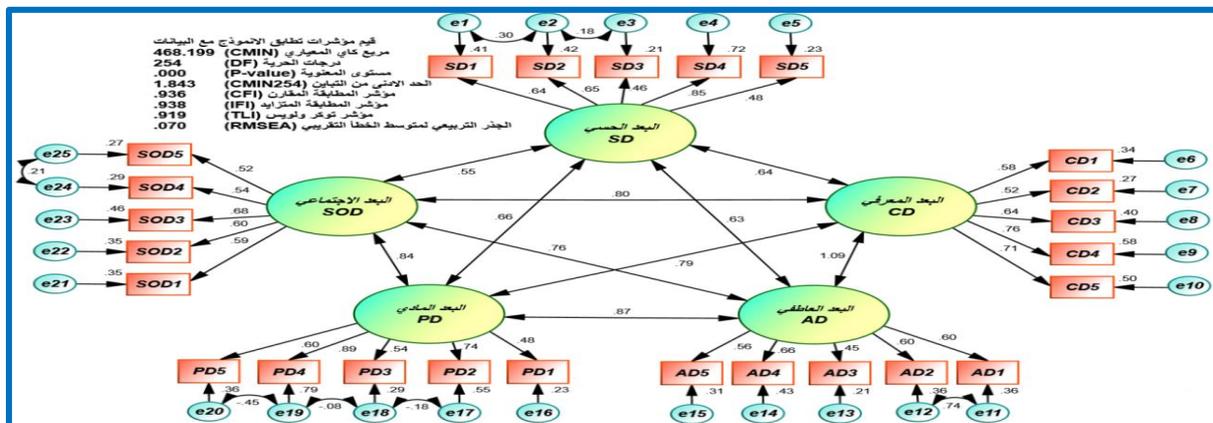


الشكل (4) : الصدق البنائي التوكيدي لمتغير النزاهة التسويقية بعد التعديل

المصدر: مخرجات برنامج Amos v.23.

2: الصدق البنائي التوكيدي لمتغير ادارة خبرة الزبون :

يوضح الشكل (5) ان المقياس المعتمد لقياس متغير ادارة خبرة الزبون يتكون من (25) فقرة موزعة على خمسة ابعاد فرعية بواقع (5) فقرات للبعد الحسي و(5) فقرات للبعد المعرفي و(5) فقرات للبعد العاطفي و(5) فقرات للبعد المادي و(5) فقرات للبعد الاجتماعي .



الشكل (5) : الصدق البنائي التوكيدي لمتغير ادارة خبرة الزبون

المصدر: مخرجات برنامج Amos v.23.

12- اختبار الثبات لأداة القياس

يعتبر اختبار الثبات من أهم الركائز الأساسية التي تستند إليها أدوات القياس وتوليها الأهمية القصوى كي تأتي نتائج البحث على مستوى عالي من الثقة. إذ يعرف الثبات بأنه مدى اتساق محتوى المقياس داخليا (فقرات قياسه) من حيث احتفاظه بدرجة مرتفعة من دقة قياس السمة أو الظاهرة موضع القياس (115 : 2020 , Korkmaz). ويعد مقياس كرونباخ الفا من أهم المقاييس المستخدمة في قياس ثبات الاستبانة وأكثرها شهرة وشيوع بين الباحثين في شتى مجالات البحث العلمي، والذي تعد قيمته معتمدة وموثوقة كلما تجاوز نسبة (0,70) على مستوى البحوث والظواهر السلوكية والاجتماعية في حين إذا قلت النسبة عن ذلك يعد مؤشراً على ضعف ثبات المقاييس على مستوى بيئة التطبيق (Tavakol & Dennick, 2011 : 54). كما تم اعتماد معامل الصدق الهيكلي لتحديد نسبة صدق أداة القياس بالنسبة للمتغيرات والابعاد الفرعية اعتماداً على اجابات افراد العينة. وكما موضح في الجدول (3).

اذ يتضح أن قيم معامل كرونباخ الفا لمتغيرات الدراسة الرئيسية وابعادها الفرعية قد تراوحت بين (0.926 - 0.711) وتعد هذه القيم مقبولة وجيدة في الدراسات السلوكية وفي ضوء قيمة كرونباخ الفا المعيارية اعلاه، كما ان قيم معامل الصدق الهيكلي جميعها نسب عالية كونها تتبع في الحساب معاملات الثبات المستخرجة فقد تراوحت بين (0.843 - 0.962). وبذلك أصبحت أداة الدراسة صالحة للتطبيق النهائي كونها تتصف بالدقة والثبات العالي.

الجدول (3) : معاملات الثبات والصدق الهيكلي على مستوى المتغيرات الرئيسية وابعادها الفرعية

ت	المتغيرات الرئيسية وابعادها الفرعية	قيمة كرونباخ الفا	قيمة معامل الصدق الهيكلي
1	الاخلاص	0.774	0.880
2	الامانة	0.847	0.920
3	الشعور الودي	0.811	0.901
4	الثقة	0.792	0.890
5	النوايا الحسنة	0.753	0.868
6	متابعة القانون	0.823	0.907
7	النزاهة التسويقية	0.926	0.962
8	البعد الحسي	0.807	0.898
9	البعد المعرفي	0,711	0.843
10	البعد العاطفي	0,742	0.861
11	البعد المادي	0.780	0.883
12	البعد الاجتماعي	0,816	0.903
13	ادارة خبرة الزبون	0,893	0.945

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.23.

المصدر: مخرجات برنامج (AmosV.23).

13- وصف وتشخيص متغيرات البحث

13.1-- وصف وتشخيص النزاهة التسويقية اجمالياً

تتضمن هذه الفقرة الوصف الإحصائي لمتغير النزاهة التسويقية وابعاده الفرعية اجمالياً ، اذ يظهر الجدول (4) نتائج الاحصاءات الوصفية لمتغير النزاهة التسويقية والذي يقاس بستة ابعاد ميدانية ، اذ بلغ الوسط الحسابي الكلي لهذا المتغير (3,79) وبلغ الانحراف المعياري (0.92) وبلغ معامل الاختلاف النسبي (24,43%) و بلغت الاهمية النسبية (75,71%) ، وتشير هذه النتائج الاحصائية الى ان متغير النزاهة التسويقية قد حاز على درجة مرتفعة من الاهمية حسب اجابات الافراد المبحوثين .

اما بالنسبة الى ترتيب ابعاد النزاهة التسويقية الفرعية ميدانياً على مستوى فروع شركات الاتصالات عينة الدراسة فقد جاء ترتيبها كالآتي (الثقة ، الاخلاص ، الامانة ، النوايا الحسنة ، متابعة القانون ، والشعور الودي) على التوالي حسب اجابات العينة المبحوثة ، وكما موضح في الجدول (4).

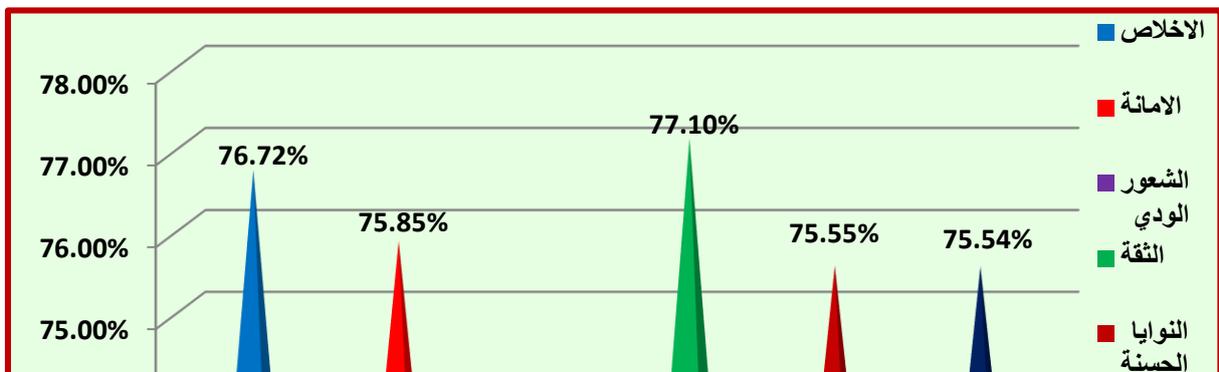
الجدول (4) : وصف وتشخيص متغير النزاهة التسويقية بأبعاده

ت	الابعاد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف %	الاهمية النسبية %	ترتيب الفقرات
1	الاخلاص	3.84	1.07	27.92	76.72	2
2	الامانة	3.79	0.95	25.15	75.85	3
3	الشعور الودي	3.67	1.11	30.28	73.47	6
4	الثقة	3.86	1.00	26.04	77.10	1
5	النوايا الحسنة	3.78	0.98	25.93	75.55	4
6	متابعة القانون	3.78	0.95	25.26	75.54	5
-	المعدل العام لمتغير النزاهة التسويقية	3.79	0.92	24.43	75.71	-

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS) (Microsoft Excel)

ويوضح الشكل (6) ترتيب الابعاد الفرعية لمتغير النزاهة التسويقية على مستوى فروع شركات الاتصالات عينة

الدراسة بالاعتماد على الاهمية النسبية .



الشكل (6) : التمثيل البياني لإبعاد متغير النزاهة التسويقية

المصدر: مخرجات برنامج (Microsoft Excel V. 2010)

13.2- وصف وتشخيص إدارة خبرة الزبون اجمالياً

تتضمن هذه الفقرة الوصف الإحصائي لمتغير ادارة خبرة الزبون وابعاده الفرعية اجمالياً ، اذ يظهر الجدول (5) نتائج الاحصاءات الوصفية لمتغير ادارة خبرة الزبون والذي يقاس بخمسة أبعاد ميدانية ، اذ بلغ الوسط الحسابي الكلي لهذا المتغير (3,78) وبلغ الانحراف المعياري (0.340) وبلغ معامل الاختلاف النسبي (8,99%) و بلغت الاهمية النسبية (75,57%) ، وتشير هذه النتائج الاحصائية الى ان متغير ادارة خبرة الزبون قد حاز على درجة مرتفعة من الاهمية حسب اجابات الافراد المبحوثين .

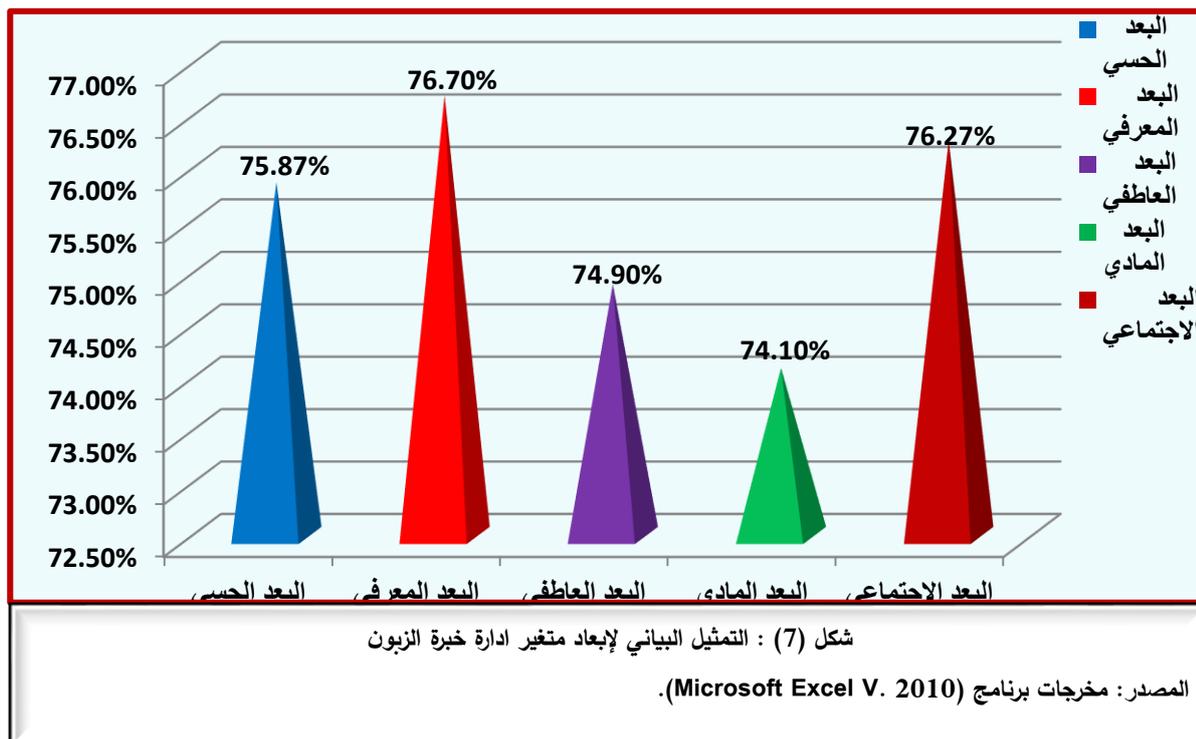
اما بالنسبة الى ترتيب ابعاد ادارة خبرة الزبون الفرعية ميدانياً على مستوى فروع شركات الاتصالات عينة الدراسة فقد جاء ترتيبها كالآتي (البعد المعرفي ، البعد الاجتماعي ، البعد الحسي ، البعد العاطفي ، والبعد المادي) على التوالي حسب اجابات العينة المبحوثة ، وكما موضح في الجدول (5)

الجدول (5) : وصف وتشخيص متغير ادارة خبرة الزبون بأبعاده

ت	الابعاد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف %	الاهمية النسبية %	ترتيب الفقرات
1	البعد الحسي	3.79	0.94	24.69	75.87	3
2	البعد المعرفي	3.84	0.93	24.29	76.70	1
3	البعد العاطفي	3.75	1.00	26.83	74.90	4
4	البعد المادي	3.71	0.95	25.66	74.10	5
5	البعد الاجتماعي	3.81	1.01	26.46	76.27	2
-	المعدل العام لمتغير ادارة خبرة الزبون	3.78	0.340	8.99	75.57	-

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج (Microsoft Excel) (SPSS)

ويوضح الشكل (7) ترتيب الابعاد الفرعية لمتغير ادارة خبرة الزبون على مستوى فروع شركات الاتصالات عينة الدراسة بالاعتماد على الأهمية النسبية .



14- اختبار فرضيات البحث

14.1 اختبار فرضيات الارتباط :

سيتم اعتماد أسلوب الارتباط البسيط (Pearson) لغرض اختبار الفرضيات الرئيسية المتعلقة بعلاقات الارتباط بين المتغيرات الرئيسية وابعادها الفرعية ، ويظهر الجدول (6) معاملات الارتباط البسيط (Pearson) بين متغيرات الدراسة الحالية ، ومستوى المعنوية (Sig.) الذي يشير إلى اختبار معنوية معامل الارتباط ، وحجم العينة (n) .

14.2. اختبار الفرضية الرئيسية الأولى :

(توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين النزاهة التسويقية وادارة خبرة الزبون)

اذ تشير نتائج الجدول (6) الى وجود علاقة ارتباط قوية موجبة ذات دلالة معنوية بين متغير النزاهة التسويقية وادارة خبرة الزبون ، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما (**0.781) وتشير هذه القيمة الى قوة العلاقة الطردية بين هذين المتغيرين عند مستوى معنوية (0.01) وبدرجة ثقة (99%).

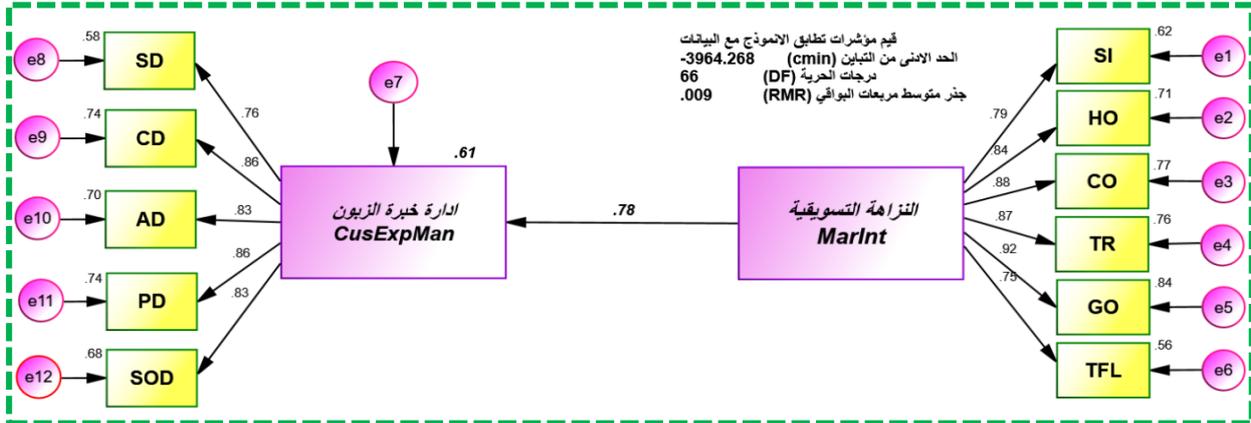
وتأسيساً على ما تقدم يمكن قبول الفرضية الرئيسية الاولى .

الجدول (6) معاملات الارتباط بين النزاهة التسويقية بأبعاده وادارة خبرة الزبون

المتغيرات	الخلاص	الامانة	الشعور الودي	الثقة	النوايا الحسنة	متابعة القانون	النزاهة التسويقية
ادارة خبرة الزبون	Pearson Correlation	.658**	.646**	.694**	.697**	.723**	.781**
	Sig. (2tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	161	161	161	161	161	161

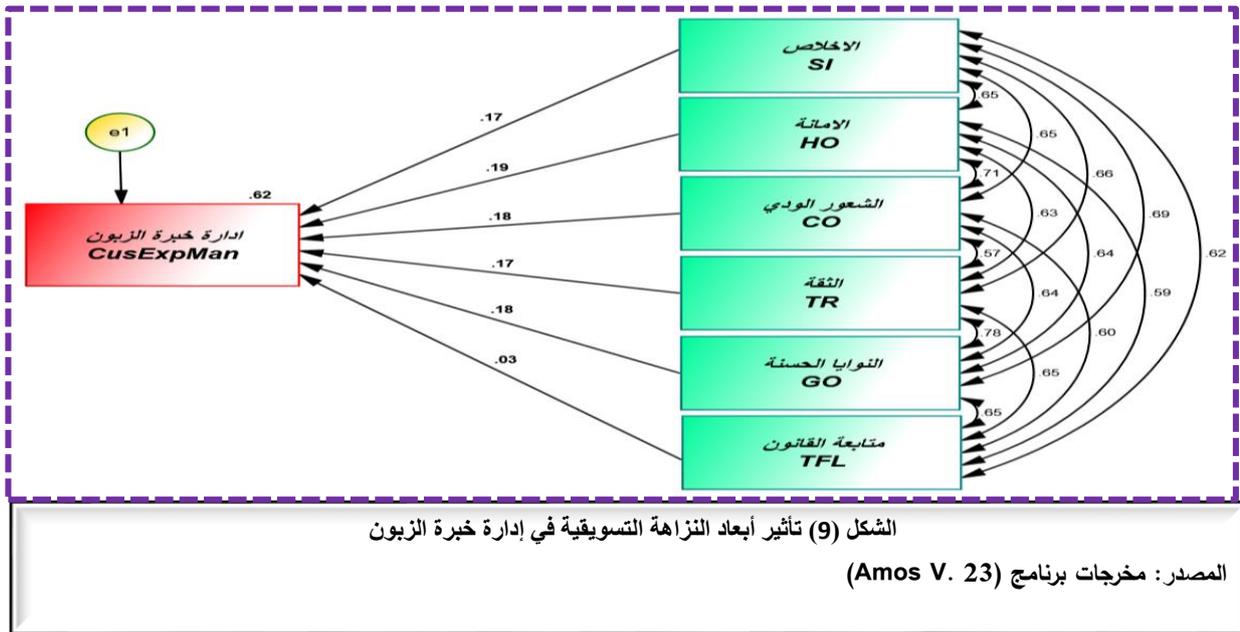
المصدر: مخرجات برنامج (SPSS V.23).

14.3- اختبار الفرضية الرئيسية الثانية : (يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للنزاهة التسويقية في ادارة خبرة الزبون) يوضح الشكل (8) وجود تأثير ايجابي ذو دلالة معنوية لمتغير النزاهة التسويقية في ادارة خبرة الزبون ، اذ نلاحظ ان نتائج مؤشرات مطابقة الانموذج كانت ضمن قاعدة القبول المخصصة لها ، فقد بلغت قيمة (RMR=0.009) وهي اقل من المدى المقبول الخاص بها البالغ (0.08). كما يتضح ان قيمة معامل التأثير المعياري قد بلغت (0.78) وهذا يعني ان متغير النزاهة التسويقية يؤثر في متغير ادارة خبرة الزبون بنسبة (78%) على مستوى فروع شركات الاتصالات عينة الدراسة . وهذا يعني ان تغير وحدة انحراف واحدة من النزاهة التسويقية في فروع شركات الاتصالات عينة الدراسة سوف يؤدي الى تغير ايجابي في ادارة خبرة الزبون بنسبة (78%)



الشكل (8) تأثير النزاهة التسويقية في ادارة خبرة الزبون

المصدر: مخرجات برنامج (Amos V. 23)



كما يتضح من الشكل (9) ان قيمة معامل التفسير (R^2) قد بلغت (0.61) وهذا يعني بأن متغير النزاهة التسويقية قادر على تفسير ما نسبته (61%) من التغيرات التي تطرأ على ادارة خبرة الزبون في شركات الاتصالات عينة الدراسة أما النسبة المتبقية والبالغة (39%) فتعود لمتغيرات أخرى غير داخلية في أنموذج الدراسة. واعتماداً على ما تقدم يمكن قبول الفرضية الرئيسية الثانية .

المبحث الرابع الاستنتاجات والتوصيات

15: الاستنتاجات

- 15.1- يشمل مفهوم النزاهة التسويقية كلا من الأبعاد التسويقية في تفسير معنى النزاهة. تشمل أبعاد النزاهة التسويقية فهي (الإخلاص والأمانة والشعور الودي والثقة والنوايا الحسنة ومتابعة القانون). وبالتالي ، فإن النزاهة التسويقية لا تقتصر في مفهومها على بعد واحد دون الآخر .
- 15.2- يعد الفرد الجدل الفكري الذي يرافق مفهوم النزاهة التسويقية من خلال ارتباط السلوك الانساني بالنزاهة، وذلك لان السلوك النزيه يكون السلوك التنظيمي النزيه وهذا يؤسس لحقيقة انه طالما اختلف الباحثون في محتوى النزاهة الفردية لأنها تمثل الركن الاساس الذي يبنى عليه النزاهة التسويقية داخل المنظمة.
- 15.3- تعزيز جهود مدراء الشركات المبحوثة في تبني اجراءات التغذية الراجعة والاستجابة لردود الفعل السلوكية الصادرة عن المتابعين ، والاهتمام بانطباعاتهم النفسية والسلوكية على عكس سلوكيات المدراء وسلوكياتهم ، لأن ذلك من أهم العوامل الأساسية في إقامة علاقات متينة بين القادة وأتباعهم وتعميق التفاعل بينهم.
- 15.4- ضرورة مواجهة تحركات المنافسين. من خلال القدرة على الابتكار والريادة وزيادة الوعي المعرفي لدى المجتمع لمفاهيمها ، وكذلك الإبداع في استخدام وتحليل وتقييم البيئة المحيطة بها في الأسواق المستهدفة ، وفي الممارسة العملية في تطوير خدماتها ، و الحاجة إلى تعديلات أساسية في التكنولوجيا المستخدمة ، والتنظيم وطرق العمل.

16: التوصيات

- 16.1- تعزيز جهود مدراء الشركات المبحوثة في تبني اجراءات التغذية الراجعة والاستجابة لردود الفعل السلوكية الصادرة عن المتابعين ، والاهتمام بانطباعاتهم النفسية والسلوكية على عكس سلوكيات المديرين وسلوكياتهم ، لأن ذلك من أهم العوامل الأساسية في إقامة علاقات متينة بين القادة وأتباعهم وتعميق التفاعل بينهم.
- 16.2- ضرورة مواجهة تحركات المنافسين. من خلال القدرة على الابتكار والريادة وزيادة الوعي المعرفي لدى المجتمع لمفاهيمها ، وكذلك الإبداع في استخدام وتحليل وتقييم البيئة المحيطة بها في الأسواق المستهدفة ، وفي الممارسة العملية في تطوير خدماتها ، و الحاجة إلى تعديلات أساسية في التكنولوجيا المستخدمة ، والتنظيم وطرق العمل.
- 16.3- الاهتمام بإدارة البحث والتطوير لدورها الفاعل في تحقيق التوازن بين احتياجات ومتطلبات البيئة والمجتمع. فضلا عن التعرف على احتياجات ورغبات الزبائن الحالية والمستقبلية ، ومواكبة التطورات المعرفية سواء في البيئة الداخلية أو الخارجية. من خلال قيامها باستحداث قسم وظيفي يختص باستقطاب اراء ومقترحات العاملين والزبائن على حد سواء.
- 16.4- دعوة ادارات الشركات الى الاهتمام الواسع بإدارة خبرة الزبون وتعميق فهمها ودرائتها بضرورة التحول من التوجه التقليدي القائم على ادارة علاقة الزبون الى ادارة خبرة الزبون وذلك من خلال ،وصفها كأداة استراتيجية مفيدة لإدارة الاعمال فالمنتجات والخدمات لم تعد كافية لوحدها لا رضاء الزبون ورفع القيمة الى مستوى الخبرة.

المصادر: .:

- 1-Adams, J. S., Tashchian, A., & Shore, T. H. (2001). Codes of ethics as signals for ethical behavior. *Journal of Business ethics*, 29(3), 199-211.
- 2-Arnold, M. J., & Reynolds, K. E. (2003). Hedonic shopping motivations. *Journal of retailing*, 79(2), 77-95.
- 3-Atkins, P. W., & Parker, S. K. (2012). Understanding individual compassion in organizations: The role of appraisals and psychological flexibility. *Academy of Management Review*, 37(4), 524-546.
- 4-Ballantyne, D., & Nilsson, E. (2017). All that is solid melts into air: the servicescape in digital service space. *Journal of Services Marketing*.
- 5-Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: the role of brand loyalty. *Journal of marketing*, 65(2), 81-93.
- 6-Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: the role of brand loyalty. *Journal of marketing*, 65(2), 81-93.
- 7-Copeland, D. C. (2013). The origins of major war. In *The Origins of Major War*. Cornell University Press.
- 8-DAS, N; Hota, K, (2014)" aconceptual study on customer experience management " *IJMSB vol,4,issut 3, July*.
- 9-Doney, P. M., & Cannon, J. P. (1997). An examination of the nature of trust in buyer-seller relationships. *Journal of marketing*, 61(2), 35-51.
- 10-Duffy, B. E., & Pruchniewska, U. (2017). Gender and self-enterprise in the social media age: A digital double bind. *Information, Communication & Society*, 20(6), 843-859.
- 11-Dutton, J. E., Dukerich, J. M., & Harquail, C. V. (2014). Organizational images and member identification. *Administrative science quarterly*, 239-263.
- 12-Fatma, S. (2014). Antecedents and consequences of customer experience management-a literature review and research agenda. *International Journal of Business and Commerce*, 3(6).

- 13-Ferrell, O. C., Ferrell, L., & Sawayda, J. (2015). A review of ethical decision-making models in marketing. **Handbook on ethics and marketing.**
- 14-Fombrun, C. J., Van Riel, C. B., & Van Riel, C. (2004). Fame & fortune: How successful companies build winning reputations. FT press.
- 15-Gentile, C., Spiller, N., & Noci, G. (2007). How to sustain the customer experience:: An overview of experience components that co-create value with the customer. **European management journal, 25(5), 395-410.**
- 16-Gerlic, M., Horowitz, J., & Horowitz, S. (2004). Mycoplasma fermentans inhibits tumor necrosis factor α -induced apoptosis in the human myelomonocytic U937 cell line. *Cell Death & Differentiation*, 11(11), 1204-1212.
- 17-Herman, W. H., Teutsch, S. M., Sepe, S. J., Sinnock, P., & Klein, R. (2005). An approach to the prevention of blindness in diabetes. *Diabetes Care*, 6(6), 608-613.
- 18-Jensen, M. (2009) " A New Model of Integrity: An Actionable Pathway To Trust, Productivity and Value " unpublished working paper in process, available at:<http://ssrn.com/abstract=920625>.
- 19-Klaus, P. (2013). The case of Amazon. com: towards a conceptual framework of online customer service experience (OCSE) using the emerging consensus technique (ECT). **Journal of Services Marketing.**
- 20-Lusch, R. F., & Vargo, S. L. (2009). Service-dominant logic—a guiding framework for inbound marketing. *Marketing Review St. Gallen*, 26(6), 6-10.
- 21-Meyer, C., & Schwager, A. (2007). Understanding customer experience. *Harvard business review*, 85(2), 116..
- 22-Schmitt, B., & Zarantonello, L. (2013). Consumer experience and experiential marketing: A critical review. **Review of marketing Research.**
- 23-Singhapakdi, A., Vitell, S. J., & Kraft, K. L. (1996). Moral intensity and ethical decision-making of marketing professionals. *Journal of Business research*, 36(3), 245-255.
- 24-Smith, M. H., Park, P. M., & Consterdine, I. E. (1993). Marine aerosol concentrations and estimated fluxes over the sea. *Quarterly Journal of the Royal Meteorological Society*, 119(512), 809-824.
- 25-Thompson, D. V., & Malaviya, P. (2013). Consumer-generated ads: Does awareness of advertising co-creation help or hurt persuasion?. *Journal of Marketing*, 77(3), 33-47.
- 26-Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2015). Institutions and axioms: an extension and update of service-dominant logic.
- 27-Verhoef, P. C., Lemon, K. N., Parasuraman, A., Roggeveen, A., Tsiros, M., & Schlesinger, L. A. (2009). Customer experience creation: Determinants, dynamics and management strategies. *Journal of retailing*, 85(1), 31-41.
- 28-Wu, J. (2001). China's Financial Sector—Perfecting the Governance Structure of Listed Companies. *Da Gong Bao*, 20.
- 29-Xu, J. B., & Chan, A. (2010). A conceptual framework of hotel experience and customer-based brand equity: Some research questions and implications. *International Journal of Contemporary Hospitality Management.*
- 30-Yu, X. (2010). Survey of integrity marketing in technology-based SMEs in Anhui, China.
- 31-Zomerdijk, L. G., & Voss, C. A. (2010). Service design for experience-centric

دور الوضوح الاستراتيجي في الاداء الريادي
(دراسة استطلاعية تحليلية لآراء عينة من مديري شركة الاتصالات المتنقلة في العراق (آسياسيل))
The Role of Strategic Clarity in Entrepreneurial Performance
An Analytical survey of the opinions of a Sample of Managers of the
Mobile Communications Company in Iraq (Asia cell)

خمانل كامل محمد الطائي

Khmael kamel muhammed
khmael.k@s.uokerbala.edu.iq
كلية الادارة والاقتصاد / جامعة كربلاء
College of Administration and
Economics / University
of Karbala

أ.م.د عادل عباس عبد حسين

Dr. Adel Abbas Abdel Hussein
adil.a@uokerbala.edu.iq
كلية الادارة والاقتصاد / جامعة كربلاء
College of Administration and
Economics / University
of Karbala

أ.د اكرم محسن الياسري

Prof.Dr.Akram alyasiry
alyasiry58@gmail.com
كلية الادارة والاقتصاد / جامعة كربلاء
College of Administration and
Economics / University
of Karbala

المستخلص:

تهدف هذه الدراسة بصورة أساسية الى تحديد دور الوضوح الاستراتيجي والاداء الريادي على مستوى العينة من جميع فروع شركة الاتصالات المتنقلة في العراق آسيا سيل ، انطلاقاً من مشكلة رئيسة تم تشخيصها بعدة تساؤلات تضمنت مدى ادراك العلاقات التأثيرية بين المتغيرات ميدانياً ، ولتجذير الاسس الفلسفية ، اعتمدت الدراسة لقياس الوضوح الاستراتيجي والاداء الريادي ، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي بصورة رئيسة في عرض معلومات الدراسة وتحليلها وتفسيرها ، وقد استخدمت الاستبانة كأداة رئيسة في جمع بيانات ومعلومات الدراسة فضلاً عن بعض المقابلات الشخصية مع افراد العينة الذين تمثلوا بمجموعة من القادة والمدراء في جميع فروع الشركة عينة الدراسة اذ بلغ عددهم (169) فرداً توزعوا بين رؤساء اقسام وشعب ادارية ومشرفين .

ولغرض التحليل والمعالجة الاحصائية اعتمدت الدراسة التحليل العملي التوكيدي كاختبارات بنائية اساسية لصدق المقاييس المعتمدة ، وقد استخدمت هذه الاساليب عن طريق البرامج الاحصائية (Spss,v.23,Amos,v.23)

الكلمات المفتاحية : المصطلحات الدالة: الوضوح الاستراتيجي ، الاداء الريادي ، شركة الاتصالات المتنقلة في العراق آسيا سيل .

Abstract:This Study mainly Aims to determine the Role of Strategic Clarity and pioneering Performance at the level of the Sample from all Branches of the Mobile Communications Company in Iraq, Asia cell, Based on a main problem that was diagnosed with several questions that included the extent to which the influence Relationships Between Variables are perceived in the field, and to root the philosophical foundations, the study was adopted to measure Strategic clarity and pioneering performance. The descriptive analytical approach was used mainly in presenting, analyzing and interpreting the study information. The questionnaire was used as a main tool in collecting data and information for the study, as well as some personal interviews with the sample members who were represented by a group of leaders and managers in all branches of the study sample company. Their number reached (169) individuals, distributed among heads of departments, administrative divisions and supervisors. For the purpose of statistical analysis and treatment, the study adopted confirmatory factor analysis as basic structural tests for the validity of the approved standards. These methods were used by statistical programs (Spss, v.23,

Keywords: Strategic Clarity, leadership performance, Mobile Communications company in Iraq, Asia cell

1. المقدمة :

شهدت الدول والمجتمعات المعاصرة ، وكذلك المنظمات العديد من التغييرات والتحويلات الجذرية وذلك بفضل التطور الهائل الذي عرفه قطاع الاتصالات نتيجة دخول الإنترنت في جميع المجالات ، فهو أصبح السمة الرئيسية في هذا العصر الذي شهد نقلة نوعية في تكنولوجيا وأدوات الاتصال ، وان تطبيق مفاهيم الوضوح الاستراتيجي يحتم على المنظمات ان تعيد صياغة استراتيجياتها وتتبنى مفاهيم حديثة ومتطورة وأكثر انفتاحا لتحقيق أهدافها واستغلال هذه التغييرات والتعامل معها على أنها فرص تمكنها من الاستمرار والبقاء ومواجهة قوى التنافس ، فهي بحاجة إلى دمج افكارها وخبراتها الداخلية مع اطراف خارجية بالشكل الذي يمكنها من الاستفادة من افكارها الابداعية لتطوير أدائها الريادي .

وهذا إجمالاً كان نقطة الانطلاق لإجراء الدراسة الحالية التي استهدفت بلوغ جملة من الأهداف أهمها بناء إطار معرفي لفلسفة موضوعات الدراسة من خلال تتبع المسارات الفكرية للأدبيات المتخصصة ، وتأصيل المعرفة التي تحتويها ، ووصف الاتجاهات التفسيرية لتمثيل الموضوعات ووصف اتجاهاتها التفسيرية ، تأصيل العلاقة المنطقية بين المتغيرات الرئيسية للدراسة ، ويتحقق ذلك عبر تفحص التراكمات المعرفية للمتغيرات واستخلاص ما يؤسس البناء الفكري والمفاهيمي الذي يدعم ويعزز هذه العلاقة منطقياً ، وبما يسند المحتوى العلمي الذي تتضمنه فرضيات الدراسة بشكل اجمالي.

من هذا المنطلق فان الدراسة الحالية تسعى الى دراسة الدور بين الوضوح الاستراتيجي (المتغير مستقل) والاداء الريادي (المتغير المعتمد) اذ تم هيكلة الدراسة وفق الآتي:-

المبحث الأول :

2. منهجية الدراسة:

2.1 مشكلة الدراسة:

تتطلب مشكلة الدراسة الحالية تشخيصاً معرفياً وعملياً مبنياً على مجموعة من الأسس المفاهيمية لمتغيرات الدراسة ، مثل طبيعة العلاقة التفاعلية التي تربطها فهي تحدد حقيقة الجدل الفكري القائم حول متغيراتها بشكل فردي وجماعي ، ومستوى عمقها الميداني وتمثيلها الواقعي في شركة الاتصالات المتنقلة في العراق آسيا سيل ، بهذا الوصف يتم تأطير واقع هذه الدراسة من خلال متغيرات تتفاعل فيما بينها علمياً ، وهي (الوضوح الاستراتيجي ، الاداء الريادي) ، والتي من خلالها تحدد مشكلة الدراسة العامة التي تتبع من عدم الخوض فيها ودراستها في البيئة العربية بشكل عام و البيئة العراقية بشكل خاص اذ يمكن النظر اليها في :

أ- ضعف تأصيل العلاقة التفاعلية بين المتغيرات المعرفية وضرورة تشخيص الفجوة المعرفية التي يمكن تحديدها من خلال محدودية التناول الاكاديمي البحثي لمتغيرات الدراسة خاصة ما يتعلق بالوضوح الاستراتيجي تلك الفجوة التي تتسع معالمها عند الممارسين من صناع الاستراتيجية والقادة ويؤسس وجودها بين المتخصصين .

ب- هل يمتلك مديري الشركة عينة الدراسة تصورا واضحا او ادراكاً معيناً عن متغيرات الدراسة (الوضوح الاستراتيجي، الاداء الريادي) وأبعادها الفرعية ؟

ج- ما مستوى العلاقة التأثيرية بين الوضوح الاستراتيجي والاداء الريادي بأبعاده على مستوى الشركة عينة الدراسة ؟

2.2 أهمية الدراسة:

تعتمد أهمية أي دراسة على أهمية الظاهرة المدروسة ، وقيمتها العلمية والعملية ، ومدى إسهامها في إثراء المعرفة النظرية من جهة ، والمعرفة الميدانية من جهة أخرى ، لذا إن تفحص وقياس العلاقة التفاعلية والمؤثرة بين المتغيرات الرئيسة على مستوى الشركة عينة الدراسة محاولة مهمة لتحديد الخطط الإرشادية مثل المسارات العملية الصحيحة التي تساعد إدارات هذه الشركة في اتجاهاتها المستقبلية في نهج أكثر شمولاً ودقة للوضوح الاستراتيجي ، فضلاً عن أفضل الممارسات الميدانية للإداء الريادي .

2.3 اهداف الدراسة :

استرشاداً بمحتوى مشكلة الدراسة وتساؤلاتها ، يمكن تلخيص أهداف الدراسة الحالية في :

أ. تلمس واقع أبعاد الوضوح الاستراتيجي ومستوى أبعاد الاداء الريادي على مستوى الشركة عينة الدراسة ، وتفحص أسبقية اعتمادها على مستوى عينة الدراسة حصراً ، وهذا يتحقق من خلال ما يأتي :

1- الوقوف على فهم عينة الدراسة لطبيعة وفعالية آليات الوضوح الاستراتيجي على مستوى الشركة عينة الدراسة.

2- التحقق من أبعاد الاداء الريادي على مستوى الشركة عينة الدراسة.

ب- اختبار مستوى علاقة التأثير بين الوضوح الاستراتيجي والاداء الريادي بأبعادها احصائياً على مستوى الشركة عينة الدراسة.

2.4 مجتمع وعينة الدراسة :

إن التعريف بمجتمع الدراسة وعينته وبيان خصائصها ضرورة أساسية تركز عليها الدراسات الميدانية وهذا بدوره يستدعي التحديد الدقيق لمجتمع وعينة الدراسة الحالية ، لذا من الاسباب التي تقف وراء اختيار شركة أسيا سيل عينة الدراسة إنها تمثل قوة استراتيجية مؤثرة بشكل كبير في النشاط الاستثماري والخدمي على مستوى العراق ، فضلاً عن النجاح الكبير الذي تحققه هذه الشركة وحسن ادارتها وطبيعة الالتزام الاداري والوظيفي لدى المديرين وهذا بدوره يسمح بتأشير حالة من النجاح لإجراء مثل هذه الدراسة .

2.5 فرضيات الدراسة :

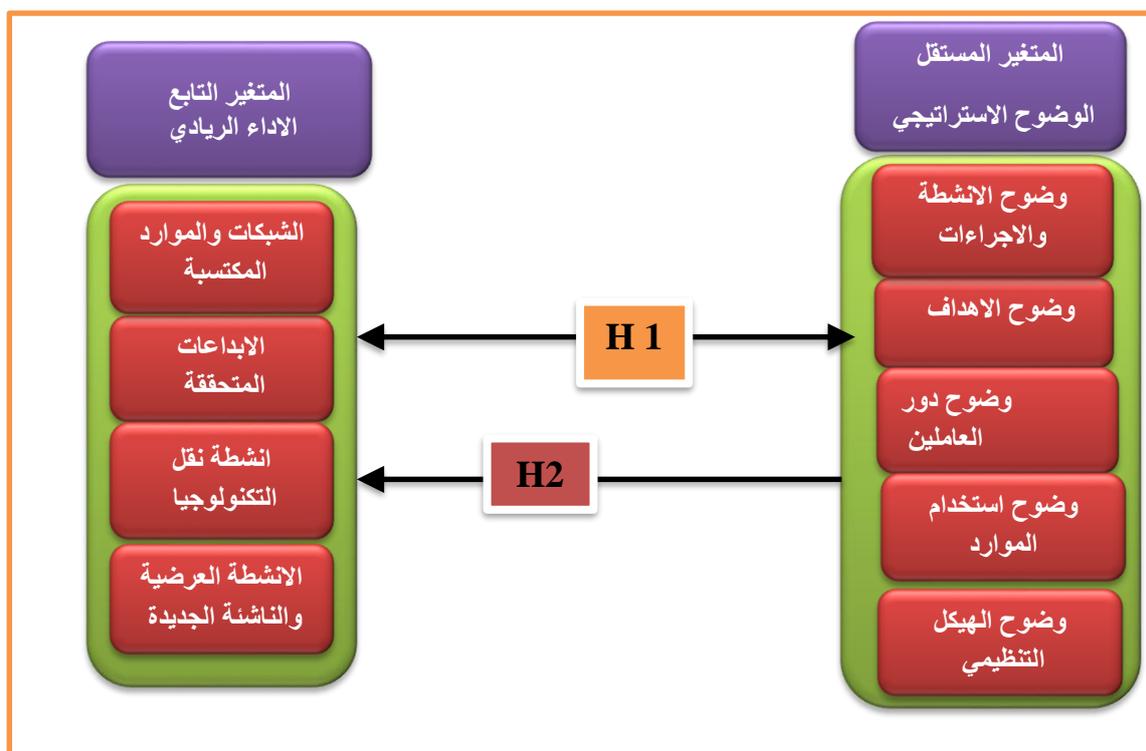
تهدف فرضية الدراسة إلى تحديد طبيعة حركة العلاقات بين متغيرات البحث ، وكذلك تجسيد أبعادها والسعي لتحقيق أهدافها ، ومن ثم يجب أن يكون هذا المخطط شاملاً لجميع متغيرات الدراسة الرئيسية.

1-الفرضية الرئيسة الاولى : لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الوضوح الاستراتيجي والاداء الريادي .

2- الفرضية الرئيسة الثانية : لا يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للوضوح الاستراتيجي بأبعاده في الاداء الريادي .

2.6 مخطط الدراسة الفرضي :

يقدم المخطط صورة معبرة عن فكرة الدراسة ، فهو يوضح طبيعة العلاقات واتجاهات التأثير بين متغيراتها ، لذا جرى تصميمه على وفق ما جاء من مسح للنتائج الفكرية للأدبيات العلمية الرصينة ذات الصلة بمتغيرات الدراسة الرئيسة والفرعية ، ومن ثم يجب أن يكون هذا المخطط مشتملاً لجميع متغيرات البحث الرئيسة وأبعادها الفرعية وطبيعة العلاقات التي تربطها ، ومن ثم قياس علاقات الارتباط والتأثير فيما بينها وكما يأتي :



شكل (1) المخطط الفرضي للدراسة

المصدر : من اعداد الباحث بالاعتماد على الأدبيات المذكورة

المبحث الثاني:

3. التأطير المفاهيمي لمتغيرات الدراسة

3.1 الوضوح الاستراتيجي :

3.1.1 مفهوم الوضوح الاستراتيجي :

فهو يعد مفهوم حديث نسبياً جذب انتباه الباحثين على أساس أن معظم المنظمات لديها استراتيجية محددة ، لكن هذه المنظمات قد تواجه صعوبة في ترجمة خططها إلى إجراءات محددة ، وتكمن هذه الصعوبة في عدم وضوح هذه الاستراتيجية ، تجنباً لحالة الغموض التي أثرت على مستوى الأداء في المنظمات ذات الأنشطة المختلفة ، مما دفع الباحثين في مجال الإدارة الاستراتيجية للبحث عن منظور جديد يساهم في تحقيق مستوى عالٍ من الأداء التنظيمي المتميز، فالمنظمة الفعالة هي التي تستطيع ان تحقق اكبر فائدة ممكنة من خلال وضوح استراتيجياتها في استخدامها للعناصر المادية والبشرية والسيطرة عليها لتصل الى أهدافها وتحقق أفضل النتائج (vickey et al. 1993:439). فقد عرف (Yeager,2013:7) انه نهج جديد يقوم بتكوين الافكار وابتكار الوحدات التنظيمية والتي تعمل من خلالها على الترابط التنظيمي في المنظمة والفهم المشترك ،لذا فهو طريقة جديدة لأداء الافراد العاملين و فرق العمل والذي يؤكد على مبدا الوضوح المشترك لترسيخ الاداء العالي والترابط التنظيمي . ووصف (D.Smith&Tomas,2020:9) الوضوح الاستراتيجي كميزة للتواصل الاستراتيجي الفعال ، والذي يوفر إرشادات قيمة للعاملين من خلال تحديد الأساليب التي ستتبعها المنظمة لتحقيق أهدافها ،

ويساعد في حل النزاعات وتحديد الأولويات التنظيمية . وبذلك يمكن القول ان الوضوح الاستراتيجي يساعد على تجنب الغموض المفاهيمي ويمنع حالة التداخل والتكرار والسماح لبناء المقياس لاستخدامه في الابحاث .

3.1.2 أهمية الوضوح الاستراتيجي

فالاهتمام بالوضوح الاستراتيجي يتطلب اتباع أسلوب مفهوم وإجراءات محددة وواضحة مما ينتج عنه الاداء الناجح ، فضلا عن قدرته الديناميكية في التعامل مع المواقف التي تتعرض لها المنظمة وفهمها بشكل واقعي (Tucker,2005:198) . كما انه الموجه والداعم الذي يؤكد على توفير المعلومات الصحيحة في الوقت المناسب من خلال التركيز على الانشطة والاجراءات التي من شأنها تعمل على فاعلية التنفيذ الصحيح للاستراتيجية للوصول الى النتائج المخططة ،فضلا عن انه يساعد المديرين في فهم إجراءات العمل وبناء الاسس من أجل التعرف على الثغرات والفجوات في اداء المنظمة (Dunham & Puente, 2008:510) لذا أصبح السعي وراء الوضوح الاستراتيجي امرا حتميا لمعظم المنظمات لأنه يضع طرفاً للتعامل مع جميع المستويات التنظيمية ،كما ويساهم في بيئة التغيير والغموض مما يجعله يشكل تحدياً للمديرين، لذا يتطلب منهم دراسته واخذه على محمل الجد (Huang et al,2017:8) وهذا ما جعل (Gulbrandsen,2019:3) يؤكد ان التقلب في بيئة الاعمال والاضطراب الاقتصادي والتغيرات المستمرة تدفع المنظمات الى اعادة النظر في الاستراتيجيات الاساسية ومراجعتها من اجل معرفة قدرة المنظمات او عدم قدرتها على صياغة استراتيجيات اعمالها ،فضلا عن الغموض والتعقيدات التي تجعل من الصعب على العاملين فهم كيفية عملهم والانشطة اليومية لتحقيق اهداف المنظمة .

3.1.3 ابعاد الوضوح الاستراتيجي

ان تحديد أبعاد الوضوح الاستراتيجي يعد أحد الاهداف الاساسية للدراسة الحالية ، ولأسباب مضت جرى اعتماد نموذج (Dunham&Puente,2008: 511) الذي يشتمل على خمسة أبعاد رئيسية يمكن توضيحها كما يأتي :

3.1.3.1 وضوح الأنشطة والاجراءات:

باتت المنظمات اليوم تركز على الاجراءات المتبعة لديها لأنها تعد من اهم الادوات التي تستخدمها لرفع مستوى ادائها التنظيمي ، فهي تعبر عن جوهر عملها وينبغي ان تصمم بطريقة تساعد على تحسين وزيادة مستوى الانتاجية ، فضلا عن ان المنظمات تسعى جاهدة الى انشاء برامج تمكنها من الاستفادة بشكل افضل من مواردها لزيادة قيمتها واسـتخلاص الافكار المحيطة بها (Hall,2008:145) لذلك سعت المنظمات لتطوير الإجراءات التي تمكنها من استثمار مواردها على النحو الأمثل ، مما يزيد من قيمتها وتبني الاجراءات الواضحة والمناسبة يمثل خطوة اولى وضرورية نحو استراتيجية فاعلة ترمي الى تغيير وتعزيز الاستراتيجيات التي يعتقد ان تكون حاسمه لتحقيق اهداف المنظمة المنشودة. (Dunham&Puente,2008: 516)

3.1.3.2 وضوح الاهداف

كل منظمة لديها أهدافها الخاصة التي تسعى الى تحقيقها وهذه الاهداف تمثل نقطة البداية والتوجه لأي عمل ، فهي وسيلة لتحديد السبب الذي وجدت من اجله كما انها تعد من اهم الركائز الاساسية لتحقيق الفاعلية الاستراتيجية (Stawski et al ,2007:15) فقد عرف (Bang et al,2010:259) وضوح الاهداف بانها الوسائل التي تتمثل بالدقة والتفصيل في الصياغة لإتاحة الفرصة للإفراد العاملين او الفريق لبلوغ الاهداف . كما يمثل وضوح الهدف مصدر داخلي للالتزام ووسيلة لقياس الاداء الذي ترغب المنظمة بتحقيقه ،

فقد تكون الاهداف استراتيجية متعلقة بمستقبل المنظمة او تكتيكية مرتبطة بتحديد نتائج الوحدات في المنظمة (Cakar&Alakavuklar,2011:392).

3.1.3.3 وضوح دور العاملين:

يعد المورد البشري من اهم الركائز الأساسية في المنظمة ومفتاح النجاح التنظيمي، فمن خلال الاستثمار العقلاني لجهودهم يمكن تحقيق النجاح والتميز بالعمل ، يوضح (Geoffrey) أن نجاح المنظمات وكفاءتها يرتكز على الموارد البشرية فيها ، بالتالي مهما كانت المعدات الالية على درجة عالية من التطور فانه من الممكن ان يقضي على اي منظمة مالم يتوافر فيها عاملين يدركون بشكل واضح ما مطلوب منهم من أدوار داخلها (Hall,2004:12) ، فالعاملين هم من يعيدون الحياة للمنظمة ويعملون وفق هيكلها بنجاح وهذا بدوره سوف يولد الشعور بالمسؤولية والمشاركة لكل من العاملين وفرق الادارة العليا (Mukherjee&Malhotra,2006:450) وبدأت المنظمات تهتم بتوضيح أدوار عاملها بطريقة تعتمد على فهم مبتكر لعمل المنظمة ، خاصة فرق الإدارة العليا ، التي بدورها تعمل على تحسين الكفاءة والفعالية على المدى القصير وضمان البقاء والاستمرارية على المدى الطويل (Bang et al,2010:254) .

3.1.3.4 وضوح استخدام الموارد:

من أجل بقاء المنظمات على قيد الحياة ، تحتاج إلى موارد للحفاظ على عملياتها فهي تعد المكون الاساسي لاستمرارها وديمومتها ، فتعرف الموارد بانها جميع الموجودات والعمليات التي يمكن للمنظمة توظيفها او الحصول عليها من اجل تحقيق اهدافها، فضلا عن المعلومات والمعرفة التي تمكنها من صياغة وتنفيذ الاستراتيجيات لتحسين كفاءتها وفعاليتها (Barney,1991:105)، كما عرف (Fahy,2000:99) وضوح الموارد بانها بمثابة القوى الدافعة والمحفزة في عمل المنظمة والركيزة الاساسية لتحقيق فاعلية الاداء التنظيمي .

3.1.3.5 وضوح الهيكل التنظيمي:

ووضح (Cosh &Hughes,2012:305) بانه يمثل أحد العوامل الاستراتيجية الداخلية أو المتغيرات الذي تحدد علاقات ومهام كل وحدة تنظيمية ومقدار التعاون بين الوحدات، وأن كل وحدة لديها القدرة على تنفيذ مهام محددة أو التركيز على عملية التنسيق لربط الاعمال والتكامل . تسعى المنظمات جاهدة لتحقيق اهدافها من خلال التمسك ببناء الهياكل التنظيمية واعتماد نموذج محدد وشامل للبيئة التنظيمية وهذا بدوره يوفر مجموعة واسعة من الأشكال التنظيمية المحددة عند السعي للحصول على الاتساق الداخلي ، فالخصائص المختلفة للهياكل تعمل على خلق حالة من التوازن بين المنظمة وبيئتها، واتاحة الفرصة للمدراء لاختيار الهياكل المناسبة من اجل بقاء منظماتهم مستمرة في بيئة الاعمال (Tran &Tian,2013:230)

3.2 الاداء الريادي:

3.2.1 مفهوم الاداء الريادي :

أن مسعى البحث في موضوع الاداء الريادي يمثل محاولة لفهم قدرة المنظمة في تحقيق النجاح واستدامة ميزتها التنافسية من خلال الاستجابة لتغيرات بيئية معينة ،على الرغم من إن مصطلح الريادة (Entrepreneurship) قد استخدم لأكثر من 200 عام ، الا انه لايزال هنالك خلاف كبير حول ما يعنيه المصطلح في الواقع ، وبالتالي فان هذا التناقض الرئيسي بين المنظرين يتجسد بوضع تصور

مفاهيمي حول الريادة كفرد او الريادة على مستوى المنظمة (Brizek, 2003:25) ، لذا يمكن القول بشكل عام بأن الريادة هي العملية التي عن طريقها تكشف وتقيم وتستغل الفرص الخاصة بخلق المنتجات او الخدمات الجديدة (Shane,2003:263) إذ عرف (Delmar,1996:9) الأداء الريادي هو الاداء الذي يقتصر على المهام التي تكون تحت سيطرة الريادي مثل دور الادارة العليا في المنظمة لصياغة الأهداف والاستراتيجيات وصنع القرار وتنظيم المشروع من خلال طاقة الفرد العامل وإرادته (القدرة والدافع) والتعامل مع البيئة (تصميم المنظمة وسياقها) يفترض ان يتصرف الريادي تجاه البيئة وفقاً لأهدافه .

3.2.2 أهمية الاداء الريادي:

تشير البحوث التطبيقية والنظرية خلال العقود الاخيرة الى إن ريادة الاعمال كعملية تأخذ أدوار متعددة (Multi roles) ولا تقتصر فقط على منظور الربح الاقتصادي (Economic profit) (Zampetakis et al.,2009:168) ان تبني المنظمة لفلسفة الاداء الريادي يقود الى تحولها لمنظمة ريادية تسبق منافسيها بخطوات على الرغم من ان العديد من المنظمات كانت سبباقة في المحافظة على البيئة من خلال الاستثمار في مشروعات ذات صفة تنموية من الناحية الاجتماعية والبيئية وهذا يتطلب بذل جهد اكبر (Hitchcock & Willard:2009:4) ونرى ان الأداء الريادي اصبح هدف مهم للمنظمات والمجتمع بشكل عام، فهو مصدر التجديد والمرونة والابداع (Dam et al.,2010:967) كما وتحدد أهميته كونه وسيلة لزيادة نمو وربحية المنظمات او تحقيق التجديد الاستراتيجي و التغيير التنظيمي ، لضمان تحقيق المنظمة أداء متميز لابد ان تكون قادرة على خلق قيمة عالية لربائنها (Goetsch & Davis, 2010 : 10) .

3.2.3 أبعاد الاداء الريادي:

إن تحديد أبعاد الاداء الريادي يعد أحد الأهداف الأساسية للدراسة الحالية ، وجرى اعتماد نموذج (Del Giudice et al.,2016) الذي يشمل أربعة أبعاد رئيسة يمكن توضيحها كما يأتي :

أ- الشبكات والموارد المكتسبة

تعد الشبكات والموارد جزءاً أساسياً من واحد من عوامل النجاح في أنشطة الأعمال والعمليات في المنظمات المعاصرة ، وهي عامل رئيسي في زيادة فعالية المنظمات للوصول الى المعلومات والاسواق التي تكون مهمة لعملية الابداع والابتكار وتنفيذ استراتيجيات ريادية للمنظمة ، من خلال هذا البعد تكون المنظمة قادرة على العمل بشكل مستمر وقيادة عالية فهي تحدد مستوى الأداء الريادي من خلال ما تمتلكه من وسائل انتاج وتكنولوجيا متقدمة تقدم منتجات تحقق اشباع حاجات ورغبات الزبائن في اسواقها (2005:47) ، (Barreira) وان توافر الشبكات والموارد تعبر عن وجهات نظر مختلفة فهي تساهم في تحسين التعلم على مختلف المستويات (الفردية والمجتمعية والمنظمة) ،فضلا عن ذلك ينبغي ان يكون العاملين الذين يمثلون المنظمات قادرين على توفير الموارد والالتزام في شبكاتهم (Schot & Geels ,2008:541)

ب- **الابداعات المتحققة** ان عملية تحويل الافكار المبدعة الى أعمال ناجحة وقابلة للنمو والتطور ستبقى التحدي الذي يواجه المستثمرين في بيئة الاعمال المضطربة والمتقلبة ،لان الاداء الريادي الناجح يتمثل بجمع الابداعات وتحمل المخاطر والبحث عن الفرص واقتناصها ، فضلا عن القابلية على ترجمة الفكرة الى واقع ملموس (Gopalakrishnan &Damanpour,2000:15) فقد وعرف (Barreira,2005:23) الابداعات بانها تمثل الدرجة التي يكون فيها الريادي على استعداد لبذل اقصى قدر من الجهود نحو تحقيق الاداء في مشروعه الريادي ،فضلا عن تعزيز مهارات التعامل مع الاخرين ويقوي العلاقات بين العاملين .

ج- أنشطة نقل التكنولوجيا

تسعى معظم المنظمات الى تحقيق النجاح والتميز في عملياتها وأنشطتها فهي تكافح باستمرار لبناء مركز استراتيجي متميز والذي يضمن لها البقاء والنمو وتحسين الأداء في ظل البيئة التي تعمل بها، فعندما تبحث عن المزايا يمكن ان تتحقق من التكنولوجيا الحديثة كي تصبح منظمات ريادية ، وهذا يتطلب استثمارات ضخمة في التكنولوجيا والبحث والتطوير وايجاد اساليب جديدة لتحسين العمليات الموجودة ، فهي تمثل اكثر المقاييس المستخدمة في قياس نجاح المنظمات الريادية ، اذ تعد عامل مهم في تعزيز قدرة المنظمة على تحقيق الاهداف طـــــــويلة الاجل مثل زيادة حصتها الســـــــوقية والحصول على مركز تنافسي قوي ، فضلا عن تطوير وتوسيع التكنولوجيا يعد حافزا للنمو المستقبلي فهو يعزز الاعمال والانـــــــشطة الادارية وقوة العمل والبقاء والنمو (Haber & Reichel,2005:258) كما وتعد أنشطة نقل التكنولوجيا عملية طويلة ومعقدة وديناميكية ويتأثر نجاحها من خلال عوامل مختلفة ناشئة عن العديد من المصادر المختلفة والتي تحدث عبر وظائف مختلفة داخل قسم واحد او منظمة ، وتسعى المنظمات في البلدان النامية أيضاً بشكل متزايد إلى البحث عن شركات عالمية في مجال البحث والتطوير والتعاون في مجال العلوم والتكنولوجيا كطريقة لبناء قدراتها (Guan et al.,2006:668)

هـ - الأنشطة العرضية الناشئة والجديدة

حظيت المنظمات المنبثقة والناشئة باهتمام كبير في الأدبيات المتعلقة بتشكيل المنظمات الجديدة فهي مفيدة للاقتصادات والابتكارات ، ظهرت الحاجة في الحصول على مزيد من العمليات التي تؤثر على تشكيل المنظمات الجديدة والمنبثقة ، وان العملية الاساسية للتعرف على الفرص واغتنامها تستند الى عوامل رئيسة تتمثل في الكشف عن مصادر الأنشطة العرضية والناشئة التي تعتمد في الحصول على فرص اكثر اتساعاً من الارباح والتقدم لمستقبل المنظمة (Koster,2004:2) ، فقد أشار (Ardichvili et al. 2003: 106) الى ان تحقيق النجاح الريادي يعتمد على مدى استعداد الريادي لاغتنام الفرص بالاعتماد على ما يمتلكه من المهارات والمتمثلة بـ المهارات القيادية والاقناع والتسويق والادارة المالية والقانونية والاتصالات والتخطيط الاستراتيجي) اي المهارات اللازمة لوضع خطة عمل مناسبة وبدونها لا يمكن لرواد الاعمال من اغتنام الفرص المتاحة لهم والمضي قدماً نحو تحقيق الاداء الريادي

المبحث الثالث:

4. عرض وتحليل نتائج الدراسة واختبار الفرضيات:

4.1 اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات:

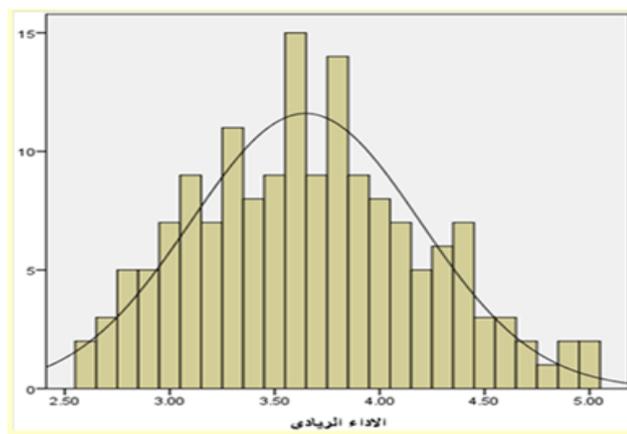
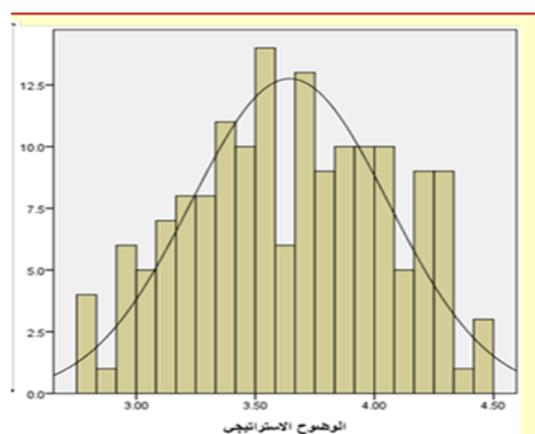
يقصد بهذا الاختبار توزيع ميداني للبيانات المتجمعة ويظهر بيانياً على شكل جرس مقلوب ويكون التوزيع متماثلاً عندما تتطابق فيه قيم مقاييس النزعة المركزية كالوسط الحسابي ، الوسيط ، والموالات ويتوقف الحصول على منحني التوزيع الطبيعي للبيانات على طبيعة العينة وحجمها (Ghasemi & Zahediasl , 2012 : 487) ، ولغرض معرفة طبيعة توزيع بيانات الدراسة الحالية ، اعتمدت الباحث على اختبار التفلطح والالتواء الذي يعد اسلوباً ملائماً في حال كان حجم العينة كبير يفوق (50) مفردة ، وهنا يشير (, Khine 35-36 : 2013) الى أهمية ان تتوزع البيانات ضمن حدود التوزيع الطبيعي ، اذ انه بالإمكان الحكم على توزيع البيانات من خلال اسلوب التفلطح (Kurtosis) والالتواء (Skewness) اذ ان قيمة التواء وتفلطح البيانات للمتغيرات المقاسة كلما اقتربت من (7,2) على التوالي يكون توزيع البيانات غير طبيعي الى حد ما ، وكلما اقتربت قيمة التواء وتفلطح البيانات من (21,3) على التوالي يكون توزيع البيانات غير طبيعي بشدة . كما يعد مستوى الدلالة للتفلطح والالتواء ايضاً مؤشراً عن توزيع البيانات وذلك من خلال حساب قيمة (Z) المعيارية بقسمة قيمة احصائية الالتواء والتفلطح على خطأها المعياري وكلما كانت قيمتها ضمن الفترة (±2.58) ($p < .01$) تكون البيانات ذات توزيع طبيعي .

ولأغراض الدراسة الحالية يتضح من الجدول (1) ان قيم احصائية اختبار التفلطح كانت محصورة بين (-0.061 ، 0.558) اما قيم اختبار الالتواء فكانت محصورة بين (-0.047 ، 0.613) لمتغيرات الدراسة الرئيسة وابعادها الفرعية وهي ضمن الحدود المقبولة المنصوص عليها اعلاه وهذا يدعم ان البيانات تخضع للتوزيع الطبيعي ، كما انه عند ملاحظة قيم (Z) المعيارية يتضح انها جاءت ضمن الفترة (±2.58) وهذا يؤكد ان جميع بيانات متغيرات الدراسة الرئيسة بأبعادها الفرعية تخضع للتوزيع الطبيعي حسب اجابات عينة الدراسة وهذا يسمح باستخدام الاساليب المعلمية في التحليل والاختبار. ويوضح الشكل (2) منحنيات التوزيع الطبيعي الخاصة ببيانات متغيرات الدراسة الوضوح الاستراتيجي ، والاداء الريادي ، والتوالي .

الجدول (1) : نتائج اختبارات التفلطح والالتواء لمتغيرات الدراسة وأبعادها الفرعية

المتغيرات والابعاد	N	احصائية الالتواء	الخطأ المعياري	Z المعيارية	احصائية التفلطح	الخطأ المعياري	Z المعيارية
AC	169	0.313	0.232	1.349	-0.226	0.383	-0.590
GC	169	0.283	0.232	1.220	-0.573	0.383	-1.496
EC	169	0.027	0.232	0.116	-0.098	0.383	-0.256
RC	169	0.129	0.232	0.556	-0.462	0.383	-1.206
OSC	169	0.114	0.232	0.491	-0.297	0.383	-0.775
الوضوح الاستراتيجي	169	-0.061	0.232	-0.263	-0.766	0.383	-2.000
NRA	169	0.513	0.232	2.211	-0.515	0.383	-1.345
IR	169	0.034	0.232	0.147	-0.521	0.383	-1.360
TTC	169	0.558	0.232	2.405	-0.522	0.383	-1.363
NOU	169	0.047	0.232	0.203	-0.831	0.383	-2.170
الاداء الريادي	169	0.266	0.232	1.147	-0.411	0.383	-1.073

المصدر : مخرجات برنامج (SPSS V.23)



الشكل (2) منحني التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة

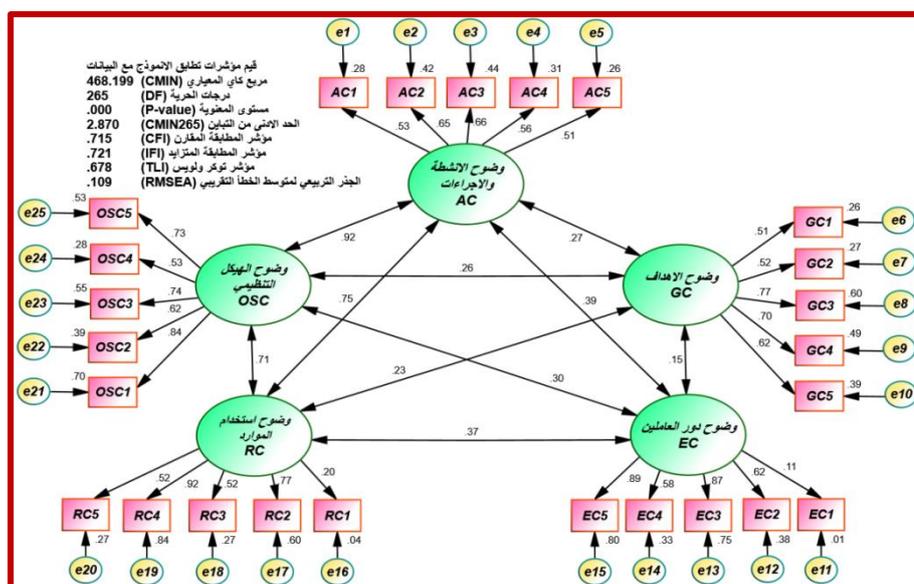
المصدر: مخرجات برنامج SPSS v.23

4.2 اختبار الصدق البنائي التوكيدي لأداة القياس:

يعد التحليل العاملي التوكيدي (Confirmatory Factor Analysis) شرطاً أساسياً للاختبارات المعلمية. إذ يستخدم هذا النوع لأجل اختبار الفرضيات المتعلقة بوجود أو عدم وجود علاقة بين المتغيرات المقاسة والعوامل الكامنة، وهو من أهم الاختبارات التي تسهم في التأكد من صدق البناءات النظرية لمتغيرات الدراسة ومدى دقتها ميدانياً (Afthanorhan, 2013 : 19)

4.2.1 التحليل العاملي التوكيدي لمقياس الوضوح الاستراتيجي :

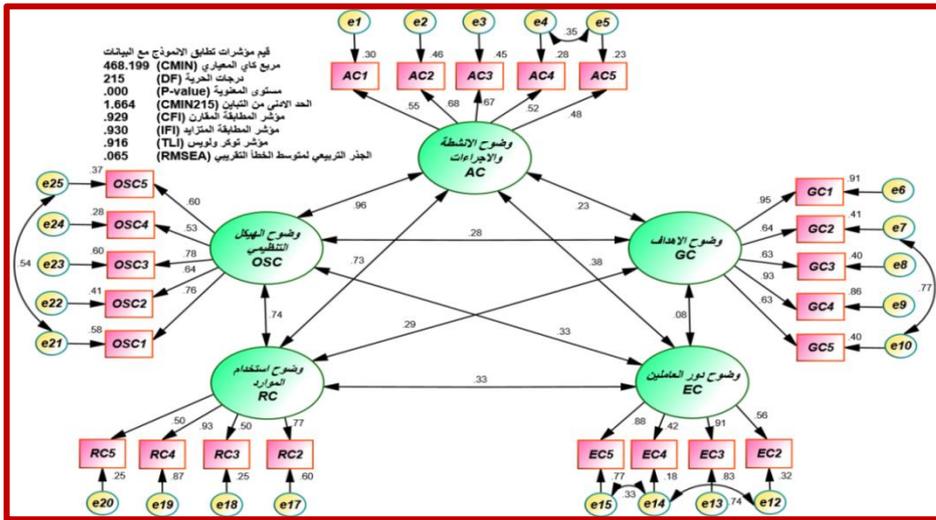
تم قياس متغير الوضوح الاستراتيجي من خلال خمسة أبعاد فرعية هي وضوح الأنشطة والاجراءات (5) فقرة، وضوح الاهداف (5) فقرة، وضوح دور العاملين (5) فقرة، وضوح استخدام الموارد (5) فقرة، ووضوح الهيكل التنظيمي (5). إذ يتضح من خلال الشكل 3 ان جميع تقديرات المعلمة المعيارية (وهي النسب الظاهرة على الأسهم التي تربط الأبعاد بفقراتها) قد تجاوزت النسبة المقبولة (0.40) الا الفترتين (RC1، EC1) الظاهرتين في البعدين وضوح دور العاملين ووضوح استخدام الموارد إذ كان تقديرهما (0.11، 0.20) على التوالي وهذا يدل على ضعف تمثيلها القياسي للبعدين اللتين تنتمين اليه مما يستوجب حذفهما، كما ان بعض قيم مؤشرات مطابقة الانموذج كانت غير مستوفية لقاعدة القبول المخصصة لها وهذا ما يتضح في قيم (CFI, IFI, TLI, RMSEA). وهذا يستوجب الاسترشاد بمؤشرات التعديل (Modification Indices) التي يقترحها البرنامج لتحسين مستوى مؤشرات مطابقة الانموذج الهيكلية الذي يمكن من خلاله تحديد مدى الانسجام بين الهيكل النظري الذي اعد من خلاله المقياس مع اجابات أفراد العينة على مستوى فروع شركة أسيا سيل للاتصالات عينة الدراسة.



الشكل (3) التحليل العاملي التوكيدي لمقياس الوضوح الاستراتيجي قبل التعديل

المصدر: مخرجات برنامج (Amos V.23).

كما يلاحظ ان جميع تقديرات المعلمة المعيارية لفقرات أبعاد متغير الوضوح الاستراتيجي قد تجاوزت نسبة (0.40) وهي النسب الظاهرة على الأسهم التي تربط الأبعاد الفرعية الخمسة بفقراتها، وكانت جميعها نسب معنوية لأنه عند متابعة قيم النسبة الحرجة (C.R.) الظاهرة في الجدول (2) أتضح إنها قيم معنوية وهذا يشير الى جدوى هذه المعلمات وصدقها وبذلك يتضح ان متغير الوضوح الاستراتيجي يقاس بـ(23) فقرة موزعة على خمسة أبعاد فرعية.



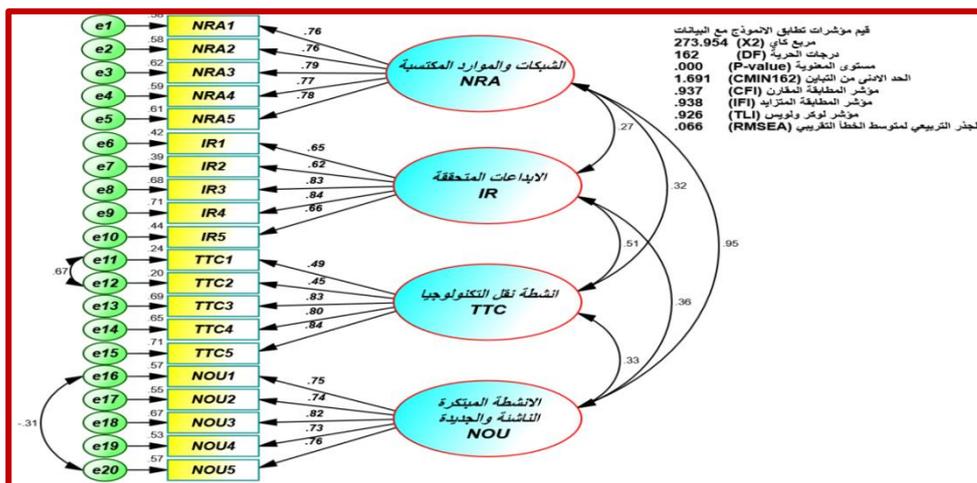
الشكل (4) التحليل العائلي التوكيدي لمقياس الوضوح الاستراتيجي بعد التعديل

المصدر: مخرجات برنامج (Amos V.23).

4.2.2 التحليل العائلي التوكيدي لمقياس الاداء الريادي :

لقد تم قياس متغير الاداء الريادي من خلال اربعة ابعاد فرعية هي (الشبكات والموارد المكتسبة (5) فقرة ، الابداعات المتحققة (5) فقرة ، أنشطة نقل التكنولوجيا (5) فقرة ، الأنشطة المبتكرة الناشئة والجديدة (5) فقرة) . اذ يتضح من الشكل (5) ان تقديرات المعلمة المعيارية قد تجاوزت نسبة (0.40) كما هي مبينة في الشكل (5) وان جميعها نسب معنوية وذلك لأنه عند متابعة قيم النسبة الحرجة (C.R.) الظاهرة في الجدول (2) اتضح انها اكبر من (2.56) عند مستوى معنوية (0.01) وهذا يشير الى جدوى هذه المعلمات وصدقها.

أما بالنسبة الى مؤشرات مطابقة الأنموذج فقد أظهرت النتائج وبعد اجراء اثنين من مؤشرات التعديل (Modification Indices) بان جميعها كانت مستوفية لقاعدة القبول المخصصة لها ، وبذلك فان الانموذج الهيكلى قد حاز على مستوى عالٍ من المطابقة مما يؤكد أن متغير الاداء الريادي يقاس بأربعة ابعاد فرعية بواقع (20) فقرة .



شكل (5) التحليل العائلي التوكيدي لمقياس الاداء الريادي

المصدر: مخرجات برنامج (Amos V.23).

4.2.3 اختبار الثبات لأداة القياس وصدقها الهيكلي:

يتعلق الصدق والثبات بمدى توفير المقياس نتيجة مستقرة ومتسقة بحيث يُقال أن المقياس يمكن الاعتماد عليه إذا كان تكرار القياس الذي تم اجرائه في ظل ظروف ثابتة سيعطي نفس النتيجة ، ويتمتع المقياس بمصدقية عالية في الاتساق إذا كانت عناصره تقيس نفس البنية ، ويعد معامل كرونباخ ألفا المقياس الأكثر استخدامًا في هذا الجانب (Taherdoost , 2016 : 33) وبذلك وبهدف التعرف على مدى صلاحية المقياس وثبات استمرارية الاستبانة للدراسة الحالية سيتم اعتماد اختبار كرونباخ الفا الذي يعد من افضل مقاييس ثبات المقاييس السلوكية ، اذ اشارت (Sharma , 2016 : 273) الى كيفية تفسير قيم كرونباخ الفا لتقييم حالة الثبات المتحققة في بيئة تطبيق معينة ، اذ يتضح من خلال الجدول (3) ان قيمة معامل الثبات (Cronbach's Alpha) للمتغيرات وابعادها الفرعية قد تراوحت بين (0.727 – 0.949) مما يؤشر وجود مستوى ثبات مرتفع ، وتعد هذه القيم مقبولة في الدراسات الوصفية والسلوكية كونها قيم عالية بالمقارنة مع قيم ألفا المعيارية ، اما بالنسبة الى نتائج معامل الصدق الهيكلي فقد كانت جميعها عالية وتحقق غرض القياس . وتدل هذه النتائج على وجود مستوى ثبات عالي في فقرات المتغيرات الثلاث ، وبذلك فإن أداة الدراسة تتصف بالدقة والثبات العالي وبذلك اصبحت جاهزة للتطبيق .

جدول (3) : قيم اختبار الثبات والصدق الهيكلي لمتغيرات الدراسة وابعادها الفرعية

ت	المتغيرات والابعاد	معامل كرونباخ الفا	معامل الصدق الهيكلي
8	وضوح الانشطة والاجراءات	0.840	0.917
9	وضوح الاهداف	0.787	0.887
10	وضوح دور العاملين	0.773	0.879
11	وضوح استخدام الموارد	0.872	0.934
12	وضوح الهيكل التنظيمي	0.825	0.908
13	الوضوح الاستراتيجي	0.949	0.974
14	الشبكات والموارد المكتسبة	0.802	0.896
15	الابداعات المتحققة	0.727	0.853
16	انشطة نقل التكنولوجيا	0.848	0.921
17	الانشطة المبتكرة الناشئة والجديدة	0.839	0.916
18	الاداء الريادي	0.944	0.972

المصدر: مخرجات برنامج (SPSS V.23).

4.3 وصف وتشخيص متغيرات البحث

4.3.1 وصف وتشخيص متغير الوضوح الاستراتيجي اجمالياً:

تتضمن هذه الفقرة الاحصاءات الوصفية لمتغير الوضوح الاستراتيجي وابعاده اجمالياً ، اذ يظهر الجدول (4) نتائج الاحصاءات الوصفية لمتغير الوضوح الاستراتيجي والذي يقاس بخمسة ابعاد ميدانية ، اذ بلغ الوسط الحسابي الكلي لهذا المتغير (3.645) وبلغ الانحراف المعياري (0.415) و بلغ معامل الاختلاف (11.37%) و بلغت الاهمية النسبية (72.89%) ، وتشير هذه النتائج الاحصائية الى ان متغير الوضوح الاستراتيجي قد حاز على درجة مرتفعة من الاهمية حسب اجابات الافراد المبحوثين ، مما يدل على ان ادارات

فروع الشركة عينة الدراسة تهتم بشكل كبير بمستوى وضوحها الاستراتيجي وهذا يؤكد سعيها الى الاهتمام بوضوح انشطتها التفصيلية واجراءات العمل ضمن خطوط الاتصال الاداري بين مستوياتها الادارية ووضوح اهدافها التفصيلية والعامه لدى جميع العاملين بهدف تحسين ادوارهم الوظيفية والواجبات المكلفين بها وكيفية استخدام وتوزيع الموارد المختلفة على جميع الفروع والمكاتب .

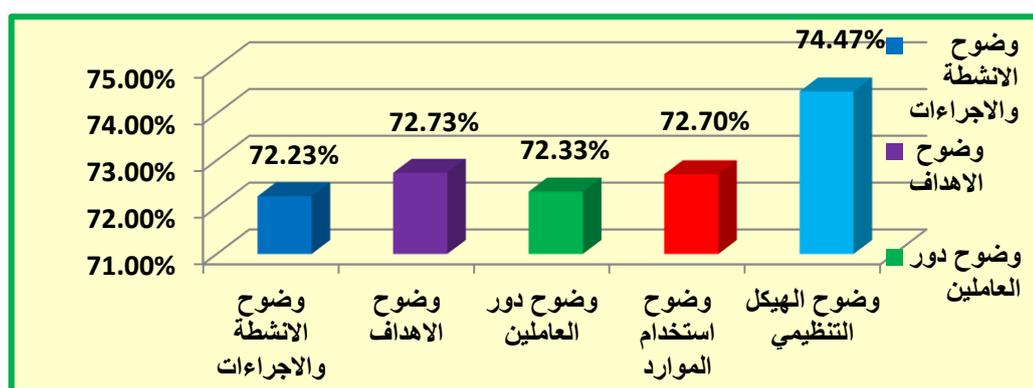
اما بالنسبة الى ترتيب ابعاد الوضوح الاستراتيجي الفرعية ميدانياً على مستوى فروع شركة الاتصالات عينة الدراسة فقد جاء ترتيبها كالاتي (وضوح الهيكل التنظيمي ، وضوح الاهداف ، وضوح استخدام الموارد ، وضوح دور العاملين ، ووضوح الانشطة والاجراءات) على التوالي حسب اجابات افراد العينة، وكما في الجدول (4).

الجدول (4) : الاحصاءات الوصفية لمتغير الوضوح الاستراتيجي بأبعاده

الترتيب الابعاد	الاهمية النسبية %	معامل الاختلاف %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات
5	72.23	12.07	0.436	3.611	وضوح الانشطة والاجراءات
2	72.73	12.50	0.454	3.637	وضوح الاهداف
4	72.33	11.77	0.426	3.616	وضوح دور العاملين
3	72.70	12.28	0.446	3.635	وضوح استخدام الموارد
1	74.47	12.44	0.463	3.723	وضوح الهيكل التنظيمي
-	72.89	11.37	0.415	3.645	المعدل العام لمتغير الوضوح الاستراتيجي

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برامج (SPSS , Microsoft Excel).

ويوضح الشكل (6) ترتيب الاهمية النسبية لكل بعد من أبعاد الوضوح الاستراتيجي بالاعتماد على الاهمية النسبية المتحققة على مستوى فروع شركة الاتصالات عينة الدراسة .



الشكل (6) : التمثيل البياني لإبعاد متغير الوضوح الاستراتيجي

المصدر: مخرجات برنامج (Microsoft Excel).

4.3.2 وصف وتشخيص متغير الاداء الريادي اجمالياً

تتضمن هذه الفقرة الاحصاءات الوصفية لمتغير الاداء الريادي وابعاده اجمالياً ، اذ يظهر الجدول (5) نتائج الاحصاءات الوصفية لمتغير الاداء الريادي والذي يقاس بأربعة أبعاد فرعية ، اذ بلغ الوسط الحسابي الكلي لهذا المتغير (3.647) وبلغ الانحراف المعياري (0.547) وبلغ معامل الاختلاف (14.99%) وبلغت الاهمية النسبية (72.94%) ، وتشير هذه النتائج الاحصائية الى ان متغير الاداء الريادي قد

حاز على درجة مرتفعة من الأهمية حسب اجابات الافراد عينة البحث ، مما يدل على ان ادارات فروع الشركة عينة الدراسة تسعى الى الاهتمام بتحسين مستوى اداءها الريادي واستمراريتها في بيئة الاعمال وذلك من خلال مواكبة مختلف التطورات في المتغيرات البيئية والتقدم المتسارع في خدمات الاتصال واستخدام شبكات الانترنت وتبني الافكار الابداعية الجديدة والتقنيات الحديثة وتحقيق افضل ترشيد لاستخدام الموارد المتاحة لكل فرع .

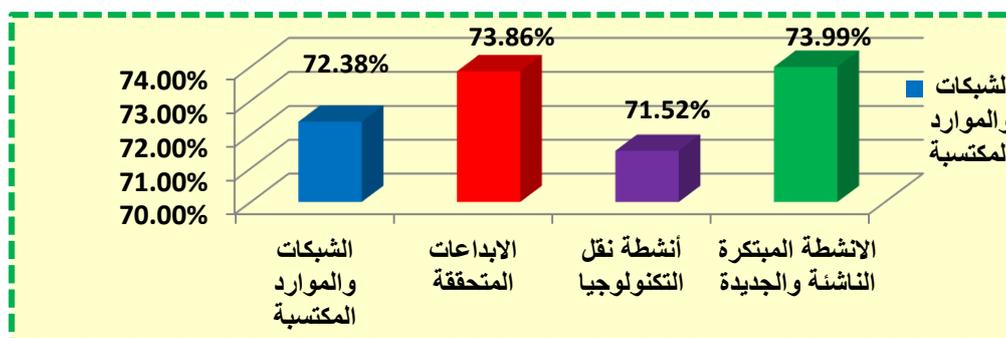
اما بالنسبة الى ترتيب ابعاد الاداء الريادي الفرعية ميدانياً على مستوى فروع شركة الاتصالات عينة الدراسة فقد جاء ترتيبها كالاتي (الانشطة المبتكرة الناشئة والجديدة ، الابداعات المتحققة ، الشبكات والموارد المكتسبة ، أنشطة نقل التكنولوجيا) على التوالي حسب اجابات افراد عينة البحث ، وكما موضح في الجدول (5) .

الجدول (5) : الاحصاءات الوصفية لمتغير الاداء الريادي بأبعاده

الافراد	ترتيب	الاهمية النسبية %	معامل الاختلاف %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات
3		72.38	16.00	0.579	3.619	الشبكات والموارد المكتسبة
2		73.86	15.09	0.557	3.693	الابداعات المتحققة
4		71.52	16.35	0.585	3.576	أنشطة نقل التكنولوجيا
1		73.99	16.86	0.624	3.699	الانشطة المبتكرة الناشئة والجديدة
-		72.94	14.99	0.547	3.647	المعدل العام لمتغير الاداء الريادي

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برامج (SPSS , Microsoft Excel).

ويوضح الشكل (7) ترتيب الأهمية النسبية لكل بعد من أبعاد الاداء الريادي بالاعتماد على الأهمية النسبية المتحققة على مستوى فروع شركة الاتصالات عينة الدراسة .



شكل (7) : التمثيل البياني لإبعاد متغير الاداء الريادي

المصدر: مخرجات برنامج (Microsoft Excel)

4.4 اختبار فرضيات البحث

4.4.1 اختبار فرضيات الارتباط :

سيتم اعتماد أسلوب الارتباط البسيط (Pearson) لغرض اختبار الفرضيات الرئيسية المتعلقة بعلاقات الارتباط بين المتغيرات الرئيسية وابعادها الفرعية ، ويظهر الجدول (6) معاملات الارتباط البسيط (Pearson) بين متغيرات الدراسة الحالية ، ومستوى المعنوية (Sig.) الذي يشير إلى اختبار معنوية معامل الارتباط ، وحجم العينة (n) .

4.4.2 اختبار الفرضية الرئيسية الاولى :

(توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الوضوح الاستراتيجي والاداء الريادي)

اذ تشير نتائج الجدول (6) الى وجود علاقة ارتباط قوية ايجابية ذات دلالة معنوية بين متغير الوضوح الاستراتيجي والاداء الريادي ، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط بينهما (**0.660) وتشير هذه القيمة الى قوة العلاقة الطردية بين هذين المتغيرين عند مستوى معنوية (0.01) وبدرجة ثقة (99%).

وتأسيساً على ما تقدم يمكن قبول الفرضية الرئيسية الاولى .

الجدول (6) معاملات الارتباط بين الوضوح الاستراتيجي بأبعاده والاداء الريادي

ابعاد الوضوح الاستراتيجي					الوضوح الاستراتيجي	المتغير المعدل
وضوح الهيكل التنظيمي	وضوح استخدام الموارد	وضوح دور العاملين	وضوح الاهداف	وضوح الانشطة والاجراءات		المتغير التابع
.520**	.583**	.535**	.436**	.553**	.660**	الاداء الريادي
.000	.000	.000	.000	.000	.000	Sig. (2-tailed)
توجد علاقة ارتباط ايجابية قوية وذات دلالة معنوية عند المستوى 0.01 بين الوضوح الاستراتيجي بأبعاده والاداء الريادي						النتيجة (القرار)

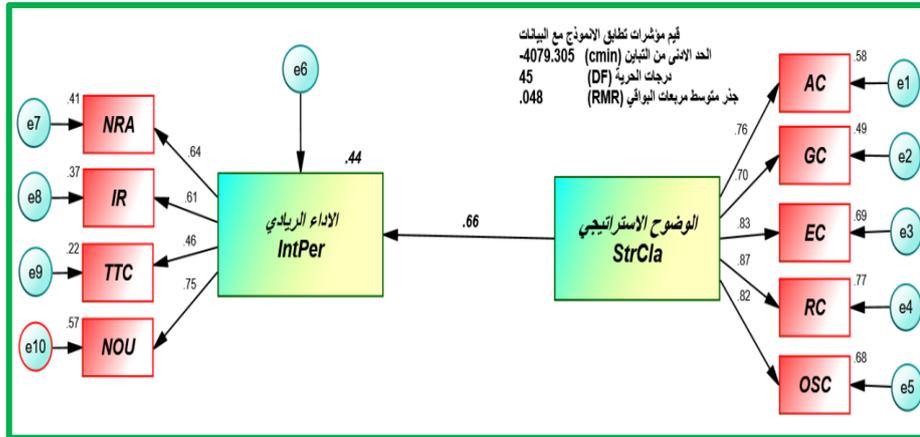
المصدر: مخرجات برنامج (SPSS V.23).

4.4.3 الفرضية الرئيسية الثانية (يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للوضوح الاستراتيجي في الاداء الريادي) :

من خلال ملاحظة الشكل (8) يتبين وجود تأثير ايجابي ذو دلالة معنوية لمتغير الوضوح الاستراتيجي في الاداء الريادي ، اذ نلاحظ ان نتائج مؤشرات مطابقة الانموذج كانت ضمن قاعدة القبول المخصصة لها ، فقد بلغت قيمة (RMR=0.048) وهي اقل من المدى المقبول الخاص بها البالغ (0.08). كما يتضح ان قيمة معامل التأثير المعياري قد بلغت (0.66) وهذا يعني ان متغير الوضوح الاستراتيجي يؤثر في متغير الاداء الريادي بنسبة (66%) على مستوى فروع شركة اسيا سيل للاتصالات عينة الدراسة . وهذا يعني ان تغير وحدة انحراف واحدة من الوضوح الاستراتيجي في الشركة عينة الدراسة سوف يؤدي الى تغير ايجابي في الاداء الريادي بنسبة (66%) . وتعد هذه القيمة معنوية وذلك لان قيمة النسبة الحرجة (C.R.) الظاهرة في الجدول (6) البالغة (16.403) قيمة معنوية عند مستوى معنوية (P-Value) الظاهر في الجدول ذاته.

كما يتضح من الشكل (8) ان قيمة معامل التفسير (R^2) قد بلغت (0.44) وهذا يعني بأن متغير الوضوح الاستراتيجي قادر على تفسير ما نسبته (44%) من التغيرات التي تطرأ على الاداء الريادي في الشركة عينة الدراسة أما النسبة المتبقية والبالغة (56%) فتعود لمتغيرات أخرى غير داخلة في انموذج الدراسة.

واعتماداً على ما تقدم يمكن قبول الفرضية الرئيسية الثانية



شكل (8) تأثير الوضوح الاستراتيجي في الاداء الريادي

المصدر: مخرجات برنامج (Amos V. 23)

5. الاستنتاجات والتوصيات:

5.1 الاستنتاجات

5.1.1 الاستنتاجات المتعلقة بمضمون الوضوح الاستراتيجي :

أ- يعد قياس الوضوح الاستراتيجي امراً في غاية الصعوبة كونه يحمل في طياته استدلالات تتعلق بسلوك الافراد والمنظمات ، وهذا ما القى بضلاله على أغلب الانموذجات التي قدمها الباحثون لقياس الوضوح الاستراتيجي التي يبرز من بينها انموذج (Dunham&Puente,2008) كأنموذج شامل لقياس الوضوح الاستراتيجي الذي يجسد في الواقع وبشكل عنصراً شاملاً وديناميكياً وسهل الاتصال من وجهة نظر المنظمة فهو يتعلق بوضوح الاهداف والموارد والاجراءات والهيكل والاشد-----خاص هذه الابعاد كوحدة واحدة يكمل احدها الاخر .

ب- إن اهتمام إدارات فروع الشركة عينة الدراسة بمتغير الوضوح الاستراتيجي وأبعاده الفرعية والسعي الى صياغة الاهداف العامة والثانوية بشكل واضح وتحديد مؤشرات قياسها وضمان امكانية تحقيقها وايضاح مجمل انشطتها الادارية والتنظيمية للعاملين ونشر العناوين الوظيفية لهم وما تتضمنه من واجبات ومسؤوليات وصلاحيات والاعلان عن ادوارهم الميدانية امام الجميع من شأنه ان يعزز شفافيتها .

5.1.2 الاستنتاجات المتعلقة بمضمون الاداء الريادي :

أ- يعد الاداء الريادي المتميز من الموضوعات المهمة في منظمات الاعمال كونه الاساس الذي تستند عليه المنظمات في مجال المنافسة والنمو في بيئة الاعمال .

ب - اتسعت نظرة الباحثين الى أنموذجات الاداء الريادي وتعقدت وتشعبت مكوناته واصبح من الصعوبة تطبيقه ميدانياً ، الا ان انموذج (Del Giudice et al.,2016) يعد افضلها كونه يوفر الاسس النظرية والميدانية الخاصة بالاداء الريادي على مستوى المنظمات ، فهو انموذج قابل للاختبار يهدف الى القدرة على جعل الابتكارات جذابة للسوق ، من اجل التأثير على ثقافة الاداء الريادي بعيداً عن

التعقيد والغموض فهو يعتمد على أربعة أبعاد تتكامل مفاهيمه وتتفاعل ضمن اطار العمل الميداني لصياغة الانموذج الذي يبحث مستوى عالي من المعرفة والفهم الميداني لإبعاد الاداء الريادي .

5.2 التوصيات:

- 1- ينبغي على ادارات فروع الشركة عينة الدراسة الاهتمام بتطوير رؤيتها المستقبلية من خلال تبني آراء ومقترحات العاملين والزبائن وتشجيعهم المستمر للتعبير عن توقعاتهم الايجابية والسلبية بكل شفافية ، كذلك تبسيط الإجراءات الروتينية الرسمية .
- 2- تهيئة بيئة العمل والمناخ الداعم والأجواء المناسبة اللازمة لنجاح برامج الشركة وتعزيز هذه البرامج والعمل بروح الفريق الواحد لما لذلك من اثر كبير في تكامل معتقدات ومشاعر العاملين مع سلوكياتهم الميدانية المطبقة في العمل وتعميق الفهم المشترك فيما بينهم.
- 3- تطوير إطار عمل ميداني للوضوح الاستراتيجي كعامل ثقة وتأثيره على الأداء الريادي الفعال..
- 4- من المهم اعتماد الإبداعات والياتها في الشركة عينة البحث للاستمرار في الصمود أمام تحركات المنافس المزعجة وذلك من خلال زج الطاقات الفكرية المتقدمة من قيادات ومناصب ادارية مهمة بمؤتمرات ، وبرامج تطويرية في مجال القيادة والإبداع .

Reference

- 1- Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). **"A Theory Of Entrepreneurial Opportunity Identification And Development"**. *Journal Of Business Venturing*, 18(1), 105-123.
- 2- Bang, H., Fuglesang, S. L., Ovesen, M. R., & Eilertsen, D. E. (2010). **"Effectiveness In Top Management Group Meetings: The Role Of Goal Clarity, Focused Communication, And Learning Behavior"**. *Scandinavian Journal Of Psychology*, 51(3), 253-261.
- 3-Barney, J. (1991). **"Firm Resources And Sustained Competitive Advantage"**. *Journal Of Management*, 17(1), 99-120.
- 4- Çakar, U., & Alakavuklar, O. N. (2011). **"Inherent Chaos In The Organizational Order: An Epistemological Approach"**. *International Journal Of Business And Management Studies*, 3(1), 391-405.
- 5- Cosh, A., Fu, X., & Hughes, A. (2012). **"Organization Structure And Innovation Performance In Different Environments"**. *Small Business Economics*, 39(2), 301
- 6- Dunham, L. Ritchie-D. & Puente, Luz Mari´A.(2008).**"Strategic Clarity: Actions For Identifying And Correcting Gaps In Mental Models Elsevier Ltd"** . All Rights Reserved. Vol. 41, P.509 529.
- 7- Fahy, J. (2000). **"The Resource-Based View Of The Firm: Some Stumbling-Blocks On The Road To Understanding Sustainable Competitive Advantage"**. *Journal Of European Industrial Training*.
- 8- Hall, M. (2004).**" An Empirical Investigation Of The Relationship Between Strategic Performance Measurement Systems, Role Clarity, Psychological Empowerment And Work Outcomes"**. *The University Of Melbourne, VIC, 3010*.
- 9- Hall, M. (2008). **"The Effect Of Comprehensive Performance Measurement Systems On Role Clarity, Psychological Empowerment And Managerial Performance"**. *Accounting, Organizations And Society*, 33(2-3), 141-163.
- 10- Huang, J. W., & Li, Y. H. (2017).**" The Mediating Role Of Ambidextrous Capability In Learning Orientation And New Product Performance"**. *Journal Of Business & Industrial Marketing*.
- 11- Mukherjee, A., & Malhotra, N. (2006).**" Does Role Clarity Explain Employee-Perceived Service Quality? A Study Of Antecedents And Consequences In Call Centers"**. *International Journal Of Service Industry Management*.

- 12- Smith, S. D., & Thomas, T. F. (2020). **"Performance Effects Of Strategic Alignment And Clarity"**. Available At SSRN 3628594.
- 13- Stawski, R. S., Hershey, D. A., & Jacobs-Lawson, J. M. (2007). **"Goal Clarity And Financial Planning Activities As Determinants Of Retirement Savings Contributions"**. *The International Journal Of Aging And Human Development*, 64(1), 13-32.
- 14- Tucker, N. B. (2005). **"Strategic Ambiguity Or Strategic Clarity?"**. In *Dangerous Strait* (Pp. 186-212). Columbia University Press.
- 15- Vickery, S. K., Droge, C., & Markland, R. E. (1993). **"Production Competence And Business Strategy: Do They Affect Business Performance?"**. *Decision Sciences*, 24(2), 435-456.
- 16- Bang, H., Fuglesang, S. L., Ovesen, M. R., & Eilertsen, D. E. (2010). **"Effectiveness In Top Management Group Meetings: The Role Of Goal Clarity, Focused Communication, And Learning Behavior"**. *Scandinavian Journal Of Psychology*, 51(3), 253-261.
- 17- Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). **"A Theory Of Entrepreneurial Opportunity Identification And Development"**. *Journal Of Business Venturing*, 18(1), 105-123.
- 18- Haber, S., & Reichel, A. (2005). **"Identifying Performance Measures Of Small Ventures—The Case Of The Tourism Industry"**. *Journal Of Small Business Management*, 43(3), 257-286.
- 19- Khine, M. S. (Ed.). (2013). **Application of structural equation modeling in educational research and practice**. Rotterdam: Sense Publishers.
- 20- Koster, S. (2004). **"Spin-Off Firms And Individual Start-Ups"**. Are They Really Different?
- 21- Prudon, P., (2015), **"Confirmatory factor analysis: a brief introduction and critique"**, *Journal of Comprehensive Psychology*, Volume 4.
- 22- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009). **"Research methods for business students"** 5th ed, Pearson Education Limited : Prentice Hall, England.
- 23- Barreira, J. C. D. (2005). **The Influence Of Business Knowledge And Work Experience, As Antecedents To Entrepreneurial Success** (Doctoral Dissertation, University Of Pretoria)
- 24- Schot, J., & Geels, F. W. (2008). **"Strategic Niche Management And Sustainable Innovation Journeys: Theory, Findings, Research Agenda, And Policy"**. *Technology Analysis & Strategic Management*, 20(5), 537-554.
- 25- Sharma, B. (2016). **A focus on reliability in developmental research through Cronbach's Alpha among medical, dental and paramedical professionals**. *Asian Pacific Journal of Health Sciences*, 3(4), 271-278.
- 26- Taherdoost, H. (2016). **Validity and reliability of the research instrument; how to test the validation of a questionnaire/survey in a research. How to test the validation of a questionnaire/survey in a research**. *International Journal of Academic Research in Management*. Vol. 5, No. 3, Pp. 28-36.
- 27- Tomé-Fernández, M., Fernández-Leyva, C., & Olmedo-Moreno, E. M. (2020). **Exploratory and Confirmatory Factor Analysis of the Social Skills Scale for Young Immigrants**. *Sustainability*, 12(17), 6897.
- 28- Zampetakis, L. A., Beldekos, P., & Moustakis, V. S. (2009). **"Day-To-Day" Entrepreneurship Within Organizations: The Role Of Trait Emotional Intelligence And Perceived Organizational Support**. *European Management Journal*, 27(3), 165-175.

- 29-Guan, J. C., Mok, C. K., Yam, R. C., Chin, K. S., & Pun, K. F. (2006). **"Technology Transfer And Innovation Performance: Evidence From Chinese Firms"**. *Technological Forecasting And Social Change*, 73(6), 666-678.
- 30-Shane, S., & Venkataraman, S. (1996). **"Renegade And Rational Championing Strategies"**. *Organization Studies*, 17(5), 751-771.
- 31-Afthanorhan, W. A. (2013) " **A Comparison Of Partial Least Square Structural Equation Modeling (PLS-SEM) and Covariance Based Structural Equation Modeling (CB-SEM) for Confirmatory Factor Analysis** " *International Journal of Engineering Science and Innovative Technology (IJESIT)* Vol 2, Iss 5, PP. 198-205.
- 32-Byrne, B. (2010) " **Structural equation modeling with AMOS: basic concepts, applications, and programming** " 2nd ed , Taylor and Francis Group, LLC , U . S . A .
- 33-Howell, J. M., Shea, C. M., & Higgins, C. A. (2005). **"Champions Of Product Innovations: Defining, Developing, And Validating A Measure Of Champion Behavior"**. *Journal Of Business Venturing*, 20(5), 641-661.
- 34- Brizek, M. G. (2003). **"An Empirical Investigation Of Corporate Entrepreneurship"** Intensity Within The Casual Dining Restaurant Segment (Doctoral Dissertation, Virginia Tech).
- 35- Del Giudice, M., Nicotra, M., Romano, M., & Schillaci, C. E. (2016). **"Entrepreneurial Performance Of Principal Investigators And Country Culture: Relations And Influences"** *The Journal Of Technology Transfer*, 42(2), 320-337.
- 36- Delmar, F. (1996). **"Entrepreneurial Behavior And Business Performance"**. EFI.
- 37- Ghasemi, A., & Zahediasl, S. (2012). **Normality tests for statistical analysis: a guide for non-statisticians**. *International journal of endocrinology and metabolism*, 10(2), 486.
- 38- Goetsch, D. L., & Davis, S. (2010). **"Quality Management For Organizational Excellence: Introduction To Total Quality"**. NJ: Printice Hall International.
- 39- Gopalakrishnan, S., & Damanpour, F. (2000). **"The Impact Of Organizational Context On Innovation Adoption In Commercial Banks"**. *IEEE Transactions On Engineering Management*, 47(1), 14-25.
- 40- Yeager ,Richard. (2013). **"Clarity: Creating Organizational Connectedness Through Shared Clarity"**.

Strategic foresight and its role in promoting technological change An exploratory study of the opinions of a sample of administrative leaders in the Salah al-Din Health Department

عمار حمود هيفي

Ammar Hammoud Haify
amaralhayfi@gmail.com

جامعة تكريت /كلية الإدارة والاقتصاد/قسم إدارة الاعمال
Tikrit University/College of Administration
and Economics/Department of Business
Administration

أ.م كفاح عباس محميد

Asst.M. Kefah Abbas Muhaimid
Roy54@tu.edu.iq

جامعة تكريت /كلية الإدارة والاقتصاد/قسم إدارة الاعمال
Tikrit University/College of Administration
and Economics/Department of Business
Administration

المستخلص

هدفت الدراسة الى تحديد دور الاستشراف الاستراتيجي في تعزيز التغيير التكنولوجي في دائرة صحة صلاح الدين وهي احدى الدوائر التابعة الى وزارة الصحة العراقية ومن خلال عينة مختارة من القادة العاملين فيها، وقام الباحث بصياغة مجموعة من التساؤلات التي مثلت مشكلة الدراسة، ولغرض تحقيق هدف الدراسة اعتمدت مخططاً افتراضياً حددت من خلاله الفرضيات الخاصة بها، كما تم استخدام استمارة الاستبيان بوصفها أداة رئيسة لجمع البيانات والمعلومات التي تخص الدراسة والمتعلقة بالجانب الميداني، ولقد تم اختيار دائرة صحة صلاح الدين كميدان للدراسة المذكورة، ولغرض اختبار فرضياتها قام الباحث بتوزيع (144) استمارة على افراد العينة تم استرجاعها بالكامل وبعد تدقيقها وجد (4) استمارة منها غير صالحة كونها لم تملئ بكافة المعلومات ولذلك فقد تم استبعادها و(140) استمارة صالحة، ومن ثم قام الباحث بتحليلها بواسطة البرنامج الاحصائي (Spss-v.23) وخرجت الدراسة بمجموعة من النتائج اهمها وجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الاستشراف الاستراتيجي والتغيير التنظيمي في دائرة صحة صلاح الدين وكانت العلاقة ايجابية قوية جدا بين المتغيرين فضلا عن اظهرت نتائج الدراسة وجود أثر ذو دلالة معنوية للاستشراف الاستراتيجي في التغيير التنظيمي في دائرة صحة صلاح الدين.

الكلمات المفتاحية للدراسة: الاستشراف الاستراتيجي، مدخل للتغيير التقانة

Abstract

The study aimed to determine the role of strategic foresight in promoting organizational change in the Salah al-Din Health Department, which is one of the departments affiliated to the Iraqi Ministry of Health, and through a selected sample of leaders working in it. By default, through which its hypotheses were identified, and the questionnaire form was used as a main tool for collecting data and information related to the study and related to the field aspect. It was fully retrieved and after checking it, (4) forms were found to be invalid because they did not fill in all the information, and therefore they were excluded and (140) valid forms, and then A analyzed them using the statistical program (Spss-v.23) and the study came out with a set of results, the most important of which are There is a significant correlation between strategic foresight and organizational change in the Salah al-Din Health Department. The relationship was very strong positive between the two variables, as well as it showed The results of the study: There is a significant effect of strategic foresight on organizational change in the Salah al-Din Health Department.

Study words: strategic foresight, introduction to technology change

1. المقدمة

أن التغييرات الكبيرة والمتواصلة في عالم الاعمال والمنظمات تمثل بعالم مظلم وشديد الضراوة والشراسة الامر الذي جعل كثير من المنظمات الناجحة في السابق الى الانحدار والتدهور بل وحتى انتهاء دورة حياتها بصورة سريعة كل هذا وبالنظر الى اهمية المنظمات الصحية العراقية وضرورة ان تكون منظمات متصدرة المنظمات الاخرى للأهمية الكبيرة التي تقدمها لجميع شرائح المجتمع وان أي تلكؤ في عملها سوف تؤدي الى حصول كارثة صحية كبيرة .

لذا فإن على القادة ان يعيدوا النظر بشأن الاهتمام بتلك المنظمات وأن تتم اعادة تقييم شامل للإدارات الصحية وتطويرها لغرض ادارة الازمات والمخاطر التي تواجهها مستقبلا، وبما ان الإدارة الاستراتيجية تعد مجموعة من الممارسات التي تقوم بها الإدارات والتي تحدد ادائها على المدى الطويل سواء كانت منظمات هادفة للربح او منظمات غير هادفة للربح والتي تهدف

تقديم خدمة وذلك من خلال صياغة استراتيجيات والقيام بتطبيقها ورقابتها وان تضع اهداف تحقق طموحات المنظمة في المستقبل لغرض تحقيق التوجه الخاص بها، ولكي تقوم بهذا الشئ لابد لها ان تقوم بتصنيف المستقبل وصف دقيق ومحاولة الكشف عن الخفايا التي توجد في طبيته من خلال الاستشراف الاستراتيجي والذي يعد من العناصر الاساسية التي تشكل الحالات الانسانية والمنظمة والمجتمعية التي تهدف الى زيادة المعرفة التي يتم الاعتماد عليها لغرض تحقيق الاهداف المستقبلية التي تروم المنظمة الوصول اليها فضلا عن تقليل نسب المفاجأة والمواقف المبالغتة والخطأ والفضوى لذلك اصبح من اللازم ان تقوم تلك المنظمات بوضع اليات وبرامج الكشف عن المستقبل وما يدور فيه من خلال الاعتماد على عنصر القوة فيها وهو المورد البشري، وذلك لغرض الوصول الى اماكن اكتشاف المعرفة بشأن المستقبل ومواجهة المواقف المستقبلية وتعزيز المعرفة لدى عاملها .

2. مشكلة البحث

تواجه المنظمات المختلفة ظروفأ بيئية تمتاز بالتسارع الشديد المترتب في عواملها المختلفة الأمر الذي يقود إلى حدوث حالات تغيير في البيئة يستلزم معها إحداث تغييرات التكنولوجية تشمل كل جوانب العملية الإدارية، وهذا يتطلب قيادات بمستوى عالي ومواصفات معينة في الإدارات العليا لديها القدرة على الاستشراف الاستراتيجي ، لأن الموقع الوظيفي يحتم عليها أن تقوم بجملة من الأدوار والواجبات الموجهة لزيادة فاعلية وكفاءة المنظمات، ولهذا بات من الضروري إيجاد قيادات استراتيجية تفكر وتخطط وتنفذ بطريقة شاملة ومرنة وليس بأسلوب تقليدي جامد، ويعد هذا المبدأ العمليتي مسوغاً للولوج بدراسة استطلاعية ضمن البيئة العراقية ، إذ واجهت المنظمات العراقية ومنها المنظمات الصحية ظروفأ وصعوبات عديدة نتيجة لكثرة ما مر بها من ظروف لسنوات طويل. بناءً على ما تقدم، يرى الباحث ضرورة دراسة متضمنات العلاقة وجدواها بين الاستشراف الاستراتيجي من جهة، وقدرة المنظمة الصحية على إحداث التغيير الهادف في مجالات في التغيير التكنولوجي من جهة أخرى وتأسيساً على ذلك، يمكن طرح مشكلة الدراسة بعدد من التساؤلات، وهي:

- 2.1. ما طبيعة كل من الاستشراف الاستراتيجي والتغير التكنولوجي في دائرة صحة صلاح الدين؟
- 2.2. ما طبيعة علاقة الارتباط والأثر بين الاستشراف الاستراتيجي والتغير التكنولوجي في دائرة صحة صلاح الدين؟
- 2.3. هل هناك تباين في تأثير الاستشراف الاستراتيجي في ادارة الموارد البشرية؟

3. أهمية البحث

تتجلى أهمية الدراسة في صعيدين ، وعلى النحو الآتي :

3.1 المعرفي

تتمثل الأهمية المعرفية للدراسة في:

311. تناولها لمتغيرين مهمين في تقرير نجاح المنظمات وهما الاستشراف الاستراتيجي والتغير التكنولوجي، إذ أن للربط بينهما دوره الفاعل في تحقيق بيئة عمل تتمتع بالقدرة على مواكبة كل ما هو جديد في مجال عمل المنظمة وتحقيق أهدافها.
312. تحديد مفهوم الاستشراف الاستراتيجي وعلاقته بإدارة الموارد البشرية.
313. محاولة الاستفادة من التراكم المعرفي النظري لإثراء المكتبة العراقية وبناء دعائم الميدان على النحو الذي يمكن من تأكيد علاقات الارتباط بين المتغيرات الرئيسية وعواملها الفرعية مما يؤكد دقة اختيار أنموذج الدراسة.

3.2 الميداني

تتجلى أهمية الدراسة الميدانية من خلال الآتي:

321. جذب أنظار الإدارات في المنظمة المبحوثة إلى تناول هذه الموضوعات بالدراسة والتحليل للاستفادة منها نظراً لأهميتها في تحسين الاداء.
- 3.2.2. تقديم الأسس العلمية السليمة التي يمكن أن تستفيد منها المنظمة مجتمع الدراسة في وضع استراتيجيات جديدة ضمن توجه القيادات الى الاستشراف الاستراتيجي للقيام بالتغيرات التنظيمية.

4. اهداف البحث

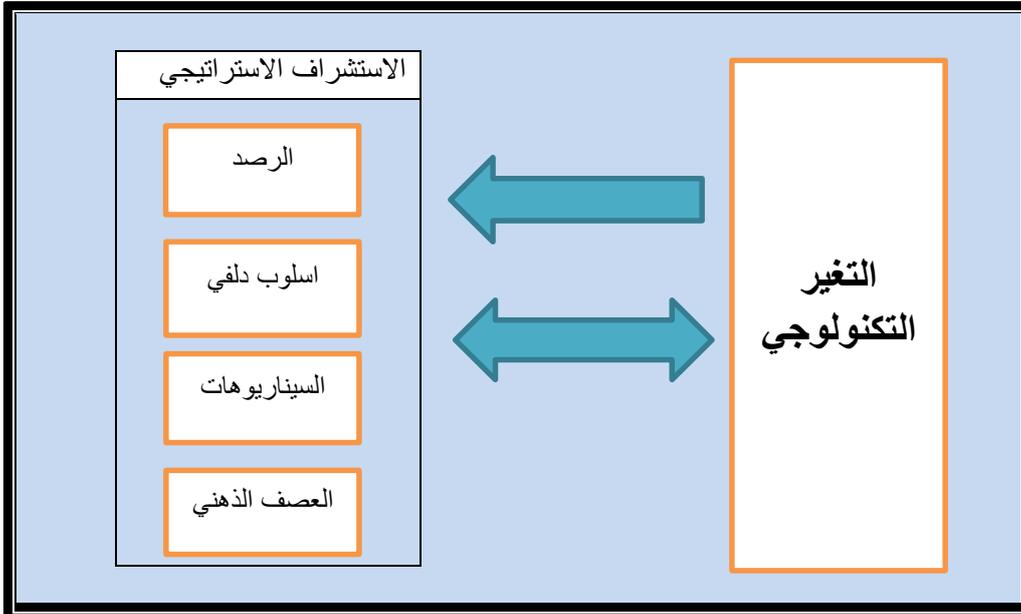
في ضوء مشكلة الدراسة وأهميتها فان الهدف الرئيس لهذه الدراسة يتمثل في الوقوف على طبيعة علاقة الارتباط والأثر بين الاستشراف الاستراتيجي للمنظمات الصحية والتغير التكنولوجي في دائرة صحة صلاح الدين بوصفها منظمة صحية، لذلك تحاول الدراسة تحقيق مجموعة من الأهداف الفرعية وعلى النحو الآتي :

- 4.1. إجراء تشخيص للأدبيات الإدارية لمتغيرات الدراسة الرئيسية والمتمثلة بالاستشراف الاستراتيجي، والتغير التكنولوجي بهدف بلورة مفاهيم جديدة وتقديم مسارات في الميدان البحوث.
- 4.2. تقديم معالم نظرية وميدانية لإدارات المنظمات الخدمية بشكل عام والمنظمات الصحية (دائرة صحة صلاح الدين) بشكل خاص عن متغيرات الاستشراف الاستراتيجي وأثرها في التغيير التكنولوجي.

5. نموذج البحث الافتراضي

استكمالاً لمعالجة مشكلة البحث وتحقيقاً لأهدافها واختبار طبيعة العلاقات الإحصائية بين المتغيرات الرئيسية والفرعية تم وضع مخطط افتراضي للبحث يوضح تلك المتغيرات والعلاقات بينها، إذ يتمثل المتغير المستقل بالاستشراف الاستراتيجي والمتغير المعتمد التغيير التكنولوجي، وبافتراض اتجاه واحد لعلاقة المتغير المستقل في المتغير المعتمد، وتم اعتماد مناهج (الرصد ،

اسلوب دلقي ، العصف الذهني ، السيناريوهات) في قياس الاستشراف الاستراتيجي، والمتغير المعتمد (التغير التكنولوجي) كما في الشكل رقم (1).



الشكل (1) نموذج البحث الافتراضي
المصدر: من اعداد الباحث

6. فرضيات البحث

تماشياً مع أهمية وأهداف البحث تم وضع مجموعة من الفرضيات الرئيسة ونعرضها على النحو الآتي:
51. الفرضية الرئيسية الأولى: توجد علاقات ارتباط معنوية بين الاستشراف الاستراتيجي التكنولوجي وبمستوى معنوي (0.05).

52. الفرضية الرئيسة الثانية: يؤثر الاستشراف الاستراتيجي معنوياً في التغير التكنولوجي.

7. منهج البحث:

اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي للتحقق مما يبتغيه ها البحث، إذ يعد هذا المنهج ملائماً لدراسة الظواهر الاجتماعية ، فهو يقدم بيانات عن واقع الظواهر والعلاقات بين أسبابها ونتائجها، ويظهر العوامل المؤثرة فيها من أجل التوصل لاحقاً إلى استنتاجات وتوصيات بشأنها.

7.1. أداة البحث (طرق جمع البيانات):

لجأ الباحث في دراسته الى عدة مصادر ومراجع للحصول على البيانات والمعلومات، ويمكن حصرها بمصدرين رئيسيين ذات الصلة بالدراسة، وهما:

7.1.1. الجانب النظري: اعتمدت الدراسة في إعداد جانبها النظري على استخدام ما هو متاح من مراجع عربية وأجنبية من دراسات وبحوث علمية، فضلاً عن الاطاريح والرسائل الجامعية، والكتب ووقائع المؤتمرات التي تم الحصول عليها من مصادر متعددة كالمكتبات التي تضم الكتب والمكتبات الرقمية والمراسلات وشبكة الانترنت وقواعد المعلومات، بالإضافة الى السجلات والتقارير الرسمية من وزارة الصحة.

7.1.2. الجانب الميداني: تعتمد دقة نتائج الدراسة في جانبها الميداني على سلامة إعداد المقاييس المعتمدة لقياس الظاهرة، واعتمدت الدراسة على استمارة الاستبانة بوصفها الأداة الرئيسة لجمع البيانات والمعلومات وقياس متغيرات الدراسة، وقد تم إجراء بعض المقابلات الشخصية مع عدد من أفراد عينة الدراسة بناء على طلب منهم من أجل إبداء آرائهم اتجاه استمارة الاستبيان والاستفسار عن بعض فقراتها، ولقد سعت الدراسة إلى بناء مقياس يتلائم مع طبيعة المتغيرات وبما ينسجم مع بيئة الميدان المبحوث.

7.2. اختبار أداة البحث

7.2.1. قياس الصدق الظاهري: بهدف التأكد من صلاحية الاستبيان في قياس متغيرات الدراسة فقد أخضعت لاختبار الصدق الظاهري، وذلك بعرضها على مجموعة من الخبراء المتخصصين في العلوم الإدارية.

7.2.2. الصدق البنائي الاستكشافي: في هذه المحور يتم التأكد من الاستبيان فيما إذا كانت الابعاد الفرعية لكل متغير رئيسي تشكل مكونات مهمة من الناحية الإحصائية عن طريق الاعتماد على أسلوب التحليل العامل

8. حدود البحث

تمثلت حدود الدراسة الحالية في ثلاثة مؤشرات وكما يأتي :

8.1. الحدود البشرية : تختبر الدراسة الحالية فرضياتها من خلال استطلاع آراء عينة من القيادات الإدارية ممن يشغلون مناصب في دائرة صحة صلاح الدين .

8.2. الحدود الزمنية : تمتد هذه الدراسة زمنياً من شهر تشرين الأول (2021) ولغاية شهر ايار (2022)

8.3. الحدود المكانية : تعد دائرة صحة صلاح الدين الميدان الذي احتضن الدراسة بشكلها العام ، وبسبب اتساع نطاق دائرة صحة صلاح الدين والمراكز الصحية التابعة لها، فقد اقتصرت الدراسة على عينة من القيادات الإدارية في دائرة صحة صلاح الدين، والتي سيتم عرضها ضمن عينة الدراسة ومجتمعها لاحقاً.

9. الإطار الفكري للبحث

9.1. مفهوم الاستشراف الاستراتيجي

يمكن للاستشراف الاستراتيجي (Strategic foresight) أن يدعم صانعي القرار في العديد من المهام ويساعدهم على تطوير سياسات موجهة نحو المستقبل، حيث تعود أصول العديد من الأفكار المتعلقة بالاستشراف إلى علم الإدارة (Mueller, 2018: 38). وقد تم تطوير جزء كبير من هذا النهج واختباره لأول مرة من قبل الممارسين في المنظمات، وهناك أيضاً مجموعة كبيرة من المؤلفات التي تبحث بشكل خاص في تطبيق الاستشراف في المنظمات، سواء من حيث المفاهيم، وكذلك من حيث تجارب الاستشراف في بعض البلدان، ومع ذلك لا يوجد سوى عدد قليل من الدراسات المقارنة عبر بلدان متعددة خاصة بهذا المفهوم (Miles, 2015: 2)، وناقش رواد الاستشراف والإدارة الاستراتيجية، المواءمة بين خطط العمل قصيرة الأجل والاستراتيجيات طويلة الأجل، وبناء القدرات التنظيمية الموجهة نحو المستقبل، وتحديد الدوافع المجتمعية (Ahlqvist, 2016: 62)، يتم استنتاج النتائج المستقبلية وتوقعها من خلال الاستشراف الاستراتيجي ولا يتم تحديدها من خلال الأدلة السابقة، لذلك يوفر الاستشراف الكفاءة اللازمة لتحديد الاتجاه الصحيح للسياسة والعمل المستقبلي والاستثمار فيه من خلال توضيح المشكلات المستقبلية بأساليب الاستشراف المتعددة خاصة في التعامل مع الجوائح المستقبلية والكوارث الطبيعية (Jones, 2017: 1).

الاستشراف الاستراتيجي هو عملية تعزز قدرات الأفراد أو المنظمات على فهم المخاطر والفرص الناشئة، والاعتماد على المسار، والدوافع، والتطور المشترك، والموارد، والمسببات المرتبطة بقرارات بديلة، والتي تشكل مساحة ممكنة، ومسارات مستقبلية معقولة أو محتملة أو مفضلة، بحيث يمكن أن يكونوا أكثر استنارة وإعداداً للقرارات في القضايا، والتي تهتم بمنظمات الخطط الاستراتيجية الشاملة ووسائل تحقيق أهدافها طويلة المدى (Leigh, 2013: 4)، بعبارة أخرى ما يميز الاستشراف الاستراتيجي هو قدرته على مساعدة منظمة في تحديد الشروط والأحكام التي تدور فيها عملية التنافس، وما إذا كان ينبغي خوض هذا التنافس (Kuosa, 2011: 19). الاستشراف الاستراتيجي هو ممارسة متنامية في الاستشراف المنظمي في الشركات الكبيرة، حيث يتزايد استخدامه أيضاً في المنظمات الحكومية وغير الهادفة للربح، في السنوات الأخيرة توسع الباحثون والمديرون أيضاً بشأن الروابط بين الاستشراف وإدارة الابتكار (Heger & Boman, 2015: 148)،

9.2. أهمية الاستشراف الاستراتيجي

الإحساس بأن الاستشراف الاستراتيجي له معنى وأهمية بوصفه نشاطاً من النوع الاستراتيجي مرتبط بأعلى شكل من أشكال التفكير التنظيمي (نعمة وعبد الرحيم، 2021: 234)، تحتاج المنظمات الى وضع رؤية مستقبلية لمواجهة تحديات التطور، يمكن تحقيق رؤية منهجية لمستقبل المنظمات على المدى الطويل من خلال إعادة هيكلة المنظمات العامة لتحقيق الأداء التنظيمي الأمثل، وبالتالي يحتاج صانعو القرار إلى أدوات وعمليات لمعالجة حالات الطوارئ غير المتوقعة التي قد يكون لها تأثير كبير في الاداء، خاصة إذا كان هناك موارد منخفضة نسبياً، الاستشراف الاستراتيجي يمكن أن يلبي هذه الاحتياجات، ويمكن أن يكون الاستشراف أداة مفيدة للغاية للتعامل مع الفرص والتحديات الناجمة عن التغيير، لذلك يمكن أن يدعم الاستشراف الابتكار المفتوح من خلال توفير التحليل الذي ينظر في أسئلة الابتكار المفتوحة الرئيسية مثل تلك المتعلقة باختيار التكنولوجيا، وتحديد احتياجات الزبائن المستقبلية ورسم خرائط لها، والبحث عن الاضطرابات (Munoz, 2021: 6)، لذا يعد الاستشراف الاستراتيجي اطاراً تفسيريّاً ومصدراً لتشجيع المنظمات وتحفيز جهودها لتتمكن من اقتناص الفرص من المنافسين الضعفاء وكسب المنافسين الأقوياء ووضع أساليب جديدة لتحسين القدرة التنافسية على المستوى المعرفي والتكنولوجي لتحقيق الأهداف الاستراتيجية (شلاكة وجودة، 2021: 342).

9.3. أهداف الاستشراف الاستراتيجي

أن تحديد الاتجاه المستقبلي لأي منظمة وتحديد الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها يتوقف إلى درجة كبيرة على تحديد وتوصيف ومعرفة بالأوضاع المستقبلية من خلال الاستشراف الاستراتيجي، الذي يهدف إلى توفير معرفة يعتمد عليها في صنع واتخاذ القرارات وتقليل نسبة المفاجأة (شلاكه وجودة، 2021: 342).

يتم دمج الاستشراف الاستراتيجي وجهات النظر والإجراءات والأدوات الخاصة بكل من أبحاث الاتجاهات والدراسات المستقبلية، من ناحية يتعامل مع الاكتشاف المبكر وتفسير السياسة الحالية والاقتصادية والاجتماعية والتكنولوجية، أو غيرها من التطورات وتهدف إلى تقييم تأثير التغييرات ذات الصلة على المجتمع والأفراد، من ناحية أخرى تحاول دراسات المستقبل التقاط وتوقع التطورات المستقبلية المحتملة وتوليد رؤى حول كيفية تطور المجتمع وما هي خيارات (السياسة) المتاحة لتشكيل المستقبل المنشود (3: 2021: Streit et al)، وذكر (Coates et al, 2010: 1424) بأن المسح البيئي أو الأفقي، ودراسة الأعمال التجارية، والاستخبارات التنافسية أو التكنولوجية، والإنذار المبكر الاستراتيجي أو إدارة القضايا كلها تركز على الكشف عن المعلومات ذات الصلة من الناحية الاستراتيجية وتحليلها ونشرها، تهدف إلى جمع الأدلة حول القضايا والاتجاهات والتطورات والأفكار والأحداث في البيئة الملموسة التي تواجهها المنظمة في الوقت الحاضر، إن الاستشراف الاستراتيجي ينطوي على أكثر من مجرد اكتشاف المعلومات وتحليلها، وهو جزء مهم من الأهداف الاستراتيجية، ولكنه مع ذلك فقط نقطة البداية لمزيد من المعلومات (Harper et al, 2008: 269).

9.4. أبعاد الاستشراف الاستراتيجي

يتطلب الاستشراف وجود الذهن الواعي والخيال الابتكاري وما يحمله من ابداعات لرسم الصور وتحديد المخاطر المتوقعة التي قد تهدد المنظمة قبل حدوثها وما هي الفرص التي ستحصل عليها في المدى البعيد، وان تحقيق النجاح من خلال الاستشراف المستقبلي يعتمد على الابتكار والتقييم الاستراتيجي والتشكيل الاستباقي للمستقبل كون المستشراف قادراً على اعطاء بدائل واحتمالات المستقبل المتوقعة في مجال ما، ثم يقوم متخذ القرار اختيار أحد البدائل في حين ان المخطط الاستراتيجي مهمته وضع خطة لتحقيق ذلك المستقبل (محمود والحربي، 2019: 82).

وبخصوص المرتكزات والابعاد التي استند عليها منهج الاستشراف الاستراتيجي فقد اعتمد (نعمة وعبد الرحيم، 2021: 235) الابعاد الاتية: (الرصد البيئي، الاختيار الاستراتيجي، قدرة التكامل)، إما (Andersen & Rasmussen, 2014: 62) فقد حددها بـ (التنبؤ التكنولوجي، الدراسات المستقبلية، تقييم التكنولوجيا)، فيما تطرقت لها (Lann, 2008: 28) من خلال الابعاد الاتية: (الإنذار المبكر الاستراتيجي، السيناريوهات المتكاملة، تطوير العملية الاستراتيجية)،

9.4.1. الرصد: الرصد الاستراتيجي هو الإشراف على تنفيذ الاستراتيجية، يتم ذلك بهدف اكتشاف المشكلات وإزالتها، وتكييف الاستراتيجيات الفاشلة وتحديد الفرص التكتيكية (Allan et al, 2016: 704)، تهدف عملية رصد الخطط في سياق استراتيجي إلى القيام بأكثر من مجرد تجميع وتأكيد اتساع وعمق جميع متطلبات المعلومات لمنظمة معقدة، فهي تتضمن جمع الحقائق لتحسين عملية صنع القرار التحليلي، وتعزيز العلاقات مع مختلف مستويات السلطات ومع المجموعات البيئية، إذ لا تعتمد متطلبات الرصد الاستراتيجي دائماً على مراقبة الكمبيوتر المتخصصة والمتطورة بقدر اعتمادها على المنظمات المرنة (Keenan & Popper, 2018: 22)، وبين (كرومي، 2013: 11) بأن مفهوم الرصد الاستراتيجي ظهر وتطورت أنشطته كوظيفة من الوظائف المهمة بالنسبة للمنظمة في العصر الحديث، وذلك بسبب العولمة وما نتج عنها من اضطراب والتغيير في بيئة المنظمات.

9.4.2. أسلوب دلفي: يعد أسلوب دلفي من أهم الأساليب الاستراتيجية والتي تُعنى برسم السياسات واستشراف المستقبل والبدائل الملائمة، وتستفيد من خبرة المدراء وأحكام الخبراء وهي من أفضل الأساليب والطرق وأقصرها وقتاً للوصول إلى الاتجاهات المستقبلية ورسم التصورات، وقد بدأ استخدامها في خمسينيات القرن الماضي في المجالات العسكرية عن طريق مركز (RAND Corporation) ومن ثم انتشرت في العديد من المجالات ومنها الاقتصاد والتعليم والتجارة والتطوير التكنولوجي والعلمي والاجتماعي والصناعي والسياسي والتخطيط الاستراتيجي في المنظمات بأنواعها

(Grime & Wright, 2016: 1)، وعرفها (Bolger & Wright, 2011: 1501) بأنها عبارة عن إطار عمل لعملية التنبؤ يعتمد على نتائج جولات متعددة من الاستبيانات المرسلّة إلى لجنة من الخبراء، بعد كل جولة من الاستبيانات يتم تقديم ملخص للجولة الأخيرة للخبراء، مما يسمح لكل خبير بتعديل إجاباتهم وفقاً لاستجابة المجموعة، تجمع هذه العملية بين فوائد تحليل الخبراء وعناصر حكمة الجماهير.

تم تصميم طريقة دلفي في الأصل في الخمسينيات من القرن الماضي من قبل أولاف هيلمر ونورمان دالكي من مؤسسة (RAND) إذ يشير الاسم إلى أوراكل دلفي وهي كاهنة في معبد أبولو في اليونان القديمة معروفة بنبوءاتها. تسمح طريقة دلفي للخبراء بالعمل نحو اتفاق متبادل من خلال إجراء سلسلة من الاستبيانات المتداولة وإصدار الملاحظات ذات الصلة لمواصلة المناقشة مع كل جولة لاحقة، تتغير ردود الخبراء مع اكتمال الجولات بناءً على المعلومات التي قدمها الخبراء الآخرون المشاركون في التحليل (White et al, 2007: 13)،

9.4.3. السيناريوهات: منهج السيناريوهات يوفر طريقة منظمة للتحقيق في المستقبل وليس التنبؤ به، يعد تطوير واستخدام السيناريوهات أمراً أساسياً لاستخدام الاستشراف الاستراتيجي لتوجيه المهام (استراتيجية المنظمة أو الخطط أو استثمارات الأسهم أو السياسة الحكومية أو محافظ البحث والتطوير طويلة المدى)، السيناريوهات هي آراء استغزائية، لكنها معقولة، بديلة للمستقبل الذي قد نجد أنفسنا فيه (Bradfield et al, 2005: 795)، ويلعب تخطيط السيناريو دوراً بارزاً في الاستشراف

الاستراتيجي، إذ يوفر المخطط الانسيابي لتصنيف الظاهرة كسيناريو في تقليد المنطق الحدسي ويميزها عن العديد من التقنيات والأساليب الأخرى للتخطيط (Spaniol et al, 2019: 3).

9.4.3.1. العصف الذهني هو أسلوب تستخدمه فرق التصميم لتوليد أفكار لحل مشاكل التصميم المحددة بوضوح، في ظل ظروف خاضعة للرقابة وبيئة حرة التفكير، تتعامل الفرق مع المشكلة بوسائل مثل أسئلة "كيف يمكننا"، من خلال إنتاج مجموعة واسعة من الأفكار ورسم الروابط لإيجاد حلول محتملة (Kumbhar, 2018: 2). وذكر (Wadge, 2010: 53) بأن العصف الذهني هو نشاط يساعد الإدارة في المنظمة على توليد المزيد من الأفكار المبتكرة، وهي إحدى طرق التفكير العديدة (عملية الخروج بأفكار جديدة) وهي جوهر عملية التفكير التصميمي، استخدمت المنظمات هذه العملية على مدار 40 عاماً لمساعدة الفرق والمنظمات على التوصل إلى حلول جديدة للعالم متجدرة في احتياجات الزبائن، إنها مهارة يمكنك بناءها داخل الفرق والمنظمة للمساعدة في جلب أفكار جديدة، وبين (Hunton & Gold, 2010: 86) بأن العصف الذهني يركز على: 9.4.3.2. العثور على رؤى وتوليد أفكار جديدة.

9.4.3.3. تضيق الفرق تركيزها عن طريق تحسين الأفكار وتوليف المعلومات.

9.5. التغيير التكنولوجي:

من المهم مواكبة التغيرات في التقنية إذ تعتمد المنظمات تقانة المعلومات لتحسين كفاءة وفاعلية عملياتها، فضلاً عن المساعدة في اتخاذ القرارات الإدارية، ضمن إطار كلي يساعد في تعزيز الموقف التنافسي في بيئة سريعة التغيير، ومن أجل كسب ميزة تنافسية والمحافظة عليها ينبغي على المنظمات البحث عن مناهج جديدة لتحسين الكفاءة التنظيمية، ولعل المنهج المناسب هو الاستثمار المكثف في تقانة المعلومات المتقدمة (okab, 2018: 3)، غير أن تحقيق النجاح غالباً ما يرتبط بالتكامل بين الاستثمار المكثف من جهة والمعرفة من جهة أخرى، بعبارة أخرى يمكن تحسين نتائج الاستثمار في تقانة المعلومات عندما تستثمر المنظمة لتطوير مخازن المعرفة الخاصة بالزبائن والمجهزين والموزعين والمنافسين والأسواق والعوامل الأخرى المؤثرة على الأداء (Subramanian, 2018: 75)، تساعد تقنيات المعلومات على تسهيل فرص التعلم في المنظمات، واستخدام الموارد المفتوحة، وغيرها من التقنيات، مما يزيد من الإنتاجية عن طريق تسريع معدل التعلم، وخفض التكاليف المرتبطة بالمواد، أو تنفيذ البرامج، حيث يمكن للأشخاص التعلم عبر الإنترنت (Alsalim, 2020: 2483). وهو ما أشار إليه (Ahmad, 2015: 15) بأن التقنية تساهم في عملية تحسين الإنتاجية ورفع الجودة، وتضمن أيضاً الكفاءة الممتازة في الأداء الوظيفي للعاملين بالمنظمة.

أن مفهوم تقانة المعلومات تشير إلى "مجموعة الوسائل الإلكترونية المستخدمة في عمليات معالجة وخرن ونشر ونقل المعلومات"، وبالتالي فإن تقانة المعلومات يمكن التعبير عنها اختصاراً بوصفها أدوات جديدة لمعالجة مصادر المعلومات الحالية (Mousavi & Habiby, 2008: 56)، أن مصطلح تقانة المعلومات أصبح مقبولاً بشكل عام ليشتمل مجموعة واسعة من الأدوات ووسائل الاتصالات، مثل البريد الصوتي والبريد الإلكتروني ومؤتمرات الفيديو والأترنت والشبكات الداخلية لمجاميع المنظمات والمساعدات الرقمية (okab, 2018: 3)، تشمل تقنية أو تكنولوجيا المعلومات أنواع عديدة من التكنولوجيا المستخدمة لتبادل المعلومات، أو تخزينها، أو استخدامها، أو إنشائها، وتشمل معدات تكنولوجيا المعلومات شائعة الاستخدام، أجهزة الكمبيوتر، والخوادم، والأجهزة الطرفية، ومعدات اتصال الإنترنت، وأنظمة الهاتف، ومن أجهزة الكمبيوتر الأساسية إلى أنظمة الاتصالات الهاتفية القائمة على بروتوكول الإنترنت، فإن تكنولوجيا المعلومات جزءاً لا يتجزأ من معظم العمليات التجارية الحديثة (Alsalim, 2020: 2484). فبمساعدة أدوات تقانة المعلومات، مثل: الهواتف، أو البريد الإلكتروني، أو الفاكس، أو الهواتف المحمولة، أو المراسلة النصية، قد تم تسهيل حركة المعلومات داخل المنظمة، أو خارجها، حيث يمكن للموظفين نقل البيانات عبر الإدارات دون أي انقطاع وبسهولة (Subramanian, 2018: 77)، ويمكن استخدام تقانة المعلومات في أتمتة المهام الروتينية، حيث تساعد على تحليل البيانات بشكل أسهل، وتخزينها بطريقة يمكن استعادتها لاستخدامها في المستقبل بشكل سهل. كما ويمكن إدارة البيانات بمختلف أشكالها، سواء كانت على شكل نص، أو صوت، أو صورة، ويمكن أن تتضمن بعض الأشياء المتعلقة بالإنترنت، حيث تتضمن تقنية المعلومات نقل البيانات، لذلك يجب أن يكون الإنترنت جزءاً منها (Ahmad, 2015: 15).

10. العلاقة النظرية بين متغيرات البحث

نظراً لتزايد المنافسة بين المنظمات والاهتمام بالتغييرات التنظيمية، تسعى كل منظمة إلى الحصول على أداء أكثر فاعلية، فقد برز الاستشراف مؤخراً كواحد من أكثر مجالات الدراسة جاذبية وعملية، مع استخدامها لرسم مستقبل مفضل وصياغة استراتيجيات مناسبة لتحقيق أهداف محددة مسبقاً، وإدارة التغيرات في المنظمات، إذ تطور منهج الاستشراف الاستراتيجي على مدار العشرين عاماً الماضية لتصبح أداة فعالة لإدارة وتحفيز التغيير في المنظمة بشكل استباقي، إنها تشاركية للغاية بطبيعتها ويمكن أن تلعب دوراً مهماً في تحطيم الصوامع الداخلية التي تشكل حواجز أمام الابتكار والتحول التنظيمي. اليوم يتم استخدام الاستشراف كنهج فعال لرسم الحالة المستقبلية للمنظمة والمساعدة في صياغة الاستراتيجيات، نظراً لأنه يتم تطبيقه لرسم مستقبل مفضل وصياغة الاستراتيجيات المناسبة لتحقيق الأهداف المحددة مسبقاً، فقد ظهر مؤخراً كواحد من أكثر مجالات الدراسة جاذبية وعملية، وضع خبراء مختلفون أهدافاً مختلفة للاستشراف، بما في ذلك تحديد التقنيات العامة، والتتقيب عن المستقبل المحتمل، والحد من الآثار السلبية في الوقت المناسب أو التكيف مع الوضع الحالي، واستغلال النتائج الإيجابية والتكيف

مع التغييرات التنظيمية وادارتها بكفاءة، لهذا يركز هذا المبحث على بيان أسس العلاقة النظرية بين الاستشراف الاستراتيجي وإدارة التغيير للموارد البشرية على المستوى الكلي والفرعي (الأبعاد).

أن النظر في مفهوم الاستشراف في العديد من الدراسات وفي جميع أنحاء العالم، بينت بأن الاستشراف يتعلق أساساً بدراسة التغيير، إنه أيضاً فعل للنظر والتفكير في المستقبل (Panizzon & Barcellos, 2019: 332). ويُنظر إلى الاستشراف عموماً على أنه مجال من مجالات الممارسة المستخدمة عندما نتعامل مع درجة عالية من عدم اليقين المحيط بالتغييرات في السياق المستقبلي ذي الصلة للمنظمات أو البلدان، يعتمد الاستشراف بشكل أساسي على ثلاثة مناهج ثابتة هي (التنبؤ التكنولوجي والدراسات المستقبلية وتقييم التكنولوجيا) بهدف إدارة التغيير في المنظمات (Andersen & Rasmussen, 2014: 62).

وبين (Riyadh, 2019: 216) بأن الاستشراف الاستراتيجي هو قدرة بشرية تسمح للأفراد العاملين في المنظمة بالتفكير المسبق والنظر في الاحتمالات المستقبلية والخلق والاستجابة لها والتكيف مع التغييرات، وينظر (Jones, 2017: 658) للاستشراف على أنه عملية تهدف إلى توسيع حدود تصورنا للمستقبل المستهدف من خلال أربع طرق:

- 10.1. تقييم الآثار المترتبة على الإجراءات والقرارات الحالية من خلال التقييم اللاحق.
- 10.2. الإنذار المبكر والتوجيه من خلال الكشف المنهجي وتجنب المشاكل قبل حدوثها.
- 10.3. النظر في الآثار الحالية للأحداث المستقبلية المحتملة من خلال صياغة استراتيجية استباقية.
- 10.4. تصور جوانب السيناريوهات المستقبلية والعقود المستقبلية المرغوبة وإدارة التغيير.

11. الإطار العملي للبحث

11.1. وصف ميدان وعينة البحث

11.1.1. وصف المنظمة عينة البحث

أن مجتمع الدراسة الحالية تكون من القيادات الإدارية العاملة في دائرة صحة صلاح الدين والذين هم (مدير عام ، معاوني مدير عام اداري وفني ، رؤساء الأقسام، ورؤساء شعب) والبالغ عددهم (144) ولقد اختيرت عينة الدراسة بطريقة الحصر الشامل أي ان مجتمع الدراسة هو نفسه سوف يمثل عينتها (Krejcie & Morgans, 1970: 606) ولقد تم توزيع المقياس الخاص(الاستبانة) بالدراسة على افراد العينة وبعد استرجاع كافة الاستمارات وجد منها (4) غير صالحة لعدم تحديد جميع الاجابات الخاصة بالفقرات المذكورة فيها حيث قام الباحث باستبعادها وبالتالي فأن عدد الاستمارات التي تم الاعتماد عليها لغرض التحليل هي (140) اي بنسبة (98.6%) وهي نسبة عالية جدا وهذا ما يؤكد اسباب اختيار هذه المنظمة.

11.1.2. وصف عينة البحث

يوضح الجدول رقم (1) الخصائص الديموغرافية للأفراد مجتمع الدراسة التي تناولتها الدراسة، لتشمل خمس خصائص (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخدمة الوظيفية، المنصب الوظيفي الحالي).

جدول رقم (1) الخصائص الديموغرافية لأفراد مجتمع الدراسة

المتغيرات	الوصف	التكرارات	النسب المئوية
الجنس	ذكر	67	47.9%
	أنثى	73	52.1%
	المجموع	140	100%
العمر	21-30 سنة	82	58.6%
	31-40 سنة	44	31.4%
	41-50 سنة	9	6.4%
	51-60 سنة	5	3.6%
	61 سنة فأكثر	0	0.0%
	المجموع	140	100%
المؤهل العلمي	اعدادية	0	0.0%
	دبلوم	18	12.9%
	بكالوريوس	85	60.7%
	دبلوم عالي	0	0.0%
	ماجستير	26	18.6%
	دكتوراه	11	7.9%
المجموع	140	100%	
المركز الوظيفي الحالي	مدير عام	2	1.4%
	معاون مدير عام	0	0.0%
	مدير قسم	37	26.4%

مدير شعبة	101	72.1%
المجموع	140	100%
5 سنوات فأقل	16	11.4%
10-5 سنوات	46	32.9%
20-10 سنة	64	45.7%
30-20 سنة	0	0.0%
30 سنة فأكثر	14	10.0%
المجموع	140	100%

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS).

11.1.3. وصف وتشخيص متغيرات البحث

تضمن المتغير المستقل للدراسة (الاستشراف الاستراتيجي) وتم قياسه من خلال (4) أبعاد فرعية بحيث تتناسب مع متطلبات الدراسة، وتم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها للتعرف على مستوى الأهمية للأبعاد والمتغير ككل.

جدول رقم (1) نتائج آراء أفراد المجتمع حول الاستشراف الاستراتيجي بأبعاده مرتبة تنازلياً

ت	البُعد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب الأهمية	الأهمية النسبية	مستوى التقييم
1	الرصد	3.021	0.825	1	0.604	متوسط
2	أسلوب دلفي	2.769	0.855	4	0.553	متوسط
4	العصف الذهني	2.801	0.821	3	0.560	متوسط
3	السيناريوهات	3.002	0.602	2	0.600	متوسط
	الاستشراف الاستراتيجي	2.898	0.586	-	0.579	متوسط

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS).

تبين من الجدول رقم (1) أن الوسط الحسابي لإجابات أفراد العينة عن أبعاد الاستشراف الاستراتيجي تراوحت ما بين (2.769-3.021)، بوسط حسابي عام (2.898) ومستوى أهمية نسبية (0.579) عند مستوى تقييم متوسط، وانحراف معياري (0.586)، والتي تشير إلى التشتت المنخفض في إجابات أفراد العينة المبحوثة أي إن هناك تقارب وتجانس في وجهات نظرهم نحو ممارسة القيادات الإدارية للاستشراف الاستراتيجي في دائرة صحة صلاح الدين والتي تشير إلى التشتت المنخفض في إجابات أفراد مجتمع أي إن هناك تجانس في آرائهم نحو أبعاد الاستشراف الاستراتيجي وأنهم متفقون في إجاباتهم نحو أهمية ممارستها من قبل المؤسسة الصحية.

11.1.4. وصف وتشخيص الاستشراف الاستراتيجي

تضمن المتغير التابع للبحث (التغير التكنولوجي) وتم تحليل البيانات التي تم الحصول عليها للمتغير من أجل التعرف على مستوى الأهمية للمتغير، والجدول رقم (2) يبين ذلك.

جدول رقم (2) نتائج آراء أفراد المجتمع حول التغير التكنولوجي بأبعاده مرتبة تنازلياً

ت	الإبعاد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	ترتيب الأهمية	الأهمية النسبية	مستوى التقييم
1	التغير التكنولوجي	2.832	0.881	2	0.566	متوسط

الجدول: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS V.24)

12. اختبار فرضيات البحث

12.1. الفرضية الرئيسية الأولى: توجد علاقة ارتباط معنوية بين الاستشراف الاستراتيجي والتغير التكنولوجي في دائرة صحة صلاح الدين.

نلاحظ من نتائج الجدول (3) أن هناك ارتباط بين الاستشراف الاستراتيجي والتغير التكنولوجي حيث بلغت علاقة الارتباط (0.847) وكانت معنوية عند مستوى دلالة إحصائية (0.00) أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، وتشير العلاقة الإيجابية في معامل الارتباط إلى اتجاه العلاقة الطردية بين المتغيرين، ويعني ذلك إلى أن إدارة دائرة الصحة التي تسعى بقوة في ممارسة

الاستشراف الاستراتيجي ولديها القدرة على تطبيقها بصورة مستمرة في عملها سيؤدي إلى تعزيز مستوى التغيير التنظيمي لديها، وهذه النتيجة تؤكد صحة الفرضية الرئيسة الأولى والتي تنص على: توجد علاقة ارتباط معنوية بين الاستشراف الاستراتيجي والتغير التكنولوجي في دائرة صحة صلاح الدينالجدول رقم(3)

الجدول (3) اختبار علاقة ارتباط سبيرمان (Spearman's Correlation) على المستوى الكلي وعلى مستوى الأبعاد الفرعية

المتغيرات	الوصف	الرصد	أسلوب دلفي	العصف الذهني	السيناريوهات	الاستشراف الاستراتيجي ككل
الرصد	Correlation العلاقة	1				
	Sig. (2-tailed) الدلالة					
أسلوب دلفي	Correlation العلاقة	.286**	1			
	Sig. (2-tailed) الدلالة	0.000				
العصف الذهني	Correlation العلاقة	.832**	1	.320**		
	Sig. (2-tailed) الدلالة	0.000				
السيناريوهات	Correlation العلاقة	.500**	1	.247**	.589**	
	Sig. (2-tailed) الدلالة	0.000				
الاستشراف الاستراتيجي	Correlation العلاقة	.905**	1	.518**	.913**	.685**
	Sig. (2-tailed) الدلالة	0.000				
التغير التكنولوجي	Correlation العلاقة	.748**	1	.423**	.772**	.686**
	Sig. (2-tailed) الدلالة	0.000				
						.847**
						0.00

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS).

12.2. الفرضية الرئيسية الثانية: يؤثر الاستشراف الاستراتيجي معنوياً في التغير التكنولوجي في دائرة صحة صلاح الدين. لاختبار هذه الفرضية قام الباحث باستخدام اختبار الانحدار الخطي البسيط، وكما موضح بالجدول رقم (4).

جدول رقم (4) نتائج أثر الاستشراف الاستراتيجي في التغير التكنولوجي

معاملات الانحدار Coefficients		تحليل التباين ANOVA			Model Summary			المتغير التابع
Sig* الدلالة الاحصائية	T المحسوبة	معامل الانحدار الخطي β	درجة الحرية DF	Sig* الدلالة الاحصائية	F المحسوبة	R ² المعدل	R ²	
0.000	24.340	0.901	1	الانحدار	0.000	592.41	0.810	0.811
			134	البواقي				
			135	المجموع				

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS). (*) يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

13.13. الاستنتاجات

قد انطلقت الدراسة النظرية للتبلور مكوناً نموذجاً نظرياً وفكرياً لدى القارئ والباحث والمختص لتكون انموذجاً فكرياً، ومحصلة انطلاقاً، وما افرزتها من نتائج التي توصل اليها الباحث:

13.1. بالرغم من أن امتلاك المؤسسة الصحية شبكة معلومات متطورة لمعرفة ما هو جديد في مجال التطورات الحديثة للخدمات الصحية، إلا أن هذه المعلومات لا تعمل المؤسسة على استخدامها بشكل جيد في تشخيص الاحداث البيئية للتعرف على أحدث التطورات البيئية من خلال مسح بيئي للعمل الداخلي الخارجي بصورة شاملة لمواجهة التغيرات البيئية المتسارعة التي تحيط بالعمل.

13.2. وفيما يتعلق بأسلوب دلفي تبين إجابات افراد العينة أن إدارة المؤسسة الصحية تعمل على توزيع الوثائق المتعلقة بالنشرات الإخبارية عن المنظمات الصحية على الخبراء في المؤسسة من اجل مناقشتها وتحليل مؤشرات الوضع الصحي الحالي والمستقبلي

13.3. تمارس إدارة المؤسسة الصحية محل الدراسة تعزيز التخطيط لديها بالسيناريوهات في مختلف أنشطتها وتدرس بشكل مستمر للاستعداد للتطورات المستقبلية المحتملة هدفها تحسين أداء الخدمات المقدمة للمرضى والمراجعين.

13.4. تهتم إدارة المؤسسة الصحية بالتغير التكنولوجي من خلال اجراء التغييرات المهمة في تكنولوجيا المعلومات باستخدامها المعدات الحديثة من أجهزة حاسوب وبرامج جاهزة تسهم في تطوير ومواكبة الأداء الصحي.

13.5. مستوى التغيير في الهيكل التنظيمي الذي تتبناه وزارة الصحة ومحل البحث من وجهة نظر المبحوثين جاء بمستوى تقييم متوسط، ويفسر الباحث هذه النتيجة إلى أن بالرغم من ان إدارة المؤسسة تعمل على إعادة النظر في الهيكل التنظيمي لمواجهة نسبة حالة ارتفاع الدوران في العمل من خلال معرفة آراء ومقترحات العاملين.

14. التوصيات

بالاتفاق مع الاستنتاجات السابقة فان الباحث يضع امام القارئ مجموعة من التوصيات بين أيدي المعنيين في عينة الدراسة والباحثين، على أمل أن تجد الاهتمام المناسب والكافي، تحقيقاً للهدف المرجو من هذا البحث، وتتضمن التوصيات:

14.1. توصي الدراسة بضرورة اهتمام القيادات الإدارية في دائرة صحة صلاح الدين بممارسة أساليب الاستشراف الاستراتيجي، حيث حصلت على مستوى متوسط حسب آراء افراد عينة الدراسة ونسبة تأثير (81.1%) في ادارة الموارد البشرية، حيث كانت اتجاهات مجتمع الدراسة أقل موافقة بالنسبة لبعض الأبعاد المتعلقة بالاستشراف الاستراتيجي مثل (أسلوب دلفي؛ والعصف الذهني).

14.2. توصي الدراسة بضرورة تبني إدارة دائرة صحة صلاح الدين أسلوب تشخيص الاحداث البيئية من خلال مسح بيئي للعمل الداخلي والخارجي بصورة شاملة لمواجهة التغيرات البيئية التي تحيط بالعمل.

14.3. توصي الدراسة على الاهتمام ببعدها أسلوب دلفي، حيث حصل على أقل مستوى أهمية من قبل العينة المبحوثة، لذا يجب العمل على مراعاة النشرات الإخبارية والتقارير بصورة منتظمة من قبل فريق من الخبراء في مجال الصحة بهدف تحديد المشكلة الظاهرة والهمل على وضع الحلول المناسبة ضمن التطورات المستقبلية المحتملة في المجال الصحي.

14.4. توصي الدراسة على اهتمام القيادات الإدارية بتجنب التعقيدات الروتينية المستمرة عند تقديم الخدمات من خلال تشجيع الافراد والمجموعات على طرح الأفكار والابتكارات الجديدة فيما يتعلق بالجوانب الصحية معتمدة على الحلول الجماعية ومشاركتها معاً.

14.5. توصي الدراسة على مراعاة رسم أكثر من سيناريو في مجال الخدمات الصحية بالاعتماد على التكنولوجيا المتاحة بما يتناسب مع الخطط المستقبلية الموضوعة التي تهدف للتغلب على التغيرات البيئية المحتملة في مجال الصحة.

المصادر

أولاً: المصادر العربية

1. شلاكة، طارق كاظم، جودة، رضوان جبار، (2021)، "تأثير قدرات الاستشراف الاستراتيجي في السيادة الاستراتيجية عبر الدور الوسيط لأليات التعلم الاستراتيجي: دراسة تحليلية لآراء عينة من قيادات مصرف الرافدين"، مجلة جامعة الانبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 13، العدد 4، الصفحات 341-360.
2. كرومي، سعيد، (2013)، "الرصد الاستراتيجي وسيلة لتحسين أداء المؤسسات الاقتصادية"، مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، العدد 3.
3. محمود، سماح مؤيد، حربي، انسام حسوني، (2019)، "تأثير الوضوح الاستراتيجي في تعزيز الاستشراف المستقبلي - دراسة استطلاعية في وزارة التخطيط"، مجلة الإدارة والاقتصاد، المجلد، العدد 118، الصفحات 75-96.
4. نعمة، اسماء حبيب نعمة، عبد الرحيم، سناء، (2021)، "تأثير قدرات الاستشراف الاستراتيجي في الابداع الاخضر دراسة استطلاعية للشركة العامة للمنتوجات الغذائية"، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 27، العدد 125، الصفحات 233-242.

ثانياً: المصادر الأجنبية

1. Ahlqvist, Toni, (2016), "**Constructing and mobilizing futures knowledge in an organization: foresight as a catalyst for dynamic strategic practice**", Journal of Technology Analysis & Strategic Management Volume 28, Issue 10.
2. AHMAD NOOR AZINUDDIN BIN, (2015), "THE RELATIONSHIP BETWEEN INNOVATION, INFORMATION TECHNOLOGY, AND ORGANIZATIONAL PERFORMANCE", Thesis submitted to, School of Business Management (SBM),, University Utara Malaysia.
3. Allan Ian J., Graham A. Mills, Branislav Vrana, Jesper Knutsson, Arne Holmberg, Nathalie Guigues, Serena Laschi, Anne-Marie Fouillac, Richard Greenwood, (2016), "**Strategic monitoring for the European Water Framework Directive**", Trends in Analytical Chemistry, Vol. 25, No. 7.
4. Bolger, F. and Wright, G. (2011) Improving the Delphi process: lessons from social psychological research. Technol Forecast. Soc.Change, 78, 1500–1513.
5. Bradfield, R., Wright, G., Burt, G., Cairns, G. and Van derHeijden, K, (2005), "The origins and evolution of scenario techniques in long range business planning", Futures 37,795–812.
6. Gallen. Andersen, P. D., & Rasmussen, B, (2014), "**Introduction to foresight and foresight processes in practice. Note for the PhD course Strategic foresight in Engineering**", Technical University of Denmark, DTU Management Engineering.
7. Grime Megan M. & Wright George, (2016), "**Delphi Method**", Wiley StatsRef: Statistics Reference Online, John Wiley & Sons, Ltd.
8. Harper, Jennifer Cassingena; Cuhls, Kerstin; Georghiou, Luke; Johnston, Ron (2008), "**Future-oriented technology analysis as a driver of strategy and policy**". Technology Analysis & Strategic Management. 20 (3): 267–269.
9. Heger, Tobias; Boman, Magnus, (2015), "**Networked foresight—The case of EIT ICT Labs**", Technological Forecasting and Social Change. 101: 147–164.
10. Hunton J. & Gold A. (2010), "A Field Experiment Comparing the Outcomes of Three Fraud Brainstorming Procedures", Nominal Group, Round Robin, and Open Discussion (Retracted), The Accounting Review, 85 (3).
11. Jones, P. (2017), "The futures of Canada governance: Foresight competencies for public administration in the digital era", Canadian Public Administration Journal, 60(4), 657–681.
12. Keenan, M.; Popper, R. (2018), "**Comparing foresight "style" in six world regions**", Foresight, 10, 16–38.
13. Kumbhar, Kalayan Nilappa, (2018), "**Brainstorming technique: Innovative Quality Management Tool for Library**", Current Trends in Library Management At: Govt. Polytechnic, Aurangabad.
14. Kuosa, Tuomo (2011), "**The Process of Strategic Foresight**", S. Rajaratnam School of International Studies.
15. Leigh, Andrew, (2013), "**Thinking Ahead: Strategic Foresight and Government**", Australian Journal of Public Administration (AJPA), Volume 62, Issue 2, pages 3-10.
16. Miles, UK, (2015), "**foresight: three cycles on a highway**", International Journal of Foresight and Innovation Policy 2 (1), 1–34.
17. Mousavi S.S. and Abady M. Habiby Badr, (2008), "The Role of Information Technology in Organizational Procedures ' Improvement with Knowledge Based Approach-A Study of the Iranian Taxation Affairs Organization", World Applied Sciences Journal 3 (Supple 2): 55-66.

18. Mueller A.W., (2018), "**Strategic Foresight – Prozesse strategischer Trend- und Zukunftsforschung in Unternehmen**", Dissertation Universität St. Gallen.
19. Munoz Analiza V, (2021), "**Strategic Foresight as a Tool and Competency of the Elected Local Government Officials in the National Capital Region and Rizal Province for Policy and Decision Making**", WORKING PAPER.
20. Okab Reem, (2018), "The Role and Importance of Information Technology Governance in Reducing the Risks of Information Security in Government Units in Application of E-Government", Information and Knowledge Management, Vol.8, No.9.
21. Panizzon, M., & Barcellos, P. F. P, (2019), "A three-level evaluation process of cultural readiness for strategic foresight projects", World Futures Review, 11(4), 331-350.
22. Riyadh Chamber, (2019), "Future jobs in Kingdom of Saudi Arabia", The 9th Riyadh Economic Forum.
23. Spaniol, Matthew J.; Rowland, Nicholas J. (2019), "**Defining Scenario**", Futures & Foresight Science. 1: e3.
24. Streit Jessica M. K, Sarah A. Felknor, Nicole T. Edwards and John Howard, (2021), "**Leveraging Strategic Foresight to Advance Worker Safety, Health, and Well-Being**", Int. J. Environ. Res. Public Health, 18, 8477.
25. Subramanian, P. R. (2018), "The Role of Information Technology in Business Success", Shanlax International Journal of Management, vol. 6, no. S1, pp. 75–79.
26. Wadge, Kailas Nagnathrao. (2010), "Brainstorming: An Innovative Technique paper presented in National Conference on New Dimensions in Library Management", Augangabad. S.B.E.S.College of Science.
27. White, C., Turoff, M., Van de Walle, B, (2007), "**A Dynamic Delphi Process Utilizing a Modified Thurstone Scaling Method**", Collaborative Judgment in Emergency Response Proceedings of the 4th Annual Information Systems on Crisis and Response Management, ISCRAM, Delft, Netherlands, vol. 4, pp. 13–16.

الدور الوسيط للسلوك الابداعي في تعزيز العلاقة بين الريادة الاستراتيجية وتحقيق الإزدهار
التنظيمي

Mediating Role of Innovation Behavior in Strengthening Relationship Between Strategic
Entrepreneurship and achieving Organizational Prosperity

بحث استطلاعي تحليلي في مستشفى الامام علي (ع) العام – بغداد / الرصافة

Analytical survey research in Imam Ali General Hospital – Baghdad / AL-Rusafa

م. علاء حسين فاضل الطرفي2

Alaa Hussein Fadhil

alaa.hussein@uokerbala.edu.iq

جامعة كربلاء / كلية الادارة والاقتصاد

Kerbala University/Faculty of
Administration & Economics

ا.م.د حسام حسين شياح السلامي4

Husam Hussein Shyaa

hussam.h@uokerbala.edu.iq

جامعة كربلاء / كلية الادارة والاقتصاد

Kerbala University/Faculty of
Administration & Economics

أ.م.د ليلي محسن الحكيم1

Layla Mohsin AL-Hakeem

Layla.alhakeem@uokerbala.edu.iq

جامعة كربلاء / كلية الادارة والاقتصاد

Kerbala University/Faculty of Administration
& Economics

أ.م.د احمد عبد الله امانة الشمري3

Ahmed Abdullah Amanah

Ahmed.a@uokerbala.edu.iq

جامعة كربلاء / كلية الادارة والاقتصاد

Kerbala University/Faculty of Administration
& Economics

المستخلص

هدف البحث الى اختبار الدور الوسيط للسلوك الابداعي بأبعاده المتمثلة ب(توليد الافكار، ترويج الافكار، تنفيذ الافكار) في العلاقة بين الريادة الاستراتيجية بأبعاده المتمثلة ب(الثقافة الريادية، القيادة الريادية، التفكير الريادي، الإدارة الاستراتيجية للموارد) وتحقيق الإزدهار التنظيمي بأبعاده المتمثلة ب(الابداع، راس المال الفكري، الرشاقة التنظيمية، الميزة التنافسية المستدامة) في احدى مؤسساتنا العراقية. إذ تمثلت مشكلة البحث الفكرية بالتساؤل الرئيس الذي مفاده هل للريادة الاستراتيجية تأثير في تحقيق الإزدهار التنظيمي من خلال الدور الوسيط للسلوك الابداعي؟ والذي على اساسه اثبرت عدة تساؤلات فرعية يمكن عن طريقها التوصل للحلول المناسبة. فيما تجلت مشكلة البحث الميدانية للحاجة الطارئة للاستجابة لتداعيات جائحة كورونا عن طريق ملاكات تتمتع بالأداء الريادي الكافي لتحقيق الإزدهار التنظيمي لعبور هذه الازمة واستدامة ذلك الإزدهار عن طريق تبني السلوك الابداعي بمختلف انواعه. وتجلت اهمية البحث من اهمية ميدان التطبيق الذي اصبح بحاجة الى توفير مختلف الحلول الابداعية للنهوض بواقع اداء المؤسسات الصحية وتطويرها، إذ طبق البحث في مستشفى الامام علي (ع) ببغداد الرصافة وعلى عينة قصدية قوامها (41) مستجيباً من ملاكها الطبي والصحي والاداري، بالاعتماد على استمارة استبيان اعدت لهذا الغرض وفق مقياس ليكرت الخماسي. إذ استخدم مجموعة من الاساليب الاحصائية لتحليل البيانات منها معامل الارتباط البسيط (بيرسون) وتحليل ANOVA واختبار (Sobel) عن طريق استخدام البرنامج الاحصائي SPSS V.28. إذ توصلت البحث لمجموعة استنتاجات ومن أهمها وجود علاقة ارتباط وتأثير طردية ذات دلالة معنوية بين متغيرات البحث، فضلاً عن وجود تأثير غير مباشر ذو دلالة معنوية للسلوك الابداعي في العلاقة بين الريادة الاستراتيجية وتحقيق الإزدهار التنظيمي. واستناداً الى ما توصلت اليه البحث من استنتاجات، استطاع الباحثين بلورة عدداً من التوصيات لتحسين مستويات الأداء والاستجابة لازمة كوفيد 19 ومن أهمها زيادة الاهتمام بالسلوك الابداعي على مستوى المستشفى عينة البحث كونه يمثل الأساس الحقيقي لتعزيز وتحسين مرونة وأداء مواردها البشرية (ملاكاتها الطبية والادارية) مما يعزز الاداء الريادي استراتيجياً ويحقق الإزدهار المؤسسي.

الكلمات المفتاحية: الريادة الاستراتيجية، السلوك الابداعي، الإزدهار التنظيمي، مستشفى الامام علي (ع).

Abstract

Aim of research is to test mediating role of Innovation behavior in relationship between strategic Entrepreneurship and achieving organizational prosperity in one of our Iraqi institutions. In order to achieve this, dimensions of Strategic Entrepreneurship were adopted (Entrepreneurial Culture Entrepreneurship Leadership, Entrepreneurship Thinking, Strategic Management of Resources) dimensions of Innovation Behavior (Idea Generation, Idea Promotion and Implementation of Ideas) were adopted. While dimensions of Organizational Prosperity were adopted (Innovation, Intellectual Capital, Organizational Agility, Sustainable Competitive Advantage). Problem of intellectual research was represented by main question that is, does Strategic Entrepreneurship have an impact on achieving

Organizational Prosperity through mediating role of Innovation Behavior?. On basis of which several sub-questions were raised through which appropriate solutions could be found. While problem of field study of urgent need to respond to repercussions of Corona pandemic was manifested by staff that enjoy sufficient Leadership Performance to achieve Organizational Prosperity to cross this crisis and sustain that prosperity by adopting Innovation behavior of its various kinds. Importance of research was evident from importance of field of application, which has become a need to provide various Innovation solutions to advance performance and development of health institutions. As research was applied in Imam Ali Hospital in Baghdad, Al-Rusafa on an intentional sample of (41) respondents from its medical, health and administrative staff, based on a questionnaire prepared for this purpose according to five-point Likert scale. Used a set of statistical methods to analyze data, including simple correlation coefficient (Pearson), the analysis of ANOVA and test (Sobel) by using statistical program SPSS V.28. Research reached a set of conclusions, most important of which is existence of a direct correlation and a positive effect with a moral significance between research variables, as well as an indirect effect with a moral significance for Innovation Behavior in the relationship between Strategic Entrepreneurship and achieving Organizational Prosperity. Based on the conclusions of research, researchers were able to crystallize a number of recommendations to improve performance levels and respond to Covid 19 crisis, most important of which is increasing interest in Innovation behavior at hospital level, research community as it represents real basis for enhancing and improving flexibility and performance of its human resources (medical and administrative staff), which enhances Strategically Entrepreneurship Performance and achieving Institutional Prosperity.

Keywords: Strategic Entrepreneurship, Innovation Behavior, Organizational Prosperity, Imam Ali Hospital.

1. المقدمة

في ظل التوجه الحالية نحو تقديم خدمة ذا جودة عالية، اخذت مؤسساتنا الخدمية تتجه نحو البحث عن الاشخاص الذين يتمتعون بسلوك ابداعي في مكان العمل ولهم القدرة على حل المشاكل التي تواجه منظماتنا الحالية، لاسيما في بيئة متنوعة ثقافياً واجتماعياً مثل البيئة العراقية، مما يسهم في نمو الاداء وتحسينه ليصل لمستويات عالية. عن طريق قيادة ريادية استراتيجياً تعزز السلوك الابداعي وتنميه على مستوى الافراد العاملين لكي يسهم اجمالاً بتحقيق الإزدهار المؤسسي على مستوى القطاع الخدمي العراقي الذي ما زال يحتاج الى الدعم والتطوير المستمر من لدن جميع المستويات الحكومية وغير الحكومية على حد سواء، اذ تم اختيار مستشفى الامام علي (ع) في العاصمة بغداد - الرصافة لتطبيق الجانب الميداني للبحث كونها من اكبر المستشفيات التي تتعامل مع شريحة كبيرة ومتنوعة من المجتمع العراقي، وايضا لما يمتلكه من ملاكات طبية وادارية لها القدرة على تحقيق مستويات عالية من الاداء لاسيما في مواجهة جائحة كورونا وتداعياتها التي لا زالت مستمر لان فضلاً عن تردي القطاع الخدمي الصحي على مستوى البلد عموماً. ومن اجل تحقيق اهداف البحث فقد تم هيكلته في اربعة مباحث كالاتي: (المبحث الأول تناول المنهجية العلمية للبحث، والمبحث الثاني تناول عرض الاطار النظري للبحث (الريادة الاستراتيجية، السلوك الابداعي والإزدهار التنظيمي)، اما المبحث الثالث فيختص بالاطار التطبيقي للبحث واخيراً المبحث الرابع تناول الاستنتاجات والتوصيات التي خرج بها البحث.

2. منهجية البحث

2.1 تساؤلات مشكلة البحث: وتتمثل في الإجابة عن التساؤلات التالية اذ تهدف مضامين هذه الفقرة الى بناء الأسلوب الذي تم

بموجبه البحث لتشخيص المشكلة وتبني المنهج الملائم لتوفير الحلول لها وكالاتي :

1. ما مستوى ادراك افراد العينة لمتغيرات البحث وابعادها الفرعية في المستشفى عينة البحث؟
2. هل تتبنى ادارة المستشفى ابعاد الريادة الاستراتيجية من اجل تحقيق الإزدهار التنظيمي؟
3. هل تعزز ادارة المستشفى ابعاد السلوك الابداعي لدى افراد العينة من اجل تحقيق الإزدهار التنظيمي؟
4. هل توجد علاقة ارتباط بين الريادة الاستراتيجية والسلوك الابداعي والإزدهار التنظيمي على مستوى المستشفى عينة البحث؟
5. هل توجد علاقة تأثير مباشر للريادة الاستراتيجية في السلوك الابداعي على مستوى المستشفى عينة البحث؟
6. هل توجد علاقة تأثير مباشر للريادة الاستراتيجية في الإزدهار التنظيمي على مستوى المستشفى عينة البحث؟
7. هل توجد علاقة تأثير مباشر للسلوك الابداعي في الإزدهار التنظيمي على مستوى المستشفى عينة البحث؟

8. هل توجد علاقة تأثير غير مباشر للسلوك الابداعي في العلاقة بين الريادة الاستراتيجية وتحقيق الإزدهار التنظيمي على مستوى المستشفى عينة البحث؟

2.2 أهمية البحث: يمكن توضيح أهمية البحث الحالية بالنقاط الآتية :

1. يستمد البحث الحالي أهميته من أهمية متغيراته المبحوثة والحاجة الى تطبيقها في مختلف القطاعات.
2. القدرة على تمكين القيادات الإدارية من التعرف على ابعاد الريادة الاستراتيجية، من اجل تعزيز وتنمية السلوك الابداعي للأفراد العاملين وبالتالي الكشف عن المهارات الإيجابية والمرغوبة لديهم، ولتسخير إمكانياتهم وطاقاتهم لصالح تحقيق الإزدهار التنظيمي.
3. يستهدف البحث فئة هامة من القيادات والعاملين في مستشفى الامام علي (ع) في بغداد-الرصافة من مديرين ورؤساء اقسام ومسؤولي الشعب والوحدات الادارية والطبية، ويمكن الاستفادة من نتائجها في زيادة الوعي بمفهوم الريادة الاستراتيجية لدى هذه الفئة، وفي تنمية مهاراتهم وقدراتهم المعرفية لغرض الارتقاء بمستوى سلوكيات العمل الابداعي للعاملين بما يحقق الإزدهار للمستشفى.
4. يستمد البحث أهميته من أهمية القطاع المطبق فيه وهو القطاع الصحي ولتزايد التهديدات التي يواجهها هذا القطاع لا سيما جائحة كوفيد19 وتداعياتها على مستوى البلد والعالم اجمع.

2.3 أهداف البحث: تمثل البحث بمحاولة نظرية وتحليلية لتحليل علاقة السلوك الابداعي ودوره الوسيط في قدرته على تعزيز العلاقة بين الريادة الاستراتيجية والإزدهار التنظيمي. وعليه يسعى البحث إلى الإجابة عن تساؤلات المشكلة عبر تحقيق الأهداف الآتية:

1. التعرف على واقع متغيرات البحث (الريادة الاستراتيجية، السلوك الابداعي والإزدهار التنظيمي) في المستشفى.
2. قياس مستوى علاقة الارتباط بين متغيرات البحث (الريادة الاستراتيجية، السلوك الابداعي والإزدهار التنظيمي) في المستشفى.
3. قياس حجم واتجاه التأثير المباشر للريادة الاستراتيجية في السلوك الابداعي في المستشفى.
4. قياس حجم واتجاه التأثير المباشر للريادة الاستراتيجية في الإزدهار التنظيمي في المستشفى.
5. قياس حجم واتجاه التأثير المباشر للسلوك الابداعي في الإزدهار التنظيمي في المستشفى.
6. قياس حجم واتجاه التأثير غير المباشر للسلوك الابداعي في العلاقة بين الريادة الاستراتيجية والإزدهار التنظيمي في المستشفى.
7. قياس مدى مساهمة الريادة الاستراتيجية والسلوك الابداعي في تحقيق الإزدهار التنظيمي في المستشفى.
8. تقديم مجموعة من التوصيات للمستشفى عينة البحث حول امكانية تبني ابعاد الريادة الاستراتيجية في تحقيق الإزدهار التنظيمي لها عبر الدور الوسيط للسلوك الابداعي للعاملين.

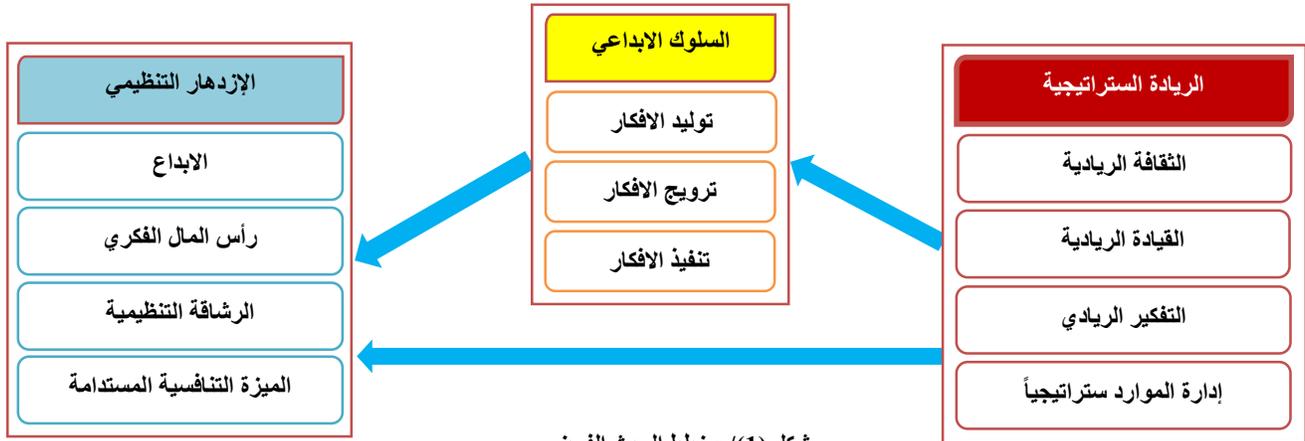
2.4 مبررات البحث: ان من بين اسباب ومبررات اجراء البحث ما يلي:

1. مبررات معرفية: وتتمثل بسعي الباحثين للإجابة عن تساؤلات لمشكلة نظرية تقود الى تعميق متواضع في اطار المعرفة لمتغيرات البحث (الريادة الاستراتيجية، السلوك الابداعي والإزدهار التنظيمي).
2. مبررات تجريبية: وتتجسد بحالة منظماتنا العراقية وتحديداً الخدمة منها الى أهمية تبنيها لمفاهيم وفلسفات ادارية حديثة تطور من واقعها الروتيني، لتصبح اكثر اتقاناً وتسارعاً في مواجهة التهديدات البيئية المختلفة لا سيما تداعيات جائحة كورونا.

2.5 مخطط البحث الفرضي

في ضوء تساؤلات مشكلة البحث وأهدافه، تم بناء انموذج فرضي يبين الدور الوسيط للسلوك الابداعي في العلاقة بين الريادة الاستراتيجية والإزدهار التنظيمي والذي تم تحديده وفقاً للأدبيات ذات الصلة بموضوع البحث، ويتضمن هذا الانموذج المتغيرات الآتية:

1. المتغير المستقل: يتمثل بالريادة الاستراتيجية وابعادها المتمثلة بـ(الثقافة الريادية، القيادة الريادية، التفكير الريادي، الإدارة الاستراتيجية للموارد). استناداً لمقياس (Kimuli,2011)
2. المتغير الوسيط: يتمثل بالسلوك الابداعي وابعاده المتمثلة بـ(توليد الافكار، ترويج الافكار، تنفيذ الافكار). استناداً لمقياس (Janssen,2000)
3. المتغير المُعتمد: يتمثل بالإزدهار التنظيمي وأبعاده المتمثلة بـ(الابداع، راس المال الفكري، الرشاقة التنظيمية، الميزة التنافسية المستدامة) استناداً لمقياس (Fayyad&Abood,2020) ومثلما يبينها شكل (1)



شكل (1) // مخطط البحث الفرضي
المصدر: اعداد الباحثين استناداً للأدبيات

2.6 فرضيات البحث: بناءً على المخطط الفرضي للبحث اعتمد الباحثين على مجموعة من الفرضيات الرئيسية والفرعية الآتية:

➤ الفرضية الرئيسية 1: وجود علاقة ارتباط معنوية بين الريادة الاستراتيجية بأبعادها والسلوك الابداعي لدى عينة البحث، انبثقت عنها الفرضيات الفرعية الآتية:

- توجد علاقة ارتباط معنوية بين الثقافة الريادية والسلوك الابداعي لدى عينة البحث.
 - توجد علاقة ارتباط معنوية بين القيادة الريادية والسلوك الابداعي لدى عينة البحث.
 - توجد علاقة ارتباط معنوية بين التفكير الريادية والسلوك الابداعي لدى عينة البحث.
 - توجد علاقة ارتباط معنوية بين إدارة الموارد استراتيجية والسلوك الابداعي لدى عينة البحث.
- الفرضية الرئيسية 2: وجود علاقة ارتباط معنوية بين السلوك الابداعي بأبعاده والإزدهار التنظيمي لدى عينة البحث، وانبثقت عنها الفرضيات الفرعية الآتية:

- توجد علاقة ارتباط معنوية بين توليد الافكار والإزدهار التنظيمي لدى عينة البحث.
 - توجد علاقة ارتباط معنوية بين ترويج الافكار والإزدهار التنظيمي لدى عينة البحث.
 - توجد علاقة ارتباط معنوية بين تنفيذ الافكار والإزدهار التنظيمي لدى عينة البحث.
- الفرضية الرئيسية 3: وجود علاقة ارتباط معنوية بين الريادة الاستراتيجية بأبعادها والإزدهار التنظيمي لدى عينة البحث، انبثقت عنها الفرضيات الفرعية الآتية:

- توجد علاقة ارتباط معنوية بين الثقافة الريادية والإزدهار التنظيمي لدى عينة البحث.
 - توجد علاقة ارتباط معنوية بين القيادة الريادية والإزدهار التنظيمي لدى عينة البحث.
 - توجد علاقة ارتباط معنوية بين التفكير الريادية والإزدهار التنظيمي لدى عينة البحث.
 - توجد علاقة ارتباط معنوية بين إدارة الموارد استراتيجية والإزدهار التنظيمي لدى عينة البحث.
- الفرضية الرئيسية 4: وجود تأثير معنوي للريادة الاستراتيجية بأبعادها في السلوك الابداعي لدى عينة البحث.
- الفرضية الرئيسية 5: وجود تأثير معنوي للسلوك الابداعي بأبعاده في الإزدهار التنظيمي لدى عينة البحث.
- الفرضية الرئيسية 6: وجود تأثير معنوي للريادة الاستراتيجية بأبعادها في الإزدهار التنظيمي لدى عينة البحث.
- الفرضية الرئيسية 7: يوجد تأثير معنوي غير مباشر للسلوك الابداعي في العلاقة بين الريادة الاستراتيجية والإزدهار التنظيمي لدى عينة البحث.

2.7 مجتمع وعينة البحث: تم اختيار مستشفى الامام علي (ع) العام باقسامه وشعبه ووحداته مجتمعاً للبحث، وتمثلت عينة البحث بعدد المديرين العاميين، ومعاونيهم، ورؤساء الأقسام ومسؤولي الشعب والوحدات، اذ بلغ عددهم (41) مستجيب، كعينة قصدية.

- 2.8 منهج البحث:** اعتمد الباحثين المنهج الوصفي التحليلي ضمن اطاره الميداني، وبناءً على ذلك تم استخدام قياساً وصفياً لمتغيرات البحث عن طريق تطوير اداة قياس تم اختبارها من حيث المصدقية والثبات باستخدام اساليب احصائية متخصصة.
- 2.9 أدوات البحث:** من أجل أن يحقق البحث أهدافه، تم اعتماد الأدوات التالية:
1. أدوات الإطار النظري: وتمثلت بالكتب والبحوث والرسائل والاطاريح.
 2. أدوات الإطار الميداني: وتمثلت باستمارة الاستبانة كأداة رئيسه للبحث للحصول على البيانات اللازمة، وقد راعى الباحثين في صياغتها البساطة والوضوح في تشخيص متغيرات البحث وابعاده الفرعية، إذ تم اعتماد مقياس لكرت الخماسي انظر ملحق (1).
 3. أدوات التحليل الإحصائي: من اجل تشخيص مستوى متغيرات البحث واختبار فرضياته، تم اعتماد الاساليب الاحصائية التالية:
 - أ. الأساليب الإحصائية الوصفية: تستخدم للتحقق من تركز إجابات عينة البحث ونشتتها وهي (الوسط الحسابي الموزون، الانحراف المعياري).
 - ب. الأساليب الإحصائية التحليلية: وتتمثل بالآتي (معامل الارتباط البسيط، معامل الانحدار الخطي البسيط، معامل التفسير (R^2)، اختبار (F)، اختبار (t)، β ، ANOVA.
 - ج. تم استخدام البرنامج الإحصائي (SPSS V.28) لمعالجة البيانات.

3. الأطار النظري للبحث

3.1 الريادة الاستراتيجية

3.1.1 مفهوم الريادة الاستراتيجية

عرفت بأنها الأنشطة التي تسعى الى اكتشاف الفرص واستثمارها وفق امكانيات المنظمة المتاحة للوصول لأفضل النتائج عن طريق التنويع بالمتغيرات الجديدة ومن ثم الاستجابة لها. (عبد الله، 2020: 343) وهي تكامل بين منظور الريادة المتمثل في البحث عن الفرص والمنظور الاستراتيجي المتمثل في البحث عن الميزة التنافسية بهدف تصميم وتنفيذ الاستراتيجيات الريادية، وهذا الترابط ضروري للمنظمات. (الجميل والجري، 2021: 15) وتعتبر عن ديمومة نجاح واستقرار المنظمة وتعمل على تطويره وتوسيعه فضلاً عن التفوق على المنافسين عبر تبني سلوك ريادي بمخاطرة محسوبة من اجل استثمار الفرص وتحقيق نتائج تفوق قدرات المنظمات الاخرى تؤمن بالتغيير وتعمل على تحقيقه. (شلاح والمحيوي، 2021: 109) وعرفت بانها قدرة المنظمة على ايجاد منتجات جديدة تتسم بالتفرد والتميز عن المنتجات المنافسة من خلال قدراتها الابداعية والبراعة في تشخيص الفرص البيئية والعمل على استثمارها والاستعداد للتعامل مع التهديدات التي قد ترافقها من خلال الخبرات المكتسبة والتعلم. (حسن والملاحسن، 2021: 43) وتشير الى مجموعة من المفاهيم التي تهتم بالتجديد الاستراتيجي والابداع والابتكار اضافة الى فتح مسارات جديدة للإفادة من الطاقات الكامنة للمنظمة بوجود الفرص المتاحة في بيئة اللاتأكد، كما وتمثل قدرتها على التفرد في اداء الاعمال بمنظور استراتيجي باستخدام الوسائل الابداعية لاغتنام الفرص واستدامة نموها وميزتها التنافسية. (عطا، 2022: 94) وعرفت بأنها السلوكيات التي تبحث عن فرص ذات الاحتمالية العالية لتسهيل استثمار موارد المنظمة، بما يتماشى مع رؤية القادة لتحقيق أفضل النتائج وتعد ميزة خاصة لأصحاب المنظمات. (الفتلاوي والشمرى، 2022: 11)

3.1.2 أهمية الريادة الاستراتيجية

ان الريادة الموجهة استراتيجياً أمر أساسي ليس فقط لخلق قيمة للزبائن والنمو وتحقيق الإزدهار التنظيمي، ولكن للاقتصاد اليوم عامةً. اذ تبدأ جميع الأعمال بفعل ريادة الأعمال، والشركات الكبيرة تمارس أيضاً ريادة الأعمال لإيجاد منتجات وخدمات مبتكرة جديدة في شكل منظمات ريادية. (الحكيم واخرون، 2020: 67) كما انها تعد عامل مهم وحاسم للمنظمات في العصر الحالي اذ يتوجب على المنظمات البحث عن الفرص الجديدة وخلقها والتركيز على تشجيع وتبني الافكار الابداعية الجديدة. (ضاحي، 2020: 70) ويرى (عبد نايف، 2020: 19) أن الربط بين الريادة والاستراتيجية أصبح أكثر تداولاً ويعتقد ان تضمين الإدارة الاستراتيجية في الأعمال والقرارات والالتزامات لتحقيق الميزة التنافسية للحصول على عائدات أعلى فوق المعدل وان هذا الربط ضروري لتعظيم رفاهية المنظمات المعاصرة. كما يتم عن طريقها تركيز المنظمة بشكل مترام على ايجاد الفرص البيئية وامتلاك مبادرة تبني الافكار الجديدة عبر الابداع، فهي لا تعني فقط القدرة على استكشاف الفرص وانما خلق وتعظيم وتقبل المخاطرة ووضوح الرؤية والقدرة على قراءة المتغيرات البيئية والتعامل مع الحالات الغامضة من اجل الوصول الى تحقيق الاهداف. (المعموري، 2021: 241) كما ان اهميتها تكمن في امكانية حصول المنظمة على حصة سوقية اعلى من منافسيها وزيادة القيمة الكلية لها بالإضافة الى التنويع بالمستقبل، وتحقيق الثروة، ومن جانب آخر فإنها تؤدي الى تخفيض درجة الخطورة المحدقة بالمنظمة وذلك من خلال قيام المنظمة باستخدام التقنيات الحديثة لأغراض التنويع والبحث عن الفرص الواعدة واستثمارها استثماراً امثلاً. (حسن والملاحسن، 2021: 44) كما انها ذات أهمية كبيرة في عالم الاعمال اليوم

بسبب القيمة التي تخلقها. وتنعكس في الأداء القائم على لغة العمل المثالية المشتركة وفقاً لتحديد الأهداف والعمل والرصد في النقاط الحرجة ولها أهمية أيضاً في ديمومة المنظمات ومساعدتها على البقاء وإضافة قيمة على المستوى التنظيمي والاجتماعي، فضلاً عن أهميتها في الحفاظ على الملاك البشري المؤهل في المنظمة. (الفتلاوي والشمري، 2022: 11)

3.1.3 ابعاد الريادة الاستراتيجية

تناولت العديد من الدراسات أبعاد الريادة الاستراتيجية، واختلفت هذه الأبعاد حسب وجهة نظر الباحثين، وبما ينسجم مع دراساتهم، ويمكن اعتماد أبعاد الريادة الاستراتيجية استناداً لمقياس (Irland&webb,2007:49) و(Kimuli,2011:13) والتي افق عليها العديد من الباحثين ومنهم (الطرفي واخرون، 2019: 93) و(الحكيم واخرون، 2020: 67) و(محمد والحمد، 2020: 258) و(ناجي والزبيدي، 2020: 82-83) و(الغامدي، 2021: 464-466) و(حسن والملاحسن، 2021: 45) و(ملا وحمد، 2021: 349) و(المعموري، 2022: 27) وغيرهم وكالاتي:

أ. **الثقافة الريادية:** وتمثل نظام من القيم المشتركة أي (ما هو المهم) والمعتقدات (كيف تسير الأمور) التي تشكل الاستعدادات الهيكلية للمنظمة وأعضائها - واجراءات انتاج المعايير السلوكية (اكتمال طريقة العمل في المنظمة). (Kimuli,2011:14) وهي عبارة عن القيم الاجتماعية المشتركة ودرجة الاعتقاد بها، التي تصيغ هيكل إجراءات المنظمة لأعضائها من أجل وضع المعايير السلوكية، فهي نتاج ما اكتسبه العاملون من أنماط سلوكية وطرائق تفكيرهم وقيمهم وعاداتهم واتجاهاتهم ومهاراتهم الاستراتيجية الريادية قبل انضمامهم للمنظمة التي يعملون فيها (Amer&Sukkar,2020:38) وعرفت بأنها المعتقدات والتوقعات والقيم التي يتقاسمها أفراد إدارة المنظمات، وترسم إجراءاتها، وتحكم المعايير السلوكية لأعضائها، بشكل يدعم العمل نحو هدف عالي القيمة بإبداع مع البحث المستمر عن الفرص التنافسية المستدامة. (الغامدي، 2021: 466) إذ أن الثقافة الريادية الفاعلة تتميز بتسهيل جهود المنظمة لإدارة الموارد إستراتيجياً، إذ تتضمن الأفكار الجديدة، تشجيع المخاطرة أو تحمل الفشل، ترويج التعلم، تبني الإبداعات بالمنتج والإدارة والتغيير المستمر كناقل للفرص، من خلال الأهمية المتزامنة للسلوكيات الساعية وراء الفرصة والميزة لهذا فأنها تتبنى وتدعم البحث المستمر عن الفرص الريادية الممكن استثمارها مع الميزة التنافسية المستدامة، لذا فهناك ضرورة لتنميتها للتكيف مع التغيرات الخارجية. (حسن والملاحسن، 2021: 45) و(المعموري، 2022: 27)

ب. **القيادة الريادية:** تعني قابلية الريادي على التوقع والتصور والحفاظ على المرونة والتفكير استراتيجياً والعمل مع الآخرين لبدء التغيرات التي تولد المستقبل، وتعتمد على استقطاب وجذب وتنسيق الموارد وتوجيهها للاستخدام الأفضل نحو تحقيق الأهداف. (حسن والملاحسن، 2021: 45) إذ تعمل القيادة الريادية على بناء مركز قوي للمنظمات في اسواقها المحلية والدولية من خلال ما يتمتعون به سمات شخصية تتمثل بالرؤية الثاقبة، والقدرة على حل المشاكلات واتخاذ القرار، وتحمل المخاطرة. (ملا وحمد، 2021: 349) ان بقاء منظمات الاعمال في البيئة غير المتوقعة يعتمد على الريادة والكفاءات القيادية لأصحابها ومديرها، جنباً إلى جنب مع مواهبهم وطاقتهم ومهاراتهم. لذا يجب الاهتمام بالقيادة الريادية في سمات ومهارات القادة الرياديين مثل الخصائص النفسية أو الاجتماعية أو الديموغرافية أو المهنية. وبالإضافة إلى ذلك فإن القادة الرياديين بحاجة إلى امتلاك الخبرة والمهارات ذات الصلة، لا سيما المهارات الشخصية والإبداع وتوجيه الفرص مما قد يساعدهم على صياغة الصورة المرغوبة في المستقبل وإلهام الموظفين الآخرين لمتابعة رؤيتهم. (المعموري، 2022: 27)

ت. **التفكير الريادي:** أن التفكير وفق المنظور الريادي يعد ظاهرة فردية وجماعية، أي أن التفكير الريادي مهم لأصحاب المشاريع الفردية وكذلك للمديرين والعاملين في المنظمات القائمة على التفكير والذكاء والعمل بروح المبادرة. (Kimuli,2011:14) وعرف بكونه منظوراً متجهاً باتجاه النمو الذي يروج من خلاله الافراد المرونة والإبداع المستمر والتجديد وحتى في ظروف عدم التأكد بوسع الافراد ذوي الفكر الريادي تشخيص واستثمار الفرص الجديدة لكونهم يمتلكون القدرات المعرفية التي تعطي لهم حلاً لمختلف الحالات الغامضة ويتصف بالإدراك للفرص الريادية والتأهب والبحث عن الحقيقة. (حسن والملاحسن، 2021: 45) وعرف بأنه اسلوب للتفكير في الاعمال التجارية ينجح في حصد مزايا من حالة عدم التيقن ويمكنهم من تقييم الفرص بحرص والاستفادة منها في خضم الظروف المتقلبة (جوسن، 2021: 134).

- د. **إدارة الموارد استراتيجية:** وهي نموذج لصنع القرارات للسياسات والممارسات والإجراءات المتعلقة بالموارد البشرية، ولها ميزة تنافسية مستدامة اذا توفرت الشروط الآتية: (الطرفي واخرون، 2019: 93)
- أنها ذات قيمة استراتيجية نظراً لمقدرتها على إضافة قيمة مالية إلى المنظمات.
 - تتميز بالندرة لان بعض المنظمات فقط هي التي تمتلكها
 - أنها لا يمكن تقليدها من لدن المنظمات الأخرى
 - لا توجد إمكانية لاستبدالها بموارد أخرى.

ان الموارد المدارة استراتيجياً يسهل نشرها مع تزامن استخدام سلوكيات البحث عن الفرصة والميزة، فضلاً عن المنظمات التي تتبنى محفظة الموارد لتشكيل القدرات ورفع تدفق هذه القيمات من اساسها المالي والبشري والاجتماعي الى سلوكيات البحث عن الفرصة والميزة وتوليد الثروة فإنها تدير مواردها استراتيجياً، كما انها تؤثر على القيمة المستمدة من الموارد الملموسة وغير الملموسة التي تستخدمها المنظمة لتطوير وتنفيذ استراتيجياتها. (حسن والملاحسن، 2021: 45-46)

3.2 السلوك الابداعي

3.2.1 مفهوم السلوك الابداعي

عرف بأنه سلوك الافراد الناتج عن مستوى المعرفة والخبرة والمهارة المكتسبة من سنوات العمل داخل المنظمة وخارجها والتي تسببهم المقدرات الجوهرية التي تضيف قيمة لأعمالهم ولمنظمتهم. (القرغولي واخرون، 2020: 262) وعرف بأنه مجموعة الافكار والمشاعر والتوجهات المشتركة للأفراد والتي يتم عبرها حل المشاكل وتحقيق استقرار المنظمة ويساهم بشكل فاعل في تحقيق النجاح والارتقاء بمكانة المنظمة بين باقي مثيلاتها. (ماجد ومحمد، 2020: 191) وعرفه كلاً من (الاسدي والفيلي، 2020: 188) بأنه قدرة الفرد على تقديم مجموعة من الافكار والمقترحات الجديدة والتي تتصف بالتميز من اجل احداث تغيير في اساليب وطرائق تأدية الاعمال وتعزيز التفاعل بين المنظمة وتوفير الحلول الابداعية للمشكلات التي تواجهها عبر استثمار مواردها المتنوعة بما يعزز ازدهارها وبقائها في قطاع اعمالها. وعرف بأنه هو السلوك الذي يقوم به الأفراد من أجل استحداث أفكار وأساليب عمل جديدة غير مألوفة وعلى غير المعتاد وليس بالضرورة أن ينجح عن هذا التصرف سلعة أو خدمة. (صباة وصباة، 2021: 15) ويعبر عن النمط المتبع في المنظمة يقوم من خلال الافراد بأنجاز مهام المكلفين بها بطرائق حديثة وجديدة تلبي حاجات المجتمع بكل مكوناته وتحقيق اهداف المنظمة وعاملها. (السيد، 2021: 513) كما انه يعبر عن المبادرة التي يبديها الفرد في قدرته على التخلص من السياق العادي للتفكير واتباع نمط جديد من التفكير او هو عبارة عن مجموعة من السمات العقلية والتي تتمثل اما بالطلاقة والمرونة والاصالة او هو اظهار كل ما من شأنه ان يؤدي الى انتاج شيء جديد يمثل خلاصة التفاعل بين الفرد والخبرة. (حسوبي وصالح، 2021: 76) وعرف بأنه سلوك فردي يهدف لتحقيق المبادرة والتقديم او الادخال المتعمد ضمن دور العمل او الجماعة او المنظمة، لأفكار وعمليات او منتجات او إجراءات جديدة ومفيدة. (علي وسلمان، 2022: 76) وعرف بأنه السلوك الذي يتم من خلاله احداث تقدم وتطوير للمنظمات وتحقيق الميزة التنافسية في البيئة الخارجية والقدرة على الاستدامة والتميز في بيئة الاعمال التنافسية. (طارش، 2022: 568)

3.2.2 اهمية السلوك الابداعي

ولأنه لا يمكن التحدث عن منظمة تعمل في مجتمع تقدم فيه خدمات او سلع ولا تهتم بموضوع السلوك الابداعي للعاملين فيها، والا فإنها تصبح مجرد اسم في الواقع وربما بعد فترة من الوقت تتلاشى وتختفي من المجتمع بسبب نقص الممارسة، ومن ثم ستكون سلوكاً ابداعياً وتطوراً وتقدماً وحادثة وفقاً الى المتغيرات والعوامل التي تؤثر على المجتمع الذي تعمل فيه. (Talla et al., 2017: 35) كما انه مفيد بشكل عام لكل من أداء الأعمال ونوعية الوظائف، إعادة تصميم المنظمات وإجراءات العمل أمر مهم للأداء الأفضل والوظائف بشكل عام. اذ تم توثيق فوائده لكل من الموظفين والمنظمات وفي مجموعة من السياقات التنظيمية على سبيل المثال، الابداع في مكان العمل تم ربطه بتحسين نتائج المستوى الفردي مثل مؤشرات جودة حياة العمل وتحسين الأداء التنظيمي ونوعية الحياة العملية، الأداء التنظيمي المتميز وقابلية التطبيق في المنظمات الصغيرة والمتوسطة وبالتالي، فإن المنظمات التي تهتم بأداء الموظفين يجب أن تعتمد وتشجع السلوك الابداعي. (بناي والظالمي، 2020: 26) كما ويساهم في تطوير اتجاهات إيجابية نحو حلول المشكلات والتحديات التي تواجه الأفراد في حياتهم اليومية، ويساهم أيضاً في تنمية القدرات الفكرية والعقلية للعاملين عن طريق إتاحة الفرصة لهم في اختيار تلك القدرات، فضلاً عن استثمار الموارد البشرية والاستفادة من قدراتهم عن طريق إتاحة الفرصة لهم للتطوير والابتكار، كما يؤدي إلى الانفتاح على الأفكار الجديدة، والاستجابة بفاعلية للفرص والتحديات والمسؤوليات لإدارة المخاطر والتكيف مع التغيرات. (صباة وصباة، 2021: 16-17)

3.2.3 ابعاد السلوك الابداعي

لقد اتفق اغلب الباحثين والكتاب ومنهم (مكيد ويحيوي، 2015) و (Pukiene, 2016: 14) و (سعيد، 2018) و (الخالدي، 2018) و (رشيد ومزهر، 2018) و (Bannay et al., 2020) في تحديد ابعاد السلوك الابداعي وهو سلوك معقد يتضمن ثلاث مهام سلوكية هي (توليد وترويج وتنفيذ الافكار الابداعية) استناداً لمقياس (Janssen, 2000: 292) **أ. توليد الأفكار:** وتعني قيام الموظف بإنشاء أفكار جديدة أو اقتراح حلول أصلية للمشاكل المتعلقة بالأعمال أو تحسين المنتجات أو الخدمات. (Janssen, 2000: 292) اذ انها تأتي من التعقيد والمزيد من العلاقات والانفتاح على البيئة والكمية الكبيرة من المعلومات والمزيد من المداخل للمشكلة تؤدي لتوليد أفكار جديدة أو حلول معتمدة تنشأ الابداع. (Pukiene, 2016: 14)

ب. **ترويج الأفكار:** وتعني قيام الموظف بالدعوة الى الأفكار الجديدة والمتعلقة بخدمات المنظمة ومنتجاتها وعملياتها الجديدة. (Janssen,2000:292) عندما يتواجد الداعمين او مجموعة الحلفاء الأفكار الجديدة سيتم تعزيز الأفكار الجديدة التي لم تطبق بعد في المنظمة اذ ينصب التركيز على البحث عن الدعم المناسب وخلق الائتلافات في المنظمة من أجل إقناعهم بأن يصبحوا جزءاً من عملية الابداع. (Kroes,2015:6) كما يجب أن يكون العامل المبدع واثقاً من نجاح الفكرة وان يكون ثابتاً وأن يختار الأفراد المناسبين لدعم الفكرة، الذين يمكن أن يشملوا المديرين وأعضاء الإدارات الأخرى أو الزملاء المقربين. هؤلاء الحلفاء المؤثرين سيوفرون القوة اللازمة وراهه (Pukiene,2016:14).

ت. **تنفيذ الأفكار:** وتعني مجمل الجهود المبذولة في عملية تنفيذ الفكرة ويشمل ذلك جميع الأنشطة المصممة لتحويل الأفكار إلى واقع ملموس. (Janssen,2000:292)، وتعد هذه العملية المرحلة الأخيرة من السلوك الابداعي، أي انها عملية تحويل الافكار المبتدعة الى نتائج فعلية قيمة لذلك هذه المرحلة تمثل اكمال الفكرة من خلال تحويلها الى تطبيق مفيد (جسدي او فكري) يمكن نقله لاحقا الى الآخرين. (Pukiene,2016:14) كما انها جهد كبير وموقف موجه نحو النتائج لجعل الافكار تحدث في الواقع ، يشمل تنفيذ الافكار ايضا جعل الابداعات جزءاً من عمليات العمل اليومي الاعتيادي وسلوكياته. (Jong&Hartog,2010:24-25)

3.3 الإزدهار التنظيمي

3.3.1 مفهوم الإزدهار التنظيمي

ان تحقيق الإزدهار التنظيمي يتطلب تمتع العاملين في المنظمة بالقيم والمواقف والتوقعات التي تتماشى مع رؤية المنظمة بشكل وثيق، والالتزام العالي لتعزيز ودعم علاقات الترابط بين المنظمة والعاملين، وهو اساس الافكار الايجابية في المنظمة وعنصر حاسم لتحقيق رفاهية عاملها. (legzian et al.,2015:1292) وبين(عمير،2019: 139) بأنه يعكس مدى تمييز المنظمة ونجاحاتها عن طريق امتلاكها قدرات استراتيجية إبداعية وامتلاكها لرأسمال فكري تمنعها بميزه تنافسية مستدامة ورشاقة استراتيجية لإمتلاك قدرة تمكنها من الإستجابة للمخاطر واستدامة تميزها الفريد في بيئة الاعمال المتغيرة. وعرفه (الطار وأخرون،2020: 138) بأنه قدرة المنظمة على تلبية احتياجات الزبائن ورغباتهم عن طريق مواردها وإمكاناتها المعرفية التي تمتلكها والتي تتمكن من تحولها لمنتجات ذات جودة عالية وكفاءة وفاعلية. وبينت (يوسف،2021: 881) ان ازدهار المنظمة يتحقق عن طريق التميز في مستويات الاداء والقدرة على تنسيق عناصرها بشكل متكامل ومتراط وتسخيلها للوصول الى معدلات عالية من الكفاءة والفاعلية عن طريق حشد الجهود واستثمار الموارد البشرية والتكنولوجية والابتكارية للوصول الى اعلى مستويات التميز في الاداء مقارنة بالمنظمات المنافسة. وعرفه (اومر واخرون،2021: 91) بأنه يمثل القدرات المنظمة على البقاء والنمو والإزدهار عن طريق راس المال الفكري والقدرة على تقديم ابداعي لمنتجات وخدمات مبتكرة بشكل مستمر تلبية احتياجات ورغبة الزبائن وتحقق مزايا لا يمكن تقليدها أو تأكلها من لدن المنافسين.

3.3.2 أهمية الإزدهار التنظيمي

ان الازدهار التنظيمي يؤدي الى تحسين الانتاجية وزيادة خلق القيمة المضافة للمنظمة وتحسين نتائج الابداع من خلال التأكيد على زيادة الاستثمار في المهارات والتكنولوجيا وتكييف كل ما موجود منها والتحول الى الاستثمار في رأس المال البشري (Joseph,2010:4) و(Martin,2010:19) كما انه يسهم في تطوير قابليات الموارد البشرية وكسب رضا الزبون عن طريق تقديم منتجات مبتكرة تلبية رغباتهم (Legzian et al.,2015:1292) وبين(محمد،2019: 272) بأن أهمية الإزدهار التنظيمي تتمثل بالاتي:

- يساعد المنظمات على تطوير واستدامة القدرات البشرية المستدامة ومن ثم يزيد في خلق قيمة مستدامة عن طريق تقديم منتجات وخدمات للزبائن لها القدرة على اكتساب رضاهم باستمرار.
- يسهم في زيادة إنتاجية وفاعلية المنظمة ويعزز رأس المال الفكري والمادي بأحسن حالته.
- تحقيق استدامة أرباح المنظمة مما يزيد من مستوى النمو والتميز التنظيمي.
- يعزز الابتكار المستدام عن طريق التعرف على كل متطلبات البيئة التنافسية المضطربة وايجاد البدائل الممكنة للظروف غير المتوقعة.

وان تحقيق الإزدهار التنظيمي يزيد خلق القيمة المستدامة عن طريق تقديم منتجات غير مسبوقه، ويحقق استدامة ربحية المنظمة والنمو والتميز، كما يوفر للمنظمة القدرة على مواجهة كافة التحديات في البيئة العدائية وتعزيز الاستقرار الاقتصادي والاجتماعي للمنظمة فضلاً عن تعزيز قدراتها التنافسية المستدامة ومستوى الابداع والابتكار المستدام.(يوسف،2021: 882) اذ تشير الأبحاث أنه عندما يزدهر العاملون في مكان العمل، فإنهم يؤديون بشكل أفضل، ويصبحون أكثر رضا عن وظائفهم،

وأكثر التزامًا للمنظمة، وزيادة الاستدامة التنظيمية بالإضافة إلى ذلك، أظهرت الأبحاث أن العاملين يصبحون أكثر إبداعًا عندما يواجهون مستويات أعلى من الإزدهار في العمل. (حامد واخرون، 2021: 316)

3.3.3 ابعاد الازهار التنظيمي

لقد أتفق كلاً من (Mezael&Mushraf,2010)و(Abesi&Shafiepur,2013)و(الطائي والشيباني،2016)و(عمير،2019)و(الطار واخرون،2020)و(Fayyad&Abood,2020)و(يوسف،2021) و (اومر واخرون،2021) بأن الإزدهار التنظيمي يتكون من الأبعاد الآتية :

- أ. **الإبداع:** وهو الاستثمار الناجح للأفكار الجديدة (Gandotra,2010:2230) والمنظمات اليوم القائمة على المعرفة يجب عليها ان تعتمد الإبداع باعتباره إحدى العوامل الرئيسة في نجاح المنظمات في الأمد الطويل لدخول المنظمة في الاسواق التنافسية ومن ثم قدرتها في الاستجابة للبيئة بسرعة لتحقيق الإزدهار (Asgari&Ghorbanzide,2013:1087).
- ب. **راس المال الفكري:** عرف بأنه القدرات العقلية والفكرية للموظفين والافراد في المنظمة والذين لهم امكانية لاستثمارها في تحقيق أقصى زيادة للقيمة السوقية للمنظمة وزيادة مستوى النمو (club et al.,2012:103) وينبع راس المال الفكري من المعرفة المفيدة للمنظمة والتي تشمل تقنيات الإدارة وبراءة الاختراع والموظفين والمهارات والعلاقة مع الزبائن والموردين وأصحاب المصلحة وتكمن أهمية رأس المال الفكري في ان كثير من المنظمات ابدت الاهتمام براس المال الفكري ولمختلف أنواعه لذا فان المنظمات باتت تتسابق في استثماره بالصورة المثلى، بوصفه قوة حاسمة ومهمة تقود المنظمة الى تعزيز مستوى قدرتها التنافسية لخلق الثروات وتحقيق مستوى نمو متميز عن المنظمات الأخرى (Ahmad&Mezeal,2011:105).
- ج. **الرشاقة التنظيمية:** ظهرت الرشاقة التنظيمية في نهاية الثمانينات وبداية التسعينات في القرن الماضي، في إغراق التطورات الاجتماعية والاقتصادية في العالم، خاصة في قطاع التصنيع في الولايات المتحدة الأميركية، اذ اخذ التوسع في الكثير من المجالات الاقتصادية وازداد بشكر كبير في عصر العولمة (Imache et al.,2012:110) وعرفت بانها الفعل الحاسم من لدن الإدارة العليا للاستجابة السريعة للتغيرات لإستدامة الميزة التنافسية عن طريق استكشاف واستشعار وتوقع التغيرات ومدى استجابة القدرات معها (Van et al.,2005:53) (Jafari et al.,2014:44).
- د. **الميزة التنافسية المستدامة:** وهي مجموعة من المهارات الفردية والجماعية والأصول والمعارف عن طريق الممارسات المنهجية والمنظمة وتنسيقها بحيث تحقق تميز وتفوق المنظمة قياسا للمنافسين وعلى المدى الطويل. (Sanders&Davey,2011:5).

4. الاطار العملي للبحث

4.1 ثبات مقياس البحث

اعتمد الباحثين مقياس (Likert) لقياس متغيرات البحث كما في الجدول (1) اذ استخدم معامل كرونباخ الفا للتأكد من اتساقها وثباتها، فقد تراوحت قيمه (0.71 - 0.92) وهي مقبولة إحصائياً لأنها اكبر من (0.70) وهذا يدل على انها تتصف بالاتساق الداخلي.

جدول (1) / ملخص مقياس البحث

المتغيرات	كرونباخ الفا للمتغير	البعد	عدد الفقرات	مصدر المقياس	الرمز	كرونباخ الفا للبعد
الريادة الاستراتيجية	0.94	الثقافة الريادية	4	Kimuli,2011:13	CE	0.71
		القيادة الريادية	3		LE	
		التفكير الريادي	4		TE	
		إدارة الموارد ستراتيجياً	4		ST	
السلوك الابداعي	0.93	توليد الافكار	3	Jannsen,2000:292	GE	0.92
		ترويج الافكار	3		PT	
		تنفيذ الافكار	3		IT	
الإزدهار التنظيمي	0.86	الابداع	5	Fayyad&Abood,2020	CR	0.71
		راس المال الفكري	6		IN	
		الرشاقة التنظيمية	7		LEE	
		الميزة التنافسية	5		CO	

			المستدامة	
--	--	--	-----------	--

المصدر: اعداد الباحثين باعتماد الادبيات ومخرجات الحاسبة

4.2 وصف متغيرات وابعاد البحث وتشخيصها

لقد حُدد مستوى الاجابات في ضوء المتوسطات الحسابية من خلال تحديد انتمائها لأية فئة. ولان استبانة البحث تعتمد على ليكرت الخماسي (اتفق تماماً – لا اتفق تماماً) فان هناك خمس فئات تنتمي لها المتوسطات الحسابية كالاتي: (Dewberry,2004:15) (1 – 1.80: منخفض جداً، 1.81 – 2.60: منخفض، 2.61 – 3.40: معتدل، 3.41 – 4.20: مرتفع، 4.21 – 5.0: مرتفع جداً) وتم استعمال (SPSS V.28) لأجراء احصاءات البحث، إذ يشير جدول (2) لأعلى وسط حسابي بلغ (3.87) للريادة الاستراتيجية وبانحراف معياري (0.536) ما يشير لأنسجام اجابات افراد العينة عنها، إذ شكل هذا المتوسط نسبة اكبر من الوسط الحسابي للسلوك الابداعي الذي حل بالمرتبة الثانية بمقدار (3.78) وبانحراف معياري (0.588) في حين جاء الإزدهار التنظيمي بالمرتبة الثالثة إذ حقق (3.62) وبانحراف المعيارى (0.348) ما يعكس انسجام اجابات العينة عنها وضمن مستوى اجابة مرتفع، اما بالنسبة لأعلى وسط حسابي للأبعاد كان من نصيب القيادة الريادية بلغ (3.98) وبانحراف معياري (0.471) فيما يخص الريادة الاستراتيجية، اما اقل وسط حسابي كان للتفكير الريادي (3.80) وبانحراف معياري (0.438) وبمستوى اجابة مرتفع، في حين كانت بقية متوسطات ابعاد الريادة الاستراتيجية ضمن مستوى اجابة مرتفع، اما بالنسبة للسلوك الابداعي حصد بعد توليد الافكار اعلى وسط حسابي (4.25) وبمستوى اجابة مرتفع جداً وبانحراف المعيارى (0.737) ثم تلاه تنفيذ الافكار (3.60) وبمستوى اجابة مرتفع وبانحراف المعيارى (0.484)، وبالمرتبة الأخيرة جاء ترويج الافكار (3.47) وبانحراف معياري (0.542) وضمن مستوى اجابة مرتفع، في حين حصلت الميزة التنافسية المستدامة على اعلى وسط حسابي ضمن الإزدهار التنظيمي بلغ (3.99) وبانحراف معياري (0.384) وبمستوى اجابة مرتفع ثم تلاه الرشاقة التنظيمية (3.84) وبانحراف معياري (0.351) وبمستوى اجابة مرتفع ثم راس المال الفكري (3.60) وبانحراف معياري (0.339) وبمستوى اجابة مرتفع، في حين حل الابداع اخيراً إذ بلغ وسطه الحسابى (3.05) وبانحراف معياري (0.317) وبمستوى اجابة معتدل، إذ تشير هذه النتائج لادراك افراد العينة لماهية الريادة الاستراتيجية، السلوك الابداعي والإزدهار التنظيمي.

جدول (2) / وصف وتشخيص متغيرات البحث وابعاده الفرعية

ت	المتغير والبعد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الاجابة	ترتيب الابعاد
1	الثقافة الريادية	3.88	0.518	مرتفع	2
2	القيادة الريادية	3.98	0.471	مرتفع	1
3	التفكير الريادي	3.80	0.438	مرتفع	4
4	إدارة الموارد ستراتيجياً	3.82	0.716	مرتفع	3
	الريادة الاستراتيجية	3.87	0.536	مرتفع	اولا
5	توليد الافكار	4.25	.737	مرتفع جدا	1
6	ترويج الافكار	3.47	.542	مرتفع	3
7	تنفيذ الافكار	3.60	.484	مرتفع	2
	السلوك الابداعي	3.78	0.588	مرتفع	ثانيا
8	الابداع	3.05	.317	معتدل	4
9	راس المال افكري	3.60	.339	مرتفع	3
10	الرشاقة التنظيمية	3.84	.351	مرتفع	2
11	الميزة التنافسية المستدامة	3.99	.384	مرتفع	1
	الإزدهار التنظيمي	3.62	0.348	مرتفع	ثالثا

المصدر: اعداد الباحثين باعتماد مخرجات الحاسبة

4.3 اختبار الفرضيات

تم الحكم على مقدار قوة معامل الارتباط في ضوء قاعدة (Cohen&Cohen,1983)، وكما في جدول(3):
جدول (3) / قيم ومستويات علاقة الارتباط

ت	قيمة معامل ارتباط	مستوى علاقة الارتباط
1	أقل من (0.10)	علاقة منخفضة
2	من (0.10) الى (0.30)	علاقة معتدلة
3	أعلى من (0.30)	علاقة قوية

المصدر: اعداد الباحثين باعتماد (Cohen&Cohen,1983)

1. اختبار الفرضية الرئيسية الاولى: (توجد علاقة ارتباط ذا دلالة معنوية بين الريادة الاستراتيجية بأبعادها والسلوك الابداعي)

يشير جدول (4) لوجود ارتباط معنوي بين الريادة الاستراتيجية مع السلوك الابداعي، إذ بلغت قيمته بينهما (**0.878) وتشير لقوة العلاقة الطردية بينهما، وما يدعم ذلك معنوية علاقة الارتباط التي ظهرت عند مستوى (1%) وبدرجة ثقة (99%) فضلاً عن علاقة ابعادها مع السلوك الابداعي التي كانت بمستوى ارتباطات قوية ومعنوية بلغت للأبعاد (الثقافة الريادية، القيادة الريادية، والتفكير الريادي، وإدارة الموارد ستراتيجياً) (0.830,0.805,0.886,0.872)، على التوالي إذ يتضح قبول الفرضية الرئيسية الأولى.

جدول (4) / مصفوفة معاملات الارتباط بين الريادة الاستراتيجية وابعادها مع السلوك الابداعي

الريادة الاستراتيجية	إدارة الموارد ستراتيجياً	التفكير الريادي	القيادة الريادية	الثقافة الريادية		
.878**	.830**	.805**	.886**	.872**	Pearson Correlation	السلوك الابداعي
.000	.000	.000	.000	.000	Sig. (2-tailed)	
41	41	41	41	41	N	

المصدر: مخرجات SPSS v.28

2. اختبار الفرضية الرئيسية الثانية: (توجد علاقة ارتباط ذا دلالة معنوية بين الريادة الاستراتيجية بأبعادها والازدهار التنظيمي)

يبين من جدول (5) وجود ارتباط معنوي بين الريادة الاستراتيجية بأبعادها مع الإزدهار التنظيمي، إذ بلغت قيمته بينهما (**0.606) وتشير لقوة العلاقة الطردية بينهما، وما يدعم ذلك معنوية علاقة الارتباط التي ظهرت عند مستوى (1%) وبدرجة ثقة (99%) فضلاً عن علاقة ابعادها مع الازدهار التنظيمي التي كانت بمستوى ارتباطات قوية ومعنوية بلغت للأبعاد (الثقافة الريادية، القيادة الريادية، والتفكير الريادي، وإدارة الموارد ستراتيجياً) (0.581,0.593,0.601,0.569) على التوالي، إذ يتضح قبول الفرضية الرئيسية الثانية.

جدول (5) / مصفوفة معاملات الارتباط بين الريادة الاستراتيجية بأبعادها والإزدهار التنظيمي

الريادة الاستراتيجية	إدارة الموارد ستراتيجياً	التفكير الريادي	القيادة الريادية	الثقافة الريادية		
.606**	.581**	.593**	.601**	.569**	Pearson Correlation	الإزدهار التنظيمي
.000	.000	.000	.000	.000	Sig. (2-tailed)	
41	41	41	41	41	N	

المصدر: مخرجات SPSS v.28

3. اختبار الفرضية الرئيسية الثالثة: (توجد علاقة ارتباط ذا دلالة معنوية بين السلوك الابداعي بأبعاده مع الإزدهار التنظيمي)

يبين جدول (6) وجود ارتباط معنوي بين السلوك الابداعي والإزدهار التنظيمي بلغ (**0.697) ويشير لقوة العلاقة الطردية بينهما، وإن ما يدعم ذلك معنوية علاقة الارتباط التي ظهرت عند مستوى (1%) وبدرجة ثقة (99%) فضلاً عن ايجابية العلاقة بين ابعاده مع الإزدهار التنظيمي إذ حققت (توليد، ترويج، تنفيذ الافكار) (0.710,0.376,0.641) على التوالي وكانت ضمن علاقات ارتباطية طردية ودالة معنوياً، إذ يتضح قبول الفرضية الرئيسية الثالثة.

جدول (6) / مصفوفة معاملات الارتباط بين السلوك الابداعي بأبعاده مع الإزدهار التنظيمي

السلوك الابداعي	تنفيذ الافكار	ترويج الافكار	توليد الافكار

.697**	.710**	.376*	.641**	Pearson Correlation	الإزدهار التنظيمي
.000	.000	.015	.000	Sig. (2-tailed)	
41	41	41	41	N	

المصدر: مخرجات SPSS v.28

4. اختبار الفرضية الرئيسية الرابعة: (توجد علاقة تأثير ذا دلالة معنوية بين الريادة الاستراتيجية بأبعادها في السلوك الابداعي) وللتأكد من مدى صحتها على الباحثين اجراء اختبار الانحدار وعلى النحو الاتي:
 ➤ بلغت قيمة (F)(131.018) للأنموذج عند مستوى دلالة (0.01). وهذا يعني وجود تأثير ذو دلالة معنوية للريادة الاستراتيجية في السلوك الابداعي وبدرجة ثقة (99%)، فتقبل الفرضية.

جدول (7) / قيمة F لتأثير الريادة الاستراتيجية في السلوك الابداعي (n=41)

ANOVA ^a						
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model	
.000 ^b	131.018	7.345	1	7.345	Regression	1
		.056	39	2.186	Residual	
			40	9.531	Total	

a. Dependent Variable: السلوك الابداعي

b. Predictors: (Constant) الريادة الاستراتيجية

المصدر : اعداد الباحثين باعتماد مخرجات SPSS V. 28

➤ بلغت قيمة (R²) (0.771) ويتضح بان الريادة الاستراتيجية قادره على تفسير ما نسبته (77%) من التغيرات التي تطرأ على السلوك الابداعي في مستشفى الامام علي - بغداد. أما النسبة المتبقية (23%) فتعود لمتغيرات غير داخلية في الأنموذج.

جدول (8) / قيمة R² لتأثير الريادة الاستراتيجية في السلوك الابداعي (n=41)

Model Summary				
Std. Error of Estimate	Adj. R Square	R Square	R	Model
.23677	.765	.771	.878 ^a	1

a. Predictors: (Constant) الريادة الاستراتيجية

المصدر : اعداد الباحثين باعتماد مخرجات SPSS V. 28

➤ بلغت قيمة (β) (0.878) وتعني ان زيادة مستويات توافر الريادة الاستراتيجية بمقدار وحدة واحدة من الانحرافات المعيارية سيزيد السلوك الابداعي بنسبة (88%) اذاً فتقبل الفرضية.

جدول (9) / قيمة B لتأثير الريادة الاستراتيجية في السلوك الابداعي (n=41)

Coefficients ^a						
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model	
		Beta	Std. Error	B		
.051	2.012		.283	.569	(Constant)	1
.000	11.446	.878	.072	.828	الريادة الاستراتيجية	

a. Dependent Variable: السلوك الابداعي

المصدر : اعداد الباحثين باعتماد مخرجات SPSS V. 28

5. اختبار الفرضية الرئيسية الخامسة: (يوجد تأثير ذا دلالة معنوية للريادة الاستراتيجية في الإزدهار التنظيمي) وتظهر النتائج كالاتي:-

➤ بلغت قيمة (F) (22.461) للأنموذج عند مستوى دلالة (0.01) وهذا يعني وجود تأثير ذو دلالة معنوية للريادة الاستراتيجية في الإزدهار التنظيمي وبدرجة ثقة (99%)، وبناءً عليه تقبل الفرضية.

جدول (10) / قيمة F لتأثير الريادة الاستراتيجية في الإزدهار التنظيمي (n=41)

ANOVA ^a					
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model
.000 ^b	22.641	.953	1	.953	Regression
		.042	39	1.641	Residual
			40	2.594	Total

a. Dependent Variable: الإزدهار التنظيمي
b. Predictors: (Constant) الريادة الاستراتيجية

المصدر : اعداد الباحثين باعتماد مخرجات SPSS V. 28

➤ بلغت قيمة (R²) (0.38) أي أن الريادة الاستراتيجية يفسر ما نسبته (38%) من التغيرات التي تطرأ على الإزدهار التنظيمي. والنسبة المتبقية (62%) تعود لمتغيرات أخرى غير داخلية بالأنموذج.

جدول (11) / قيمة R² لتأثير الريادة الاستراتيجية في الإزدهار التنظيمي (n=41)

Model Summary				
Std. Error of Estimate	Adj. R Square	R Square	R	Model
.20515	.351	.367	.606 ^a	1

a. Predictors: (Constant) الريادة الاستراتيجية

المصدر : اعداد الباحثين باعتماد مخرجات SPSS V. 28

➤ بلغت قيمة (β) (0.61) أي أن الزيادة بتغير الريادة الاستراتيجية بمقدار وحدة واحدة من الانحرافات المعيارية سيزيد الإزدهار التنظيمي بنسبة (61%) ولأن التأثير معنوي فتقبل الفرضية.

جدول (12) / قيمة B لتأثير الريادة الاستراتيجية في الإزدهار التنظيمي (n=41)

Coefficients ^a					
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model
		Beta	Std. Error	B	
.000	10.071		.245	2.468	(Constant) 1
.000	4.758	.606	.063	.298	الريادة الاستراتيجية

a. Dependent Variable: الإزدهار التنظيمي

المصدر : اعداد الباحثين باعتماد مخرجات SPSS V. 28

6. اختبار الفرضية الرئيسية السادسة: (يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للسلوك الابداعي في الإزدهار التنظيمي) وتظهر النتائج كالآتي:-

➤ بلغت قيمة (F) (36.839) للأنموذج عند مستوى دلالة (0.01) وهذا يعني وجود تأثير ذو دلالة معنوية للسلوك الابداعي في الإزدهار التنظيمي وبدرجة ثقة (99%)، وبناءً عليه تقبل الفرضية.

جدول (13) / قيمة F لتأثير السلوك الابداعي في الإزدهار التنظيمي (n=41)

ANOVA ^a					
Sig.	F	Mean Square	df	Sum of Squares	Model

.000 ^b	36.839	1.260	1	1.260	Regression	1
		.034	39	1.334	Residual	
			40	2.594	Total	
a. Dependent Variable: الإزدهار التنظيمي						
b. Predictors: (Constant) السلوك الابداعي						

المصدر : اعداد الباحثين باعتماد مخرجات SPSS V. 28

➤ بلغت قيمة (R^2) (0.486) أي أن السلوك الابداعي يفسر ما نسبته (49%) من التغيرات التي تطرأ على الإزدهار التنظيمي. والنسبة المتبقية (51%) تسهم بها متغيرات أخرى غير داخلية بالأنموذج.

جدول (14) / قيمة R^2 لتأثير السلوك الابداعي في الإزدهار التنظيمي (n=41)

Model Summary				
Std. Error of Estimate	Adj. R Square	R Square	R	Model
.18495	.473	.486	.697 ^a	1
a. Predictors: (Constant) السلوك الابداعي				

المصدر: اعداد الباحثين باعتماد مخرجات SPSS V. 28

➤ بلغت قيمة (β) (0.70) أي أن الزيادة بتغير السلوك الابداعي بمقدار وحدة واحدة من الانحرافات المعيارية سيزيد الإزدهار التنظيمي بنسبة (70%) ولأن التأثير معنوي فتقبل الفرضية.

جدول (15) / قيمة B المحسوبة لتأثير السلوك الابداعي في الإزدهار التنظيمي (n=41)

Coefficients ^a					
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model
		Beta	Std. Error	B	
.000	9.860		.228	2.250	(Constant) 1
.000	6.070	.697	.060	.364	السلوك الابداعي
a. Dependent Variable: الإزدهار التنظيمي					

المصدر : اعداد الباحثين باعتماد مخرجات SPSS V. 28

7. اختبار الفرضية الرئيسية السابعة: (يوجد تأثير غير مباشر ذا دلالة معنوية للريادة الاستراتيجية في الإزدهار التنظيمي عن طريق السلوك الابداعي) تتعلق الفرضية السابعة باختبار الدور الوسيط للسلوك الابداعي في العلاقة بين الريادة الاستراتيجية والإزدهار التنظيمي، ومن أجل اختبار الدور الوسيط فقد اعتمد البحث طريقة (Baron&Kenny,1986) إذ يلاحظ من جدول (16) وجود تأثير معنوي للسلوك الابداعي بلغ $(\beta=0.38)$ ، $(P < 0.01)$ ، ويستنتج من ذلك أن المسار الانحداري حقق الشرط الاول والثاني والثالث وهو المسار من الريادة الاستراتيجية الى السلوك الابداعي الى الإزدهار التنظيمي وعليه ننقل لملاحظة قيمة معامل التأثير بين المستقل والمعتمد فاذا انخفضت عن قيمتها في المعادلة الثانية فهذا يعني بأن السلوك الابداعي يتوسط العلاقة بينهما بشكل جزئي (Partial Mediation)، اما اذا تحولت القيمة لقيمة صفرية (عدم وجود تأثير) فأن هذا يعني بأن المتغير يتوسط بشكل تام العلاقة بين المستقل والمعتمد. إذ يلاحظ ان تأثير الريادة الاستراتيجية في الإزدهار التنظيمي قد اصبح غير معنوي بوجود السلوك الابداعي اي ان التوسط للسلوك الابداعي توسط تام وليس جزئي مع ملاحظة ان قيمة F المحسوبة كانت اكبر من الجدولية ومعنوية عند مستوى (1 %) مما يدل على القوة الاحصائية للنموذج المختبر.

جدول (16) / Mediation Test الخطوة 3 و 4 للسلوك الابداعي

Coefficients ^a					
Sig.	t	Standardized Coefficients	Unstandardized Coefficients		Model
		Beta	Std. Error	B	
.000	9.589		.235	2.254	(Constant) 1
.918	-.103-	-.025-	.120	-.012-	الريادة الاستراتيجية
.005	2.961	.719	.127	.375	السلوك الابداعي

a. Dependent Variable: الإزدهار التنظيمي

المصدر : اعداد الباحثين باعتماد مخرجات برنامج SPSS V.28

وبهدف التحقق من حقيقة توسط السلوك الابداعي في العلاقة بين الريادة الاستراتيجية والإزدهار التنظيمي وبحسب ما اشار له كلاً من (Baron&Kenny,1986:1177) فإنه يتوجب اجراء (Sobel Test) الذي يستهدف الكشف عن معنوية الأثر غير المباشر. وقد صمم (Preacher&Leonardelli,2001) برنامج حسابي لأجراء هذا الاختبار (متوفر على شبكة الانترنت فقط) والذي يعرض نتائجه في جدول (17) ومن خلاله نستخرج (Z-Value)، اذا كانت قيمتها اكبر من (1.96) فإنها تشير ان السلوك الابداعي تأثيراً وسيطاً. ويلاحظ من جدول (17) أن العلاقة ذا دلالة معنوية عند مستوى (1%) لان (Z-Value) له كانت اكبر من (1.96) وهذه النتيجة تعني بان التأثير غير المباشر للسلوك الابداعي هو تأثير حقيقي وذا دلالة معنوية.

جدول (17) / Sobel Test (Z-Value) لتوسط السلوك الابداعي

p-value	Sobel test – ZValue	Inputs	Path
P < .01	5.621 **	a= 0.602 b= 0.723 Sa= 0.064 Sb= 0.194	الريادة الاستراتيجية ← السلوك الابداعي ← الإزدهار التنظيمي

5.1 الاستنتاجات و التوصيات

- ان للريادة الاستراتيجية دوراً هاماً وفاعلاً في تعزيز الإزدهار التنظيمي في المستشفى عينة البحث من خلال تكامل ابعادها الاساسية.
- تؤدي ابعاد السلوك الابداعي دوراً هاماً وفاعلاً في تعزيز الإزدهار التنظيمي داخل المشفى محل التطبيق، وبشكل خاص من خلال تميز ملاكاتها البشرية عبر ابعاده التي توظف في تنفيذ المهام المختلفة وتنعكس ايجاباً في تعزيز الإزدهار على مستوى المشفى ككل.
- يمكن للمستشفى تحقيق الإزدهار التنظيمي من خلال المساهمة بشكل استراتيجي عبر تفوق ادائها وحل مشكلاتها ومن ثم تحقيق اهدافها المستقبلية من خلال الاهتمام بالتوجه الريادي لادارتها والسلوك الابداعي لعاملها وتنميتها.
- تتمتع ادارة المستشفى بالسلوك الابداعي بشكل اكبر من توجهها الريادي استراتيجياً وهذا يعود الى ادراكها للضروف الراهنة وحجم التحديات التي تواجهها وما تتطلبه من حلول وافكار ابداعية لمواجهة تلك التحديات لا سيما جائحة كورونا وتداعياتها المستمرة للآن.
- لقد اسهم المتغير الوسيط (السلوكيات الابداعية) وبشكل معنوي في تعزيز العلاقة بين قدرة الريادة الاستراتيجية في تعزيز الإزدهار التنظيمي على مستوى المستشفى بأقسامها وشعبها ووحداتها المختلفة نتيجة لتظافر الجهود الادارية والطبية والفنية في التغلب على الجائحة بوصفها تهديداً حقيقياً يفتك حياة افراد المجتمع العراقي كافة.
- ظهر جلياً علاقات الارتباط والتأثير بين متغيرات البحث الثلاث في المستشفى عينة البحث مما يدعم فرضيات البحث ويحقق نموذج البحث وامكانية تعميم النتائج ضمن القطاع الصحي العراقي.

5.2 التوصيات

- ضرورة قيام ادارة المشفى بتوظيف ابعاد الريادة الاستراتيجية فيها لضمان تحقيق إزدهارها التنظيمي بشكل اكثر فاعلية عبر اكتساب الريادة على المستوى الشخصي(التفكير الريادي)، على المستوى القيادي (القيادة الريادية)، على المستوى

1. الاجتماعي(الثقافة الريادية) وعلى تبني المدخل الاستراتيجي لإدارة جميع مواردها عبر تعزيز التوجه الاستراتيجي لقيادات المستشفى الادارية والفنية والطبية.
2. ضرورة التركيز على الركيزة الاستراتيجية كونها الفريدة التي تمنحها توجهاً استراتيجياً لأستشعار البيئة ضمن القطاع الصحي على مستوى البلد بشكل اكبر من الركائز الثلاث الاخرى التي بمجموعها تحقق الريادة تداوياً.
3. التركيز قدرة المستشفى على تحقيق الإزدهار التنظيمي لديها من خلال قدرتها على تشجيع السلوكيات الابداعية للعاملين بما يسهم في حل المشكلات وتحقيق اهدافها بصورة فاعلة.
4. ضرورة اشراك الافراد العاملين الموهوبين ذوي الافكار الابداعية في عملية اتخاذ القرارات لا سيما الاستراتيجية منها تحقيقاً لمزايا المدخلين معاً في تعزيز الازدهار الصحي على مستوى المستشفى والقطاع الصحي ككل.

المصادر

أولاً: المصادر العربية

1. أبو جويفل، ريم جمعة (2018) "درجة ممارسة كليات التربية بالجامعات الفلسطينية في محافظات غزة لأبعاد الريادة الاستراتيجية وعلاقتها بالأداء الجامعي المتميز"، رسالة ماجستير، جامعة غزة، قاعدة معلومات دار المنظومة.
2. الأسدي، عبد الحسين جاسم والفيلي، ام البنين جبار ندوش (2020) "السلوك الإبداعي وتأثيره في تعزيز البراعة التسويقية: دراسة تطبيقية لآراء عينة من الملاكات الطبية والتمريضية في مستشفى الشهيد د. فيروز العام في واسط" جامعة كربلاء، كلية الادارة والاقتصاد، المجلة العراقية للعلوم الادارية، المجلد 16 العدد 66.
3. اوامر، شيروان عمر وزانا محيد صادق وكوسرت محمد ابا بكر (2021) "دور اعادة هندسة الموارد البشرية في تحقيق الازدهار التنظيمي: دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في شركة الحياة للمشروبات الغازية والمياه المعدنية في مدينة اربيل باقليم كردستان العراق" مجلة جامعة العلوم الإنسانية، Vol.25, No.3.
4. بناي، ضياء فالح والظالمي، محمد جبار هادي (2020) "دور سلوك القيادة البارعة في تعزيز الابداع في مكان العمل: دراسة استطلاعية لعينة من التدريسين في جامعة كربلاء" جامعة النهرين، مجلة الريادة للمال والأعمال، المجلد الأول، العدد 1.
5. جليل، إيمان ماهر وعبداللطيف، طاهر نعمان (2021) "تأثير ثقافة الجودة على سلوك العمل الابداعي للعاملين" جامعة تكريت، كلية الإدارة والاقتصاد، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (71)، العدد (35)، ج 2.
6. الجميل، ريم سعد؛ الجريري، أحمد سليمان محمد (2021) "دور أبعاد الريادة الاستراتيجية في تحقيق النجاح الاستراتيجي: دراسة استطلاعية لآراء عينة من القيادات الإدارية في مديرية صحة دهوك إقليم كردستان العراق" مجلة تنمية الرافدين، المجلد 40، العدد 131.
7. جوسن، ريتشارد جيه (2021) "الامتياز في ريادة الأعمال: تحقيق الربح بأستخدام افضل الافكار التي يطرحها الخبراء" الطبعة العربية الاولى، دار الفاروق للاستثمارات الثقافية، القاهرة، مصر.
8. حامد، عادل إمام؛ خليل، حسن محمود علي؛ عابد، إيهاب لطفي عبد العال (2021) "توسيط الازدهار في العمل في العلاقة بين القيادة التمكينية وسلوك المواطن التنظيمية الموجه نحو التغيير: دراسة تطبيقية". المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، كلية التجارة، جامعة دمياط، 2 (1) ج 3، 311 - 345.
9. حسن، أحمد مرعي، الملاحسن، محمد محمود حامد (2021) "الريادة الاستراتيجية ودورها في تعزيز البراعة التسويقية: دراسة استطلاعية لآراء العاملين في معمل ألبن الموصل" تنمية الرافدين، 40 (131)، 37 - 60.
10. حسوبي، اريج نهاد، صالح، اسراء فؤاد (2021) "السلوك الابداعي وعلاقته بالقيادة الادارية لمدراء المدارس الثانوية في مديرية الكرخ الثانية في محافظة بغداد" Modern Sport Journal, Vol.20, No.4.
11. الحكيم، ليث، وعلي، أحمد (2017) الريادة الاستراتيجية وانعكاسها في تطوير المنظمات: المفوضية العليا المستقلة للانتخابات أنموذج مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الكوفة، المجلد (14)، العدد (2)، ص ص 86-47.
12. الحكيم، ليلي محسن والحسيني، محمد صادق محمد علي والشمري، احمد عبد الله امانة (2020) "دور الريادة الاستراتيجية في تعزيز مقدرات المنظمات الرشيقية: بحث استطلاعي تحليلي لآراء عينة من مديري شركات الاتصالات المتنقلة في منطقة الفرات الاوسط" كلية الادارة والاقتصاد، جامعة كربلاء، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد (34)، المجلد (9).
13. حمادي، انتصار، وسلمان، مهند (2016) توظيف عوامل النجاح الحاسمة في تحقيق الريادة الاستراتيجية- بحث ميداني في شركتي توزيع المنتجات النفطية ومصافي الوسط، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد (22)، العدد (87)، ص ص 120-146.
14. الحواجرة، كامل محمد. (2018). الدور الوسيط لقدرات ذكاء الأعمال بين الريادة التنظيمية والنجاح الاستراتيجي في الجامعات الحكومية الأردنية. المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، 3(3)، 314-444.
15. السيد، احمد محمد احمد (2021) "اثر توافر فرص التعلم المستمر على السلوك الابداعي للعاملين: دراسة ميدانية" المجلد 12، العدد 1.
16. شبان، جلال إسماعيل والمصري، نضال حمدان (2020) "دور أبعاد الريادة الاستراتيجية في تعزيز الذاكرة التنظيمية: دراسة ميدانية على شركة أوريدو فلسطين للاتصالات الخلية" مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية، Vol 28, No 2, 2020, pp 23-000.
17. شلح، فؤاد محمد محمود والمحياوي، سمرد إسماعيل خليل (2021) الريادة الاستراتيجية ودورها في تحقيق القدرة التنافسية في المنشآت الصناعية: دراسة ميدانية في شركة بشير السكسك وشركاه لصناعة الأدوات الصحية والبلاستيكية في قطاع غزة" المؤتمر العلمي الدولي الثاني والوطني الرابع - الريادة والإبداع في بناء السياسات المالية والمحاسبية في الوحدات الاقتصادية، مجلة دراسات محاسبية ومالية.
18. الشمري، احمد عبد الله امانة والمسعودي، فاطمة عبد علي سلمان ونجم، فاطمة فليح مبارك نجم (2021) "تأثير تبني السلوك الابداعي في تحقيق الاداء العالي: بحث تحليلي لآراء عينة من العاملين في مصرف الرافدين / الديوانية" جامعة كربلاء، كلية الادارة والاقتصاد، المجلة العراقية للعلوم الادارية، المجلد 17 العدد 70.
19. صابئة، ريمة وصابئة، هدى (2021) " أثر توليد المعرفة في تنمية السلوك الابداعي للعاملين: دراسة حالة مؤسسة الخزف الصحي بالمبيلية ولاية جبجل" رسالة ماستر أكاديمي في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحي جبجل.

20. ضاحي، كريم جابر (2020) "اثر الثقافة التنظيمية في تحقيق الريادة الاستراتيجية (كلية الصفوة الجامعة)" مجلة كلية الكوت الجامعة، Vol. 5, Issue 1, 5th Year.
21. طارش، محمد سعيد (2022) "الثقة التنظيمية وعلاقتها بالسموك الابداعي لدى مديري المدارس الثانوية في العراق" مركز البحوث النفسية، المجلد 33، العدد 1.
22. الطائي، يوصف حبيب سلطان والشيباني، حمزة كاطع مهدي الشيباني (2016) "تأثير تنفيذ إدارة المعرفة في تحقيق الازدهار التنظيمي: دراسة تطبيقية لعينة من شركات الاتصالات المتنقلة في الفرات الأوسط" مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، مجلد 13، العدد 40.
23. الطرفي، علاء حسين فاضل وقنديل، احمد محمد رضا والحكيم، ليلي محسن والشمرى، احمد عبد الله امانة (2019) "التأثير الوسيط للموامة الاستراتيجية في تعزيز العلاقة بين الريادة الاستراتيجية والبراعة الاستراتيجية: بحث استطلاعي تحليلي لآراء عينة من مديري شركات الاتصالات النقاله في محافظة كربلاء المقدسة" كلية الادارة والاقتصاد، جامعة كربلاء، مجلة الإدارة والاقتصاد، العدد (32)، المجلد (8).
24. عبد الحكيم ، ريموش و صلاح الدين ،بولعراوي (2016) تعزيز ثقافة الجودة و تأثيرها في السلوك الابداعي ،بحث استطلاعي لعينة من مديري شركة زين للاتصالات المتنقلة في العراق ، مجلة الجامعة العراقية 2018، المجلد 41، العدد 3، الصفحات 385-409.
25. عبد، ضرغام: (2016) أثر ممارسات القيادة الاستراتيجية في تحقيق ريادة الأعمال: دراسة استطلاعية في بعض المصارف التجارية في محافظة النجف الأشرف، مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الكوفة، العدد 313-348، صص (39).
26. عبدالعزيز، سارة احمد (2020) "دور القيادة الرؤيوية في الريادة الاستراتيجية"، رسالة ماجستير، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد.
27. عبدالله، حيدر طه (2020) "صناع المعرفة ودورهم في تحقيق الريادة الاستراتيجية : بحث استطلاعي للآراء العاملين في شركة اسيا سل في اربيل" مجلة جامعة الانبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 12 العدد 29.
28. العتيبي، دلال تركي. (2020). الريادة الاستراتيجية لتحسين الأداء المؤسسي في الإدارات التعليمية السعودية. مكتبة الرشد: الرياض.
29. عطا، حنين خلدون (2022) "تأثير ادارة الموهبة في تحقيق الريادة الاستراتيجية دراسة تطبيقية على - منتسبي مديرية تربية الرصافة /1" الجامعة المستنصرية، مجلة الادارة والاقتصاد، العدد 132، الصفحات : 89-110.
30. العطار، فؤاد حمودي والغنيماوي، حازم ربح نجم وكاطم، جاسم راهي (2020)، "القيادة الذكية ودورها في تحقيق الازدهار التنظيمي: دراسة تحليلية في دائرة صحة واسط"، مجلة واسط للعلوم الانسانية، المجلد (16)، العدد (45).
31. علي، ديار عمران وسلمان، سعدون محسن (2022) "تحليل العلاقة بين ممارسات إدارة الموارد البشرية والسلوك الابداعي للعاملين: بحث تحليلي في وزارة العلوم والتكنولوجيا" - Tikrit Journal of Administration and Economics Sciences, Vol. 18, No. 57, Part (3): 70-83.
32. علي، نادية حسن. (2020). الريادة الاستراتيجية مدخل لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة في المؤسسات التعليمية: دراسة تحليلية مجلة مستقبل التربية العربية، 27(125)، 85- 118.
33. عمير، عراك عبود، (2019)، "دور المرونة التنظيمية في تحقيق الازدهار التنظيمي: بحث ميداني في عينة من شركات الاتصالات الخلوية العراقية"، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد (25)، العدد (114).
34. الغامدي، عزيزة محمد علي (2021) "تفعيل الريادة الاستراتيجية في ادارات التعليم بالمملكة العربية السعودية في ضوء التجارب العالمية: تصور مقترح" المجلة العلمية لكلية التربية جامعة اسيوط، المجلد 37، العدد 2.
35. الفتلاوي، حسين بشير والشمرى، احمد عبد الله امانة (2022) "تأثير تبني سلوكيات العمل الاستباقية في تحقيق الريادة الاستراتيجية" مجلة الريادة للمال والأعمال، المجلد الثالث، العدد 2.
36. القرغولي، حسين علي عبد الله والحكيم، ليلي محسن والشمرى، احمد عبد الله امانة (2020) "دور القيادة الريادية في تعزيز سلوك العمل الابداعي للعاملين: دراسة استطلاعية تحليلية لآراء عينة من موظفي الكليات الاهلية في محافظة كربلاء المقدسة" جامعة كربلاء، كلية الادارة والاقتصاد، المجلة العراقية للعلوم الادارية، المجلد 16 العدد 66.
37. ماجد، زيد حيدر ومحمد، اثير عبدالله (2020) "التأثير الوسيط للمناخ الابداعي التنظيمي في تحسين العلاقة بين ممارسات تطوير
38. محمد، علي احمد والحمد، علاء دحام (2020) "الريادة الاستراتيجية ودورها في الاداء التسويقي" Journal of Economics and Administrative Sciences Vol.26 (NO. 124), pp. 255-275
39. محمد، يزن سالم، (2020)، "دور سمعة المنظمة في العلاقة بين القيادة الفاضلة والازدهار التنظيمي: بحث تحليلي لآراء عينة من العاملين في العتبة الحسينية المقدسة"، المجلة العراقية للعلوم الإدارية، المجلد (15)، العدد (60).
40. المعموري، قاسم حاجم صاحب (2021) "تأثير الريادة الاستراتيجية في تعزيز القدرات التنافسية المستدامة للشركات الصناعية: دراسة تطبيقية في الشركة العامة لصناعة السمنت الجنوبية/معمل سمنت الكوفة" عدد خاص للمؤتمر العلمي الدولي الاول ، اكااديمية الوارث العلمية، مجلد 3.
41. الموهبة والاداء التنظيمي: دراسة استطلاعية في هيئة البحث والتطوير الصناعي/ وزارة الصناعة والمعادن" Journal of Economics and Administrative Sciences, Vol.26, (NO. 124), pp.183-213
42. ناجي، هالة تركي (2020) "الدور الوسيط لنظم العمل عالية الاداء بين ادارة الاحتواء العالي والريادة الاستراتيجية: بحث تطبيقي في شركة ديبالي العامة للصناعات الكهربائية"، اطروحة دكتوراه، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد.
43. ناجي، هالة تركي والزبيدي، غني دحام (2020) "الدور التفاعلي لنظم العمل عالي الأداء في العلاقة بين ممارسات إدارة الاحتواء العالي والريادة الاستراتيجية: دراسة حالة في شركة ديبالي العامة" Journal of Economics and Administrative Sciences Vol.26 (NO. 124) 2020, pp. 77-92
44. نايف، باسم فيصل عبد (2020) "الريادية الاستراتيجية واثرها في النجاح الاستراتيجي: دراسة استطلاعية لآراء عينة من مديري شركة زين للاتصالات المتنقلة في العراق" مجلة جامعة الانبار للعلوم الاقتصادية والإدارية، المجلد 12 العدد 31.
45. النصور، بلال هاشم والخزارية، عبد الحميد (2021) "ريادة الاعمال" الطبعة الاولى، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الاردن.
46. ولي، أحلام إبراهيم وحمد، دهام صابر (2021) "دور ممارسات إدارة الموارد البشرية الخضراء في تعزيز الريادة الاستراتيجية: دراسة تحليلية لآراء أعضاء مجالس الكليات في الجامعات الخاصة في مدينة أربيل" جامعة تكريت، كلية الإدارة والاقتصاد، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد 71، العدد 55، ج 7.

47. يوسف، سناء خضر (2021) " سلوك المواطنة التنظيمية ودوره في تحقق الازدهار التنظيمي: دراسة تحليلية لاراء عينة من تدريسي كلية النور الجامعة الاهلية" مجلة دنانير، العدد 22.

ثانياً: المصادر الاجنبية

1. Abesi, Mohammadi & Shafieepur, W. (2013) "The role of Organizational agility capabilities in the successful performance of the national production" World of Sciences Journal (03), ISSN: 2307-3071.
2. Al. Khalifah, Bashayer. (2014). Entrepreneurial leadership in Kuwaiti Privates Firms, thesis, Doctor of business management, University of Sterling.
3. Alyasiry, Akarm & Jasim Rahi Kadim, Haidar Fadel Abbas (2019) "Strategic Ambidexterity and Its Impact on Organizational Prosperity" International Academic Institute for Science and Technology, International Academic Journal of Economics, Vol. 6, No. 1, 2019, pp. 1-16, ISSN 2454-2474.
4. Anurag Pahuja, Rinku Sanjeev, Introduction to Entrepreneurship 2015.
5. Bannay, Dheyaa Falih, Hadi, Mohammed Jabbar and Amanah, Ahmed Abdullah (2020) "The impact of inclusive leadership behaviors on innovative workplace behavior with an emphasis on the mediating role of work engagement", Problems and Perspectives in Management, 18(3), 479-491. doi:10.21511/ppm.18(3).2020.39
6. Baron, R. & Kenny, D. (1986) "The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations" Journal of Personality and Social Psychology, Vol. 51, No. 6, pp. 1173-1182.
7. Campo, S., Díaz, A. M., & Yagüe, M. J. (2014) Hotel innovation and performance in times of crisis, International Journal of Contemporary Hospitality Management.
8. Clup & Young (2012) "Ranking the Intellectual Capital Components Using Fuzzy TOPSIS Technique" Case Study: An Iranian Company Journal Of Basic & Applied VOL (2) NO. 10, PP : 10360-10368.
9. Cohen, J., and Cohen, P. (1983). Applied Multiple Regression/ Correlation Analysis for the Behavioral Sciences (2nd ed.). New York: Lawrence Erlbaum Associates.
10. Davey, A. & Sanders (2011) "Serial strategic innovation and sustainable competitive advantage a longitudinal case study" Journal of Case Research in Business and Economics, PP: 1- 19.
11. Dewberry, C. (2004) "Statistical Methods for Organizational Research: Theory and practice", First published, Published in the Taylor & France.
12. El Talla, S. A., Abu-Naser, S. S., Abu Amuna, Y. M., & Al Shobaki, M. J. (2017) The Creative Environment and Its Relationship to the Lean Management of Technical Colleges Operating in Gaza Strip.
13. Fayyad, Noora Razaq Abdul-Hussein, and Abood, Zainab Abd Uirazaq (2020) "The Modified Role of Organizational Justice in The Relationship Between Job Hypocrisy and Organizational Prosperity" Productivity management, 25(5), GITO Verlag, P. 1241-1260, ISSN 1868-8519.
14. Gandotr, F. (2010) " Innovation Culture For Sustainable Competitive Advantage" Volume 1, Issue , ISSN: 2229-4104.
15. Ghorbanzide & Asgari A. (2013) " Investigation of Relationship between Motivational Factors and Teachers' Creativity of Secondary Schools, Rasht City, Iran "International Research Journal Of Applied & Basic Sciences , VOL (4) NO, 5, PP . 186-1091.
16. Hitt, Michael A., et al. (2011) "Strategic entrepreneurship: creating value for individuals, organizations, and society", Academy of management perspectives 25.2 : 59.
17. Imeache, Izza & Nacer (2012) "An Enterprise Information System Agility Assessment Model" COMSYS, Vol.(9), No. 1, PP. 107-133.
18. Ireland, R. D., & Webb, J. W. (2007) "Strategic entrepreneurship: Creating competitive advantage through streams of innovation", Business Horizons, 50(1), p: 49-59 .
19. Jafari, Pour, & Maleki (2014) "A Combined Model for Sustainable Competitive Advantage Based on knowledge Management, Organizational Innovation and Agility" Applied mathematics.
20. Jong, Jeroen De and Hartog, Deanne Den .(2010). Measuring Innovative work Behavior", measuring innovative work behavior, 19(1).
21. Joseph L. Rotman, (2010), "Today's Innovation, Tomorrow's Prosperity, Task Forces on Competitiveness, Productivity and Economic Progress", 9th annual Report, November, 2010.
22. Kroes, Bouke .(2015). The relationship between Transformational Leadership and Innovative work Behavior: The role of Self-Efficacy and the effect of perceived Organizational Support on Innovative work Behavior, Thesis for master, human resource studies faculty of social and behavioral sciences.
23. Legzian, Mohammad, Abadi Foroozeh Abbas, Marayam Foturehchi, & Ehsan Namdarjoyami, (2015), "Investigation of the Relationship Between Organizational Trust and Organizational Prosperity: A case

- Study of Office and Medical Staff at Taleghani Hospital in Mashhad City" · International Journal of Review in Life Sciences, Vol.5, No.3, PP.1292-1300.
24. Luthans F. & Doh, P. Jonathan, (2012). International Management: Culture, Strategy, and Behavior, 8 Ed., Published by McGraw- Hill.
 25. Lyver, Maurice, and Ta-Jung Lu, (2018) "Sustaining innovation performance in SMEs: Exploring the roles of strategic entrepreneurship and IT capabilities", Sustainability 10.2 : 20.
 26. Martin, J. (2010)"Today's Innovation Tomorrow's Prosperity Task Force on Competitiveness, Productivity and Economic Progress Ninth Annual Report, NovemBer2010, Copyright .
 27. Mezeal, A.& Ahmad (2011)"The Relationship between Intellectual capital and Business Performance: An empirical study in Iraqi industry" Conference on Management and Artificial Intelligence IPEDR VOL.(6) , PP.104-106.
 28. Mokaya, S. (2012). Corporate Entrepreneurship and Organizational Performance, International Journal of Art and Commerce, 1(4) 133 – 143.
 29. Oukes, T. (2010). Innovative work behavior: A case study at a tire manufacturer. Bachelor thesis, University of Twente.
 30. Preacher, K. J., & Leonardelli, G. J. (2001). Calculation for the Sobel test: An interactive calculation tool for mediation tests. <http://quantrm2.psy.ohio-state.edu/kris/sobel/sobel.htm>.
 31. Preacher, K. J., & Leonardelli, G. J. (2010) "Calculation for the Sobel Test: An Interactive Calculation Tool for Mediation Tests", Online software, Zugriff untar, <http://www.people.ku.edu/~preacher/sobel/sobel.htm>.
 32. Pukiene, Aiste .(2016). Innovative work Behavior – The role of Human Resource Management and Affective Commitment , Thesis for Master, University Management and Economics.
 33. Sobel, M. E. (1982). Asymptotic intervals for indirect effects in structural equations models. In S. Leinhardt (Ed.), Sociological methodology 1982 (pp.290-312). San Francisco: Jossey-Bass.

The role of the ethical climate in enhancing organizational an exploratory study of the opinions of a sample reputation of doctors and patients admitted to Salah El-Din General Hospital

أ.د ناجي عبد الستار محمود²
Prof. D.Naji Abdulsattar Mahmood2
كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة تكريت، العراق 2
College of Administration and Economics,
University of Tikrit, Iraq
Naje.abdulsattar@tu.edu.iq

مصطفى مؤيد عبد الوهاب¹
Mustafa Muayed Abdulwahhab1
كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة تكريت، العراق 1
College of Administration and Economics,
University of Tikrit, Iraq
cade.2021.55@st.tu.edu.iq

المستخلص:

لعل من الأمور المهمة التي تحدد مدى قدرة المنظمات في القطاع الصحي على البقاء في عالم الاعمال، والمحافظة على مركزها في السوق في ظل تحديات العصر، هو مدى قدرتها في المحافظة على الانطباعات والتصورات الإيجابية لأصحاب المصلحة تجاه ما تقدمه من منتجات خلال فترة زمنية معينة، ولعل ذلك مرهون بوجود قيادة تتبنى سلوكيات أخلاقية من شأنها ان ترسخ وتشكل مناخاً تنظيمياً تسوده القيم الاخلاقية، لذا هدفت الدراسة بشكل رئيسي الى تحديد طبيعة العلاقة لتأثير المتغير المستقل (المناخ الاخلاقي) في المتغير المعتمد (السمعة التنظيمية) في مستشفى صلاح الدين العام، وتمثلت مشكلة الدراسة بالتساؤل الرئيسي والذي مفاده ما دور المناخ الاخلاقي في تعزيز السمعة التنظيمية؟ ولقد اعتمدت الدراسة المنهج (الوصفي-التحليلي) بغية تفسير وتحليل البيانات المستخدمة، كما اتخذت من الاستبانة كأداة لجمع البيانات ذات الصلة بعينة البحث، ولكي تحقق أهدافها، وتقدم إجابات دقيقة لتساؤلاتها، فقد تم توزيع (142) استبانة بالطريقة العشوائية على الأطباء والمرضى الراقدين في المستشفى عينة البحث، وقد استردت منها (97)، وكان عدد الصالحة للتحليل الاحصائي (75) استبانة. وتوصلت الدراسة الى مجموعة من الاستنتاجات ولعل من أبرزها: وجود تأثير مباشر للمناخ الاخلاقي في تعزيز السمعة التنظيمية، فضلاً عن وجود علاقة ارتباط بين المناخ الأخلاقي السائد في المنظمة والسمعة التنظيمية من وجهة نظر افراد العينة في المستشفى عينة البحث وفي ضوء هذه الاستنتاجات حددت الدراسة مجموعة من التوصيات التي تعد بمثابة حلولاً واقعية لمشكلة الدراسة ولعل في مقدمتها: ضرورة اهتمام قيادات المستشفى عينة البحث بإيجاد مناخ عمل تسوده القيم الأخلاقية من خلال تبني الممارسات والسلوكيات الاخلاقية، والذي ينعكس إيجاباً في تعزيز السمعة التنظيمية.

الكلمات المفتاحية: المناخ الاخلاقي، السمعة التنظيمية.

Abstract:

Perhaps one of the important things that determines the extent to which organizations in the health sector are able to survive in the business world, and maintain their position in the market in light of the challenges of the times, is the extent of their ability to maintain the positive impressions and perceptions of stakeholders towards the products they offer during a certain period of time. This depends on the existence of a leadership that adopts ethical behaviors that would establish and form an organizational climate dominated by ethical values, so the study aimed mainly to determine the nature of the relationship to the influence of the independent variable (ethical climate) on the approved variable (organizational reputation) in Salah al-Din General Hospital, and the problem of the study was The main question, which is what is the role of the ethical climate in enhancing organizational reputation? The study adopted the (descriptive-analytical) approach in order to interpret and analyze the data used. It also took the questionnaire as a tool for collecting data related to the sample studied, and in order to achieve its objectives, and provide accurate answers to its questions, (142) questionnaires were distributed in a random way to doctors and patients in the hospital. The surveyed hospital, from

which (97) were recovered, and the number of questionnaires valid for statistical analysis was (75).

The study reached a set of conclusions, perhaps the most prominent of which are: the existence of a direct effect of the ethical climate in enhancing the organizational reputation, as well as the existence of a correlation relationship between the moral climate prevailing in the organization and the organizational reputation from the point of view of the sample members in the hospital in question. In light of these conclusions, the study identified a set of recommendations Which are realistic solutions to the problem of the study, and perhaps in the forefront: the necessity of the hospital leaders in question to pay attention to creating a work climate in which moral values prevail through the adoption of ethical practices and behaviors, which is positively reflected in strengthening the organizational reputation.

Keywords: ethical climate, organizational repu

1. المقدمة

في ظل الاضطراب المستمر الذي تشهده بيئة الاعمال، الذي ينتج عن التغييرات التكنولوجية والاقتصادية والسياسية، فضلاً عن احتدام المنافسة، كانت ولا زالت منظمات الاعمال بشكل عام ومنظمات القطاع الحكومي على وجه الخصوص تجتهد في سبيل مواكبة هذه التغييرات، من خلال العمل على تهيئة او تكوين مناخ عمل تسوده القيم والسلوكيات الأخلاقية داخل المنظمة والذي ينعكس في سلوكيات المرؤوسين، الا انه لايزال هنالك من التحديات ما يؤثر في سمعتها التنظيمية والتي يُعبر عنها بانطباعات او تصورات أصحاب المصلحة عن المنظمة وخدماتها وابتكاراتها، وموقفها القانوني تجاه المجتمع والبيئة خلال مدة من الزمن، ولعل من ابرز تلك التحديات واهمها الممارسات غير المسؤولة لبعض قادة تلك المنظمات والتي تنعكس نتائجها في سلوكيات المرؤوسين، وفي ظل سياق سعي المنظمات لتجاوز هذه التحديات، وتعزيز سمعتها التنظيمية او المحافظة عليها بأقل تقدير، بغية الحفاظ على مكانتها وصورتها لدى أصحاب المصلحة بشكل عام والمستفيدين من خدماتها بشكل خاص، لا بد عليها من تشكيل مناخ أخلاقي بغية رفع قدراتها في مواجهة تلك التحديات والضغوط الخارجية التي تفرض عليها من الزبائن او القوانين او المنظمات او المجتمع، اما هيكلية البحث فقد تضمنت خمسة أجزاء رئيسية، تمثل الجزء الأول بالمنهجية، في حين تناول الجزء الثاني الاطار النظري للبحث، وخصص الجزء الثالث منه للاطار الميداني، اما الجزء الأخير فاشتمل على مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات التي بنيت في ضوء نتائج الاطار الميداني التي تم التوصل اليها.

2. المنهجية

2.1 مشكلة الدراسة:

تواجه المنظمات الصحية الحكومية كغيرها من منظمات القطاع العام كنتيجة للظروف الصعبة التي كان ولا يزال يمر بها العراق كنتيجة للتحديات الاقتصادية والمالية والأمنية، ناهيك عن انتشار افة الفساد المالي والاداري والمحسوبية، فضلاً عن هيمنة البيروقراطية التقليدية على أسلوب الإدارة والهيكل التنظيمية غير المرنة، والتي ساهمت مجتمعة بالتأثير في جودة الخدمات الصحية المقدمة الى المرضى وادائها بشكل عام (Al Halbusi, et al., 2022:4-5)، مما انعكس سلباً على انطباعات افراد المجتمع تجاه سمعتها التنظيمية، وهذا ما تم ملاحظته بالفعل من خلال توجه المرضى إلى المستشفيات الأهلية تارة أو السفر خارج البلد تارة أخرى، وما يعزز الكلام أعلاه نتائج التقرير الذي تعده منظمة الشفافية العالمية بخصوص مدركات الفساد لـ(180) دولة يشملها التقرير، إذ وضعت العراق في الترتيب (157) عالمياً (تقرير منظمة الشفافية الدولية، 2021: 3)، وهذا في حقيقة الأمر بات يمثل مشكلة واقعية يعيشها المجتمع وتحدياً كبيراً أمام إدارات تلك المنظمات، وفي ضوء ما تقدم تتمحور مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي الذي مفاده (ما هو دور المناخ الاخلاقي في تعزيز السمعة التنظيمية للمستشفى عينة البحث؟) وتنبثق من التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية الاتية.

- 1- ما مدى توافر المناخ الاخلاقي في المستشفى عينة البحث؟
- 2- ما هو مستوى السمعة التنظيمية للمستشفى عينة البحث من وجهة نظر المرضى الراقدين فيها؟
- 3- هل توجد علاقات ارتباط بين المناخ الأخلاقي والسمعة التنظيمية في المستشفى عينة البحث؟
- 4- هل توجد علاقات تأثير للمناخ الأخلاقي في السمعة التنظيمية في المستشفى عينة البحث؟

2.2 أهمية البحث:

وتتلخص أهمية البحث بالنقاط الآتية:

- أ- تتجلى أهمية البحث من خلال اختياره لميدان له تأثيره وصلته المباشرة في حياة المجتمع بالإضافة الى تناوله متغيرات مرتبطة ببقاء وديمومة منظمات الاعمال.
- ب- التعامل مع متغيرين مهمين في تحديد نجاح واستمرار وديمومة المنظمات، تمثلها بالمناخ الاخلاقي والسمعة التنظيمية، حيث أن الارتباط بينهم له دور فعال في القدرة على النجاح والبقاء.
- ت- تقديم الأسس العلمية السليمة التي يمكن أن يستفيد منها ميدان الدراسة ومجتمعها في وضع استراتيجيات جديدة وترسيخ مناخ اخلاقي تسوده العدالة التنظيمية والسلوكيات الفاضلة، بغية المساهمة في تعزيز السمعة التنظيمية للمستشفى عينة البحث من وجهة نظر المرضى الراقدين.

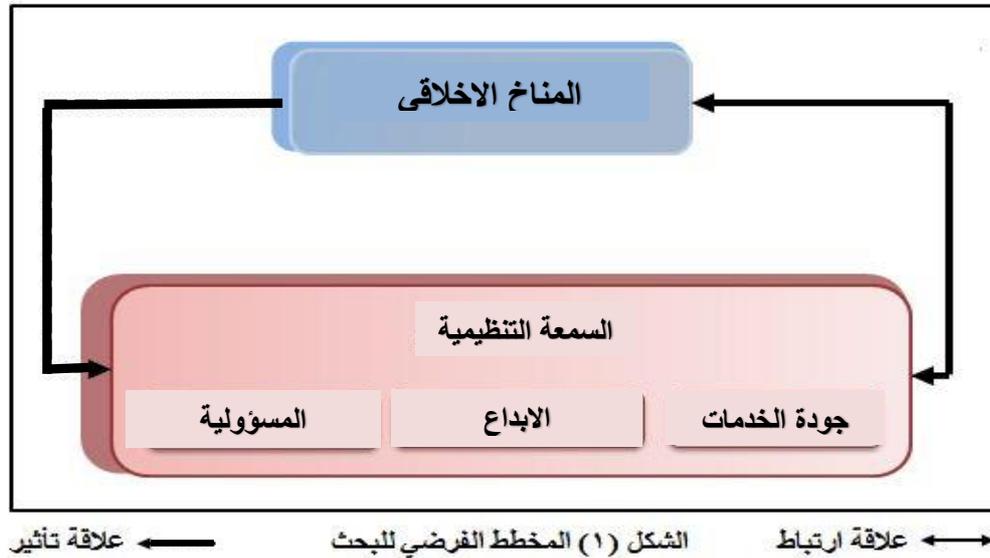
2.3 اهداف البحث:

- يهدف البحث الحالي بشكل رئيس الى معرفة دور المناخ الاخلاقي في تعزيز السمعة التنظيمية في المستشفى عينة البحث، وينبثق عن هذا الهدف الرئيس عددا من الاهداف الفرعية والتي تتمثل بالآتي:
- 1- تحديد مدى توافر المناخ الاخلاقي في المستشفى عينة البحث.
 - 2- التعرف على مستوى السمعة التنظيمية للمستشفى عينة البحث من وجهة نظر المرضى الراقدين فيها.
 - 3- التعرف على مدى وجود علاقات ارتباط بين متغيرات البحث في المستشفى عينة البحث.
 - 4- التوصل الى مدى وجود علاقات تأثير معنوية بين متغيرات الدراسة في المستشفى عينة البحث.
 - 5- تقديم مجموعة من المقترحات والتوصيات للمستشفى عينة البحث بناء على النتائج المستخرجة، بغية توسيع المعرفة بدور المناخ الاخلاقي في تعزيز السمعة التنظيمية للمستشفى عينة البحث.

2.4 مخطط وفرضيات البحث:

أ- المخطط الفرضي للبحث:

اطارها النظري ومضامينها الميدانية اولا وتحليل العلاقة السببية بين المتغيرات المكونة للمخطط، ولقد تناول البحث الحالي المناخ الاخلاقي على المستوى الكلي، بينما تناول دراسة (الشامي: 2020) كأنموذج لاختيار ابعاد السمعة التنظيمية، وكما في الشكل (1)



ب- فرضيات البحث:

الفرضية الأولى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين المناخ الاخلاقي والسمعة التنظيمية عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$.

الفرضية الثانية: توجد علاقة تأثير مباشرة ذات دلالة احصائية للمناخ الاخلاقي على السمعة التنظيمية عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$.

2.5 منهج واداة البحث:

اعتمد الباحث في إتمام البحث المنهج (الوصفي- التحليلي) والذي يعرف بانه محاولة الوصول بدقة الى معرفة عناصر ظاهرة قائمة على المشكلة، ومن ثم تحليلها وكشف عن العلاقة والتأثير بين متغيراتها؛ بهدف تفسيرها والوصول الى استنتاجات عامة تسهم في فهم الحاضر وتشخيص الواقع، فضلاً عن ملائمة هذا المنهج لطبيعة وأهداف البحث (العساف، 1996، 27)، فمن الجانب النظري اطلع الباحث على الدراسات والبحوث العربية والأجنبية، من اجل اغناء البحث وتأطيره نظرياً، اما بخصوص الجانب التحليلي حيث عمد الباحث الى تصميم أداة رئيسة لغرض جمع البيانات (استبانة) تتضمن عدداً من الأسئلة لغرض الإجابة عليها من قبل الافراد المبحوثين، ومن ثم اختبار مدى صحة الفرضيات المصاغة للبحث، ويوضح الجدول (1) توزيع ابعاد وفقرات متغيرات البحث.

الجدول (1) توزيع ابعاد وفقرات متغيرات البحث الرئيسية

ت	المتغيرات الرئيسية	الابعاد الفرعية	عدد الفقرات	ترتيب الفقرات	المصادر
1	المناخ الاخلاقي		7	(7-1)	بتصرف الباحث عن المصادر الآتية: (الدجاني: 2018) (عمر: 2020)

بتصرف الباحث عن المصادر الآتية: (الشامي:2021) (الزبيدي والغزوي:2021) (Khan, et al.2021)	(7-1)	7	جودة الخدمة	السمعة التنظيمية	2
	(14-8)	7	الابداع		
	(21-15)	7	المسؤولية الاجتماعية		
	28		المجموع الكلي للفقرات		

المصدر: من إعداد الباحث استناداً على مضمون استمارات الاستبانة.
2.6 وصف مجتمع البحث وعينته:

في ضوء المبررات التي تم تناولها ووصولاً إلى اختبار الفرضيات احصائياً وتحقيقاً لأهداف البحث، فلقد اتخذ البحث من الأطباء العاملين في (مستشفى صلاح الدين العام) والبالغ عددهم (80) طبيباً من هم بصفة (مقيم دوري، مقيم أقدم، اختصاصي، استشاري) لقياس المتغير المستقل (المناخ الاخلاقي)، اما فيما يخص متغير السمعة التنظيمية فلقد تم تناوله من وجهة نظر المرضى الراقيدين في المستشفى عينة البحث، والبالغ عددهم (95) مريضاً خلال مدة البحث، إذ إن توفر المناخ الأخلاقي في المستشفى عينة البحث لا بد إن تكون دالة محصلتها النهائية رضى المرضى الأمر الذي سيقود كنتيجة حتمية إلى تعزيز السمعة التنظيمية.

وتم تحديد حجم عينة الدراسة من الأطباء والمرضى الراقيدين بطريقة العينة العشوائية (Krejcie&Morgan,1970:608)، إذ بلغ حجمها (66) طبيباً و(76) مريضاً، إذ قام الباحث بتوزيع (142) استبانة على الافراد المبحوثين في كلتا العينتين وتم استعادة ما مجموعه (97) استبانة، لكن بعد الفرز والتفريغ للاستبانات تبين إن هنالك (75) استبانة فقط تصلح للتحليل الاحصائي، وكما موضح في الجدول (2).

الجدول (2) توزيع الاستبانات على الأفراد المبحوثين

وصف العينة	المجتمع	عدد الاستبانات الموزعة	عدد الاستبانات المستردة	عدد الاستبانات الصالحة للتحليل	نسبة الاستبانات المستردة الى الموزعة %	نسبة الاستبانات الصالحة للتحليل الى الموزعة %
الأطباء	80	66	44	35	%66	%53
المرضى الراقيدين	95	76	53	40	%70	%53
المجموع	175	142	97	75	%68	%53

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على الاستبانات الموزعة.

3. الإطار النظري للمناخ الأخلاقي:

3.1 المفهوم:

ويعرف المناخ الأخلاقي بأنه قوة اجتماعية غير مرئية يمكنها تحريك الافراد في منظمة ما للقيام بأنشطة العمل، إذ يدعم المناخ الأخلاقي أهداف المنظمة، ويلعب دوراً مهماً في إدارة المنظمة لأنه يمثل المعنى الحقيقي للعيش معاً في المنظمة (Novitasari, et al., 2022:301-300)، او هو "بيئة عمل تمثل التداعيات الأخلاقية لاستراتيجيات المنظمة أو عملياتها أو سلوكياتها" ويضيف المناخ الأخلاقي معنى إلى تصورات العاملين بأن منظمتهم تقدر افرادها، في حين يؤكد باحثون آخرون بأنه يضيف ايضاً معنى لتصورات العاملين تجاه قواعد ولوائح المنظمة خلال تنفيذ سلوكياتهم كما ويشعرون بغياب الصراع فيما بينهم (Ayub, et al., 2022:3)، وهنالك من يرى بان المناخ الأخلاقي هو توقعات المنظمة وقواعدها وممارساتها وإجراءاتها، مما

يساعد المرؤوسين في التعرف على المشكلات الأخلاقية وحلها بنجاح، إذ يعتمدون عليه كأداة لتأطير عمليات صنع القرار اليومية، فهو بمثابة منارة تشع في الظلام وتوجههم لتحقيق الأعمال بالشكل المطلوب (Al Halbusi, et al., 2022:6).

3.2 الأهمية:

ويرى (Saranee, 2022:18-17) بان للمناخ الأخلاقي دوراً بارزاً في تشكيل ما يسمى "بالمنظمة السعيدة" والتي تتميز برغبة قوية للعاملين فيها بالعمل مع زملائهم الآخرين، فضلاً عن تولد شعوراً لديهم بالتقدير أو الرضا الداخلي عندما يقدمون خدمات أو أعمال جيدة للمستفيدين من خدماتهم، والذي بدوره سيرفع من قيمة الخدمات التي تقدمها تلك المنظمة، ويعد أيضاً أحد أهم الأمور التي تلعب دوراً في الحد من ظاهرة الصمت التنظيمي لدى المرؤوسين في بيئة العمل، (Zahrani, 2022 :201)، كما يلعب المناخ الأخلاقي دوراً في اضعاف آثار غموض الدور بين الموظفين، ويقلص من تضارب الأدوار الذي ينظر إليه على أنه تجاوز الحدود، ويحدث هذا عندما يتعين على العاملين تلبية توقعات الزبائن من جهة، بينما يتعين عليهم في نفس الوقت زيادة الأرباح، وهذا أصبح أساساً لزيادة الإجهاد الوظيفي (Ayub, et al., 2022:3).

3.3 الأنواع:

حددها (امينة والعربي، 2019: 106) بالآتي:

- 1- **مناخ الرعاية:** وهو المناخ ذات الصلة بالرعاية والاهتمام بمصالح جميع اصحاب المصلحة بالمنظمة من العاملين والمجتمع والمراجعين، اي بمعنى اخر عدم تقديم المصالح الذاتية على المصلحة العامة للمنظمة والآخرين، بل رعاية مصالح الجميع والسعي لتحقيقها وعدم الاضرار بها.
- 2- **المناخ القانوني:** ويستند هذا النمط على القوانين والمبادئ والقيم والشرائع السماوية ومعايير السلوك الاخلاقية للمهن او المعاهدات العالمية، وتعتبر بمثابة مرجع وموجه للموظفين العاملين في المنظمة عند اتخاذ القرارات التي ذات الصلة او التي تمس الجانب الاخلاقي.
- 3- **المناخ المهني:** ويستند هذا النمط على القوانين والقواعد واللوائح المحلية، اي ضمن نطاق المنظمة وذات الصلة بالمهنة، والتي قد تضعها الادارة العليا لتوجيه سلوك افرادها بما يتفق مع رؤيتها ومبادئها واهدافها او قد تضعها الحكومات كأعداد لوائح ومدونات السلوك الوظيفية والاخلاقية.
- 4- **المناخ الذاتي:** ويرتكز هذا النمط على مفهوم تحقيق تقديم وتغليب المصلحة الذاتية للأفراد على مصالح الآخرين اي مناخ تسوده الانانية والمصالح الشخصية، وينسبون النجاح المتحقق الى العوامل الشخصية وليس الى اي عوامل اخرى خارجية.
- 5- **المناخ الاستقلالي:** ويعتمد هذا النمط على منح الاستقلالية والحرية والحكم الشخصي للأفراد العاملين في المنظمة لتحديد ما هو خاطئ وما هو صائب في قراراتهم استناداً على ما يحملونه من المبادئ والقيم الاخلاقية.

4. الإطار النظري للسمعة التنظيمية:

4.1 المفهوم:

ان الدراسات والبحوث ذات الصلة بالسمعة التنظيمية تعتبر حديثة العهد، فلم تظهر حتى مطلع الالفية الثالثة، حيث برز فيها الاهتمام بمفهوم السمعة التنظيمية لمؤسسات القطاع الحكومي على اعتبار انها تعكس وتعبّر عن الاداء الحكومي (الشامي، 2020: 14-15)، و يعدّها (الصالح، 2019: 55) مفهوم متعدد الأبعاد، يتضمن عدداً من المكونات والتي تتشكل بالاعتماد على

المدرجات، حيث انها تعكس افعالها وإجراءاتها لفترات زمنية سابقة والتي تترك الاثر الواضح في توقعات عملائها مستقبلاً، فيما يتعلق بجودة خدماتها او منتجاتها، ويرى (مصطفى، 2021: 27) بانها هوية ورؤى وصور عالققة في اذهان الافراد العاملين في المنظمة وزبائنها وجميع أصحاب المصلحة، والتي تنشأ من التفاضل الحاصل بين إدارة المنظمة والعاملين فيها، فضلاً عن توظيف ما لديهم من قدرات إبداعية لتطوير العمل والمساهمة في المبادرات الاجتماعية، الامر الذي يجعل من المنظمة مسؤولة اجتماعياً، ووصفها (Fauzan,2022:31) نتاج ناشئ عن الاحداث والمواقف والتجارب الحقيقية التي تمت مواجهتها فعلاً من قبل أصحاب المصلحة خلال مدة من الزمن، او هي تلخيص لأنشطة الأداء السابقة للمنظمة.

4.2 الأهمية:

ان سمعة المنظمة تعد أمراً ذا اهمية كبرى، ولعل مرد ذلك الى تأثيرها الكبير على تصورات او انطباعات جميع اصحاب المصلحة ذوي الصلة بالمنظمة، سواء في داخل المنظمة كالموظفين او خارجها كالزبائن وأصحاب المصلحة بشكل عام، ولقد حددت تلك الأهمية بالآتي: (Fauzan,2022:33) و (النجار، 2018: 30)

- تلعب دوراً متميزاً وفعالاً في تعزيز الثقة لدى الجمهور بما تقدمه المنظمة من خدمات، وذلك من خلال نشر الزبائن لتجاربههم وتعاملاتهم الحقيقية مع المنظمة او ما يسمى بكلمة الفم الطيبة في وسائل التواصل الاجتماعي مما يترك أثراً في ترسيخ الصورة الذهنية الإيجابية عن المنظمة لدى جمهورها.
- تعد مؤشراً تستطيع المنظمة من خلاله تشخيص مواطن القوة وتعمل على تعزيزها، وتحديد مواطن الضعف والخلل ومحاولة تقليصها قدر الإمكان.
- تساهم في اعطاء زبائن المنظمة وموظفيها ومورديها ثقة عالية بما تقدمه من خدمات او سلع.

4.3 الابعاد:

تناول الباحثون والدراسات العلمية ابعاداً مختلفة ومتنوعة ذات صلة بمفهوم السمعة التنظيمية، ولعل سبب ذلك، هو نتيجة الاختلافات في طبيعة تلك الدراسات والبحوث ومجالات تطبيقها، ولكن في البحث الحالي سوف يتم تناول الابعاد الثلاثة الاساسية (جودة الخدمة، الابداع، المسؤولية الاجتماعية) وفقاً لنموذج (الشامي:2020) وكما يلي:

أ- **جودة الخدمة:** وصفت بانها قدرة المنظمات على تعزيز ثقة وولاء زبائنها بها، او هي حالة الرضا التي يشعر بها الزبائن عما تقدمه المنظمة من خدمات، والذي يتحقق من خلال تلبية حاجاتهم وتوقعاتهم او تجاوزها بالاعتماد على مجموعة من الاستراتيجيات والاليات المعتمدة، التي يكون هدفها الرئيس هو ارضاء الزبائن من خلال منح الخدمة قيمة أكبر من المتوقع (الظالمي، 2016: 16)، وفضلاً عن ذلك فهناك من وصفها بانها عملية تسعى الى ادخال تحسينات في منتجات المنظمة بهدف الوصول الى اشباع حاجات المستفيدين او التفوق عليها، فضلاً عن ادخال تحسينات في ظروف الافراد العاملين والتي ستعكس بصورة مباشرة على اسلوب تقديمهم للخدمات الى المستفيدين وبالتالي تغيير تصوراتهم عن المنظمة (سعود واخرون، 2020: 347)، وهنالك من يشير الى ان الجودة للمنتجات تعد من السمات الاساسية والمهمة التي تتشكل منها السمعة التنظيمية، وعلى وجه الخصوص عندما نريد قياسها من وجهة نظر المستفيدين منها، فوجود قيادة تتبنى رؤية استراتيجية واضحة وداعمة لتقديم خدمات ذات جودة عالية من خلال تأثيرها على القوى العاملة التي تكون على تماس مع المستفيدين، سوف يساهم بالمحصلة النهائية في تحسين سمعة المنظمة امام جمهورها (الجابري، 2020: 65).

ب- **الابداع:** وهو يتجسد برغبة قادة المنظمة بإنجاز الاعمال بطريقة مميزة ومختلفة عن الاخرين، ويتحقق ذلك من خلال حث المرؤوسين على التجديد والخروج عن المألوف، وبتهيئة بيئة تنظيمية مناسبة ومشجعة للأبداع، وتهتم بالأفراد المبدعين وتدعمهم بما ينعكس على اداء المنظمة بشكل عام، فكلما كانت المنظمة يسودها نظام اداري مرن وغير معقد وتتصف بمناخ عمل مبني

على الثقة بين الافراد كلما زادت قدرتها على ان تكون أكثر ابداعاً وتجديداً (سعيد هاها، 2020: 102)، كما ان الافراد العاملين الأكثر سعادة في مكان العمل هم الأكثر تقبلاً للأفكار والمهارات الجديدة، ويعملون أكثر من المتوقع منهم، لأن السعادة تُحفز الثقة بالنفس والإبداع، فيكونوا أكثر ميلاً للتجربة والمخاطرة المحسوبة لتحويل أفكارهم الإبداعية إلى منتجات وخدمات فريدة (Bibi,et al.,2022:2)، وهناك من يرى بانه عملية متكاملة وهو الاساس لتطوير اي منظمة، كما اشار بانه لا يكون محصور بالمنتج او الخدمة فقط وانما يتعدى ذلك ليصل الى الابداع في الممارسات الادارية الخاصة بالمنظمة وهو ما يسمى بالإبداع الاداري والذي له انعكاساته على عمليات صنع القرار في المنظمة (الفتلاوي، 2017: 31).

ج- المسؤولية الاجتماعية: وتستخدم المنظمات المسؤولية الاجتماعية كاستراتيجيات تنافسية تساهم في بناء سمعة طيبة، والحفاظ على استمرارية اعمالها من خلال ادامة العلاقات بجميع الاطراف، وهذا ما يتفق مع نظرية أصحاب المصلحة، والتي تنص على أنه إذا كانت المنظمة تريد ان تحقق أهدافها بفعالية، فيفترض ان ترضى جميع أصحاب المصلحة، اذ تؤثر الأنشطة الخاصة بمنظمات القطاع الصحي بشكل مباشر على البيئة والمجتمع الذي تعمل ضمنه (Ridwan&Mayapada,2022:1-2)، فهي تعبر عن التزام المنظمة المستمر مع المجتمع، ويتحقق ذلك من خلال اخذها بنظر الاعتبار توقعاته وما يتطلع اليه وقيامها بالأنشطة الاجتماعية التي تخدم المجتمع كتوفير ظروف عمل جيدة للموظفين لديها، ورفع مستواهم المادي، والحفاظ على البيئة، وتقديم المنتجات والخدمات الى الزبائن بجودة عالية (الظالمي، 2016: 15)، وهناك من يصنف المسؤولية الاجتماعية للمنظمة بانها تذهب بثلاثة اتجاهات الأول مسؤوليتها تجاه المجتمع وتمثل بما تقدمه من أنشطة وفعاليات اجتماعية تسهم بتحقيق جانب الرفاهية لأفراد المجتمع كقضايا الاستدامة البيئية والدعم الصحي، اما الاتجاه الثاني فيذهب نحو العاملين باعتبارهم زبائن المنظمة الداخليين وتمثل برعايتهم ورفاهيتهم واعطائهم الحرية في ابداء الراي وتنمية وتطوير قدراتهم، اما الاتجاه الأخير فيذهب نحو الزبائن الخارجيين فهم عنصر مهم في المعادلة فمن الضروري الاهتمام بتلبية رغباته واحتياجاته من الخدمات والمنتجات بما يحقق رضاه (مصطفى، 2021: 58-59)، وهناك من تناولها بنظرة شمولية اكثر باعتبارها عملية لتحقيق التوازن بين جميع اصحاب المصلحة، كالمجتمع والعاملين في المنظمة والمستفيدين من خدماتها او منتجاتها والمستثمرين فيها، والذين يتقاطعون بمجموعة من المصالح المشتركة (جرادات و ابو الحمام، 2013: 29).

5. الجانب الميداني:

5.1 وصف وتشخيص متغيرات البحث:

أ- وصف وتشخيص المناخ الأخلاقي:

يبين الجدول (3) الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف والاهمية النسبية لفقرات البعد الثاني بعد إجراء التحليل الاحصائي للبيانات التي تم جمعها من خلال الاستبانة.

الجدول (3) نتائج اجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات المناخ الاخلاقي

ت	الفقرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	الأهمية النسبية	مؤشر الأهمية النسبية
						إدارة المستشفى عينة البحث
1	تكمل المهام الموكلة اليها بكل امانة	2.280	0.923	40.4%	45.6%	منخفضة
2	تعد مثلاً للنزاهة والسيرة الحسنة	2.293	0.897	39.1%	45.8%	منخفضة
3	تحتزم أوقات الدوام الرسمي قبل المرووسين	2.493	1.119	44.8%	49.8%	منخفضة
4	تسامح المخطئ إذا بادر بتقديم الاعتذار	2.266	0.920	40.6%	45.3%	منخفضة
5	تعترف بالأخطاء امام المرووسين	2.293	0.897	39.1%	45.8%	منخفضة

منخفضة	%43.7	%32.4	0.710	2.186	تلتزم بالوعود التي تقطعها على نفسها	6
منخفضة	%37.8	%35.3	0.669	1.893	تتجنب تفضيل فرد على اخر الا وفقاً للكفاءة	7
2.243					الوسط الحسابي ككل	

المصدر: من اعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS V.21).

نلاحظ من نتائج الجدول (3) إن جميع فقرات المناخ الأخلاقي جاءت بمستوى أهمية منخفضة، حيث حصلت الفقرة رقم (3) التي تنص على " تحترم أوقات الدوام الرسمي قبل المرؤوسين " على المرتبة الأولى بوسط حسابي (2.493) عند مستوى أهمية نسبية (49.8%) وهي منخفضة، أما الفقرة (7) التي تنص على " تتجنب تفضيل فرد على اخر الا وفقاً للكفاءة " فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بوسطها الحسابي (1.893) عند مستوى أهمية نسبية (37.8%) وهي منخفضة، وتشير هذه النتائج بأن إدارة المستشفى عينة البحث تعمل على تحديد ساعات العمل للدوام الرسمي وتسجيل الحضور للمرؤوسين من خلال أجهزة البصمة بما يعطي نوع من النزاهة والشفافية في العمل، ولكن مستوى ممارسة النزاهة والشفافية في العمل متدني الى مستوى عدم وجود عدالة في التعامل مع المرؤوسين وتفضيل شخص عن الاخر مما خلق مناخ أخلاقي غير منظم لأصحاب الكفاءات من الأطباء الاختصاص، وبالتالي التأثير بشكل عام على المناخ الأخلاقي للمؤسسة الصحية، وما يؤكد هذه النتائج قيم معاملات الاختلاف التي جاءت جميع قيمها عند نسبة مئوية أقل من (50%)، والتي تشير الى نسبة قليلة من التثنت في إجابات افراد العينة المبحوثة نحو ممارسة المناخ الأخلاقي من قبل إدارة المستشفى عينة البحث.

ب- وصف وتشخيص السمعة التنظيمية:

يتضمن المتغير المعتمد للدراسة (السمعة التنظيمية) في الاستبانة على ثلاث ابعاد فرعية، حيث قام الباحث باستخراج الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف والاهمية النسبية، وكانت النتائج كما مبينة في الجدول (4).

الجدول (4) نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة عن أبعاد السمعة التنظيمية

ت	الابعاد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	ترتيب الاهمية النسبية	مؤشر الاهمية النسبية
1	جودة الخدمة	2,536	0.749	%29.5	%50.7	منخفضة
2	الابداع	2.518	0.669	%26.5	%50.3	منخفضة
3	المسؤولية الاجتماعية	2.796	0.649	%23.2	%55.3	متوسطة
	السمعة التنظيمية ككل	2.617	0.599	%22.8	%52.3	متوسطة

المصدر: من اعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS V.21).

نلاحظ من نتائج الجدول (4) أن مستوى السمعة التنظيمية من وجهة نظر المرضى الراقدين في المستشفى عينة البحث، جاءت عند مستوى أهمية نسبية (52.3%) وهي متوسطة ووسط حسابي عام قدره (2.617) وما يؤكد هذه النتيجة قيمة الانحراف المعياري ككل بلغ (0.599) ومعامل اختلاف (22.8%) وهو أقل من (50%)، والذي يشير إلى التثنت المنخفض في إجابات أفراد العينة من المرضى الراقدين، أي هناك تقارب في وجهات نظرهم وانطباعاتهم تجاه مستوى السمعة التنظيمية الذي تحظى به المستشفى عينة البحث ، أما على مستوى الابعاد الفرعية للمتغير ككل جاءت عند مستوى أهمية بين (متوسطة-ومنخفضة)، حيث نلاحظ ان بعد (المسؤولية الاجتماعية) جاء بالمرتبة الأولى، يليها بعد (جودة الخدمة) واخيراً جاء بعد (الابداع)، وما يؤكد تلك النتائج من حيث ترتيب الأهمية للأبعاد معامل الاختلاف الذي جاءت عند نسبة مئوية أقل من (50%) والذي يشير الى التثنت المنخفض في إجابات افراد وحدة المعاينة أي ان هناك تقارب وتجانس في وجهة نظرهم ومدى تصورهم عن أهمية السمعة التنظيمية التي يمكن

أن يحظى بها مجتمع الدراسة، وقام بعدها الباحث باستخراج الوسط الحسابي، والانحراف المعياري، ومعامل الاختلاف، والأهمية النسبية لجميع فقرات، أبعاد المتغير المعتمد، وكما مرتبة في (الاستبانة):

البعد الاول: جودة الخدمة

يبين الجدول (5). الوسط الحسابي، والانحراف المعياري، ومعامل الاختلاف، والأهمية النسبية، لفقرات البعد الاول، بعد إجراء التحليل الاحصائي للبيانات التي تم جمعها بواسطة الاستبانة.

الجدول (5) نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات جودة الخدمة

ت	الفقرات				الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	ترتيب الأهمية النسبية	مؤشر الأهمية النسبية
	في المستشفى عينة البحث								
1	تكون الرداهات الخاصة بالمرضى نظيفة				2.717	1.017	37.4%	54.3%	متوسطة
2	تتميز صالات الانتظار بكونها مريحة تليق بالمرضى				2.551	0.920	36.0%	51.0%	منخفضة
3	تتميز وجبات الطعام الخاصة بالمرضى بمستوى عال من الجودة				2.474	0.976	39.4%	49.4%	منخفضة
4	يمتاز الممرضون بالدقة في اعطاء الادوية				2.820	1.090	38.6%	56.4%	متوسطة
5	يتمتع الأطباء بمستوى عال من الكفاءة في تقديم الخدمات الطبية				2.551	0.962	37.7%	51.0%	منخفضة
6	يتعامل الاطباء بلطف مع المرضى				2.525	0.878	34.7%	50.5%	منخفضة
7	تتوافر جميع الادوية المطلوبة داخل صيدلية المستشفى				2.115	0.852	40.2%	42.3%	منخفضة
الوسط الحسابي ككل					2.536				

المصدر: من اعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS V.21).

يتبين لنا من نتائج الجدول (5). إن غالبية فقرات جودة الخدمة، جاءت عند مستوى أهمية نسبية منخفضة، إذ حصلت الفقرة رقم (4) التي تنص على " يمتاز الممرضون بالدقة في اعطاء الادوية " جاءت في المرتبة الأولى، بوسط حسابي (2.820). عند مستوى أهمية نسبية (56.4%) وهي متوسطة، أما الفقرة رقم (7). التي تنص على " تتوافر جميع الادوية المطلوبة داخل صيدلية المستشفى " فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بوسطها الحسابي (2.115)، عند مستوى أهمية نسبية (42.3%)، وهي منخفضة. وتشير تلك النتائج إلى إن المستشفى عينة البحث لديها ممرضين يمتازون بالدقة في أداء مهامهم في التوقيات المناسبة للمراقبة والعناية بالمرضى في ردهات المستشفى من خلال تنظيم اعطاء الادوية في الوقت المناسب، الا إن تلك المؤشرات غير كافية لتشكيل جانب الرضا لدى المرضى الراقدين وذويهم، إذ إن هناك عدم توافر لأغلب الادوية داخل صيدلية المستشفى مما يضطرهم إلى الخروج من المستشفى وشراؤها من الصيدليات الخارجية، وما يؤكد النتائج، قيم معاملات الاختلاف، التي جاءت جميعها عند نسبة مئوية، قيمها أقل (50%). والتي تشير إلى التشتت المنخفض في إجابات افراد العينة المبحوثة، وما تعكس بان هناك تجانس، وتقارب في وجهات نظرهم، نحو جودة الخدمة التي تقدمها الكوادر الطبية في المستشفى عينة البحث.

البعد الثاني: الابداع

يبين الجدول (6). الوسط الحسابي، والانحراف المعياري، ومعامل الاختلاف، والأهمية النسبية، لفقرات البعد الثاني، بعد إجراء التحليل الاحصائي للبيانات، التي تم جمعها عن طريق الاستبانة.

الجدول (6) نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات الابداع

ت	الفقرات				الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	ترتيب الأهمية النسبية	مؤشر الأهمية النسبية
	في المستشفى عينة البحث								
8	توفر نظام محوسب لحفظ السجلات الطبية وحمايتها من التلف والضياع				2.217	0.906	%40.8	%44.3	منخفضة
9	تستخدم التقنيات الحديثة في معظم مجالات التشخيص الطبي للأمراض				2.500	1.053	%42.1	%50	منخفضة
10	تستجيب بسرعة للحالات الطارئة				2.474	0.976	%39.4	%49.4	منخفضة
11	تُصرف العلاج للمرضى بموجب وصفة الكترونية ترسل نسخة منها إلى الصيدلية				2.743	0.945	%34.4	%54.8	متوسطة
12	تُجري عمليات جراحية دقيقة وعلى غرار ما مطبق في المستشفيات العالمية				2.987	1.050	%35.1	%59.7	متوسطة
13	تستخدم نظام الكتروني لتنظيم مواعيد العلاج للمرضى				2.705	1.070	%39.5	%54.1	متوسطة
14	تُجري معظم الفحوصات الطبية المطلوبة داخلياً				2.000	0.953	%47.6	%40	منخفضة
					الوسط الحسابي ككل				
					2.518				

المصدر: من اعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS V.21).

يتبين لنا من نتائج الجدول (6). إن فقرات الابداع جاءت مستوى أهمية نسبية مختلفة ما بين (متوسط-منخفض)، إذ حصلت الفقرة رقم (12) التي تنص على " تُجري عمليات جراحية دقيقة وعلى غرار ما مطبق في المستشفيات العالمية " جاءت في المرتبة الاولى بوسط حسابي (2.978). عند مستوى اهمية نسبية (59.7%)، وهي متوسطة، أما الفقرة (14) التي تنص على " تُجري معظم الفحوصات الطبية المطلوبة داخلياً " فقد جاءت في المرتبة الأخيرة. بوسطها الحسابي (2.000) عند مستوى أهمية نسبية (40%) وهي منخفضة، وتشير هذه النتائج بأن المستشفى عينة البحث تمتلك الكوادر التي تؤهلها على اجراء عمليات جراحية وفقاً لمعايير عالمية من خلال الاستعانة بعض الأحيان بالتكنولوجيا الحديثة في تنظيم العلاجات الا إن هذا المستوى من الابداع والقدرة لدى المستشفى عينة البحث لا يحظى بقبول المرضى والمراجعين لها إذ يقابلها قصور في بعض الجوانب الأخرى المتعلقة بإجراء بعض الفحوصات والاختبارات مما يضطرهم إلى الخروج من المستشفى لأجرائها لهم في العيادات والمختبرات الخاصة. وما يؤكد النتائج، هو قيم معاملات الاختلاف، والتي جاءت جميع قيمها عند نسبة مئوية أقل من (50%). والتي تشير إلى التشتت المنخفض في مستوى إجابات افراد العينة محل الدراسة، وهذا ما يعكس تجانس وتقارب وجهات نظرهم نحو الابداع لدى الكوادر الطبية في المستشفى عينة البحث.

البعد الثالث: المسؤولية الاجتماعية

يبين الجدول (7). الوسط الحسابي، والانحراف المعياري، ومعامل الاختلاف، والأهمية النسبية لفقرات البعد الثالث، بعد إجراء التحليل الاحصائي للبيانات، التي تم جمعها بواسطة الاستبانة.

الجدول (7) نتائج إجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات المسؤولية الاجتماعية

ت	الفقرات				الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	ترتيب الأهمية النسبية	مؤشر الأهمية النسبية
	في المستشفى عينة البحث								
15	تساهم بأنشطة تطوعية تستهدف توعية المجتمع				2.743	1.024	%37.3	%54.8	متوسطة

متوسطة	%57.1	%35.5	1.015	2.859	تدعم الأسباب الجيدة في الحفاظ على البيئة كفرز النفايات الطبية في حاويات خاصة	16
متوسطة	%55.3	%36.2	1.005	2.769	يحمل الاطباء سلوكيات اخلاقية عالية في التعامل مع المرضى	17
متوسطة	%53.5	%38.2	1.025	2.679	تستجيب لشكاوى المرضى بموضوعية	18
متوسطة	%54.1	%32.1	0.869	2.705	تهتم بتقديم الرعاية اللازمة لذوي الاحتياجات الخاصة	19
متوسطة	%55.6	%29.8	0.831	2.782	تمتنع عن اجراء أي عمليات جراحية تتعارض مع القوانين والتشريعات النافذة	20
متوسطة	%60.7	%33.7	1.024	3.038	تقلص نسبة حدوث الأخطاء الطبية عند اجراء العمليات الجراحية للمرضى	21
2.796					الوسط الحسابي ككل	

المصدر: من اعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS V.21).

يتبين لنا من نتائج الجدول (7). إن جميع فقرات بعد المسؤولية الاجتماعية جاءت عند مستوى أهمية نسبية متوسطة، إذ حصلت الفقرة (21) التي تنص على " تقلص نسبة حدوث الأخطاء الطبية عند اجراء العمليات الجراحية للمرضى " جاءت في المرتبة الاولى، وبوسط حسابي (3.038)، عند مستوى أهمية نسبية (60.7%)، وهي متوسطة، أما الفقرة (18). التي تنص على " تستجيب لشكاوى المرضى بموضوعية" فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بوسطها الحسابي (3.679) عند مستوى أهمية نسبية (53.5%) وهي متوسطة، وتشير تلك النتائج إلى إن المستشفى عينة البحث تحاول قدر المستطاع تقليل نسبة حدوث الخطأ الطبي أثناء اجرائها للعمليات الجراحية من خلال التزامها بتعليمات وضوابط وزارة الصحة بغية عدم حصول تعارض مع القوانين النافذة ، الا إن هذا الاهتمام ينحصر فقط ضمن أداء العمل الإداري وفيما يخص المرضى لا تستجيب الإدارة للشكاوى التي تقدم من قبل المرضى والمراجعين بكل موضوعية أو تعمل على حل مشاكلهم أو تعزيز سبل التفاهم والتفاعل فيما بينهم، وما يؤكد النتائج قيم معاملات الاختلاف، والتي جاءت جميعها عند نسبة مئوية قيمها أقل من (50%). والتي تشير إلى التشتت المنخفض في إجابات افراد العينة المبحوثة، والتي تعكس تجانس وتقارب، وجهات نظرهم، نحو مستوى ممارسة المسؤولية الاجتماعية، من قبل إدارة المستشفى عينة البحث.

5.2 اختبار الفرضيات:

أ- فرضيات الارتباط:

الفرضية الأولى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين المناخ الاخلاقي والسمعة التنظيمية عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$.

الجدول (8) نتائج الارتباط بين المناخ الاخلاقي والسمعة التنظيمية

المناخ الاخلاقي	المتغير التفسيري
	المتغير الاستجابي
*0.255	السمعة التنظيمية
0.027	N
75	

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS).

نلاحظ من نتائج الجدول (8) اختبار الفرضية الاولى وتشير نتائجها إلى وجود علاقة ارتباط بين المناخ الأخلاقي والسمعة التنظيمية في المستشفى عينة البحث، إذ بلغت قيمة معامل ارتباط بينهما (0.255) عند مستوى معنوية (0.05)، وهي قيمة إيجابية ضعيفة تؤثر الى العلاقة بين المتغيرين، ويشير هذا الارتباط الى أنه كلما تمتعت إدارة المستشفى عينة البحث من خلال قياداتها الإدارية والفنية بتوفير المناخ الاخلاقي ضمن معاملاتها مع المرؤوسين والمرضى كلما أدى ذلك إلى تعزيز السمعة التنظيمية لدى المستشفى عينة البحث، وتعكس هذه النتيجة تطابقاً مع المنطق النظري، إي النتائج جاءت لتؤشر إمكانية إحداث تعاضد بين المناخ الأخلاقي والسمعة التنظيمية من أجل التكامل للوصول إلى إدارة لديها القدرة على تنمية الشعور بالارتياح من قبل الكوادر العاملة فيها فضلاً عن المرضى. وبالتالي تقبل الفرضية الاولى بصيغة الاثبات والتي تنص على: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين المناخ الاخلاقي والسمعة التنظيمية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

ب- فرضيات التأثير:

الفرضية الثانية: توجد علاقة تأثير مباشرة ذات دلالة احصائية للمناخ الاخلاقي على السمعة التنظيمية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

الجدول (9): نتائج أثر المناخ الاخلاقي في السمعة التنظيمية

Sig. مستوى الدلالة	t المحسوبة	معامل الانحدار			Df درجة الحرية	F المحسوبة	*Sig مستوى الدلالة	R ²	R
		β	B ₀	المتغير					
0.000	2.827	0.314	0.321	المناخ الاخلاقي	1 الانحدار	7.991	0.000	0.099	0.314
					73 البواقي				
					74 المجموع				

المصدر: من اعداد الباحث اعتماداً على مخرجات برنامج (SPSS V.21).

تظهر نتائج الجدول (9) أن هناك أثر ذو دلالة معنوية للمناخ الاخلاقي في السمعة التنظيمية في المستشفى عينة البحث، حيث بلغت قيمة معامل التحديد (R^2) (0.099)، وتمثل القوة التفسيرية التي تفسر ما نسبته (9.9%) من التباين الحاصل في السمعة التنظيمية لدى المرضى الراقيين في المستشفى عينة البحث ناتج عن التغيرات التي تحدث من خلال عمل القيادات الإدارية والفنية في المستشفى محل البحث على تهيئة مناخ وبيئة عمل تسودها القيم الاخلاقية والمثل العليا والاحترام المتبادل، إما النسبة المتبقية تعود لعوامل اخرى لم تدخل في نموذج البحث، وهذا ما تؤكد قيمة (F) التي بلغت (7.991) وهي أكبر من القيمة الجدولية لها (3.94) عند درجة حرية (74) وعند مستوى دلالة إحصائية (0.00) اقل من مستوى معنوية (0.05)، وبلغت قيمة معامل الانحدار (B) (0.321)، وكذلك قيمة معامل (β) التي بلغت قيمتها (0.314)، وهذا يعني أن الزيادة بمقدار وحدة واحدة في قيمة معامل الانحدار سيؤدي إلى تعزيز السمعة التنظيمية لدى المستشفى عينة البحث ، وما يؤكد تلك النتيجة قيمة (t) التي بلغت قيمتها (2.827) وهي أكبر من القيمة الجدولية لها والبالغة (1.990) عند درجتي حرية (1,74) تحت مستوى معنوية (0.05)، وبالتالي تؤكد صحة الفرضية الثانية بصيغة الاثبات والتي تنص على: توجد علاقة تأثير مباشرة ذات دلالة احصائية للمناخ الاخلاقي على السمعة التنظيمية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

6. الاستنتاجات والتوصيات:

6.1 الاستنتاجات:

أ- فيما يتعلق بالمناخ الأخلاقي الذي تعمل القيادات الإدارية في المستشفى عينة البحث على توفيره وتشكيله جاء بمستوى أهمية منخفضة، ويفسر الباحث تلك النتيجة إلى أن إدارة المستشفى تبادر باحترام توقيتات الدوام الرسمي من اجل اظهار نفسها بمظهر

القدوة امام رؤوسيتها، الا ان ذلك لا يبرز لديها في جوانب اخرى كعدم اختيارها لمعيار الكفاءة للمفاضلة بين موظف وآخر، وكذلك من جانب التزامها بالعود والمهام الموكلة إليها، مما انعكس ذلك في اضعاف مستوى المناخ الأخلاقي المحيط بالعمل.

ب- أظهرت نتائج التحليل الوصفي للدراسة أن إدراك او تصور أفراد العينة تجاه السمعة التنظيمية للمستشفى عينة البحث جاءت بنسبة أهمية متوسطة للمتغير ككل، وكذلك للأبعاد الفرعية باستثناء بعدين هما (جودة الخدمة والابداع) حيث جاءت بنسبة أهمية (منخفضة)، ويفسر الباحث ذلك إلى أن المستشفى تتصف بدرجة متوسطة من السمعة التي تنعكس في تصورات وانطباعات المرضى والمراجعين عن الإجراءات والخدمات التي تقدمها المستشفى عينة البحث والتي تجعلهم أقل رضا في تحقيق الأهداف الشخصية.

ت- تبين من النتائج أن هناك علاقة ارتباط بين المناخ الأخلاقي الذي توفره القيادة والسمعة التنظيمية من وجهة نظر افراد العينة في المستشفى عينة البحث، حيث كانت العلاقة إيجابية ضعيفة، وتفسر تلك النتيجة إلى أنه كلما تبنت إدارة المستشفى عينة البحث من خلال قياداتها توفير المناخ الاخلاقي الذي تسوده القيم الثقافية الأخلاقية ضمن معاملاتها مع كوادر المستشفى كلما انعكس ذلك ايجاباً والى حد معين في سلوكياتهم مع المرضى وبالتالي أدى ذلك إلى تعزيز سمعتها التنظيمية.

ث- يتبين من النتائج وجود أثر ذو دلالة معنوية للمناخ الاخلاقي في السمعة التنظيمية في المستشفى عينة البحث، اذ تبين بان التباين الحاصل في السمعة التنظيمية لدى المرضى الراقدين في المستشفى عينة البحث ناتج عن ممارسة القيادات في المستشفى نحو التغيير نحو المناخ الأخلاقي، وعليه يتبنى الباحثان الاستنتاج بأن حرص إدارة المستشفى في دعم وتشجيع وبناء المناخ الأخلاقي بين الافراد العاملين سيساهم في تعزيز السمعة التنظيمية للمستشفى عينة البحث.

6.2 التوصيات:

أ- ضرورة معالجة إدارة المستشفى جوانب القصور المترتب عن ضعف توفير بيئة مشجعة وداعمة للتفاعل والعمل الجماعي بين العاملين.

ب- ضرورة اشراك إدارة المستشفى جميع الرؤوسين في وضع رؤية ورسالة المستشفى من خلال وضع صندوق للمقترحات في كل الاقسام.

ج- ضرورة تبني ادارة المستشفى فكرة تكامل الأدوار فيما بين الرؤوسين من اجل تعزيز الثقة بأنفسهم وتقريب وجهات النظر المختلفة بين الافراد العاملين.

ح- ضرورة اهتمام إدارة المستشفى بتوفير كافة المستلزمات والخدمات الضرورية داخل المستشفى من اجل الارتقاء بمستوى جودة الخدمات المقدمة.

خ- معرفة السبب من قبل إدارة المستشفى وراء خروج المرضى من المستشفى لإجراء الفحوصات وتلقي العلاج احياناً والذي يعتبر كمؤشر سلبي لسمعة المستشفى.

د- حث إدارة المستشفى على الاستجابة لشكاوى المراجعين والمرضى الراقدين في المستشفى بموضوعية باعتباره مسؤولية اجتماعية قانونية وأخلاقية.

المصادر:

1. تقرير منظمة الشفافية الدولية (الائتلاف العالمي ضد الفساد). (2021)، مؤشر مدركات الفساد، www.transparency.org/cpi، ص3.
2. الجابري، فرح قاسم محمد. (2020). دور حوكمة الشركات في تحسين السمعة (دراسة تحليلية مقارنة في بعض شركات الاتصالات). رسالة ماجستير غير منشورة في التخطيط الاستراتيجي، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد.
3. جرادات، ناصر وابو الحمام، عزام. (2013). المسؤولية الاخلاقية والاجتماعية للمنظمات. عمان، الاردن: اثراء للنشر والتوزيع.

4. الدجاني، ياسمين محمد ناصر. (2018). درجة ممارسة القيادة الأخلاقية لدى مديري المدارس الثانوية الخاصة في محافظة العاصمة عمان وعلاقتها بالالتزام التنظيمي للمعلمين من وجهة نظرهم. رسالة ماجستير منشورة.
5. الزبيدي، ناظم جواد والعزى، صفا عدنان. (2021). تأثير الذكاء الشعوري في سمعة المنظمة / بحث ميداني لعينة من المصارف الأهلية في بغداد. مجلة الريادة للمال والأعمال، المجلد: 2، العدد: 3، الصفحات 169-187.
6. سعود، ربيع ياسين وحسين، مروان صباح وسعود، زيد ياسين. (2020). التسويق الوردي وتأثيره على السمعة التنظيمية (بحث تطبيقي في شركة فلورمار للتجميل). مجلة الدنانير، المجلد: 1، العدد: 18، الصفحات 335-364.
7. سعيد هاهما، حكمت محمد. (2020). درجة تطبيق الإدارات المدرسية لمبادئ القيادة الرشيقة وعلاقتها ببناء السمعة التنظيمية من وجهة نظر معلمي المدارس الخاصة في لواء الجامعة. رسالة ماجستير غير منشورة في الإدارة التربوية في كلية العلوم التربوية، جامعة ال البيت.
8. الشامي، ساجدة ابراهيم. (2020). العوامل المؤثرة على السمعة التنظيمية المدركة في القطاع العام الاردني. رسالة ماجستير غير منشورة في الإدارة العامة، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، جامعة اليرموك.
9. الصالحي، حاتم علي حيدر. (2019). السمعة المؤسسية: دراسة وصفية لتطور المفهوم وأساليب القياس. مجلة الباحث الإعلامي، العدد: 49، الصفحات 49-71.
10. الظالمي، محمد جبار هادي. (2016). الذكاء الاستراتيجي وأثره في تعزيز سمعة المؤسسات التعليمية دراسة استطلاعية لآراء عينة من رؤساء واعضاء مجالس المعاهد التقنية في (كربلاء، بابل، النجف، الكوفة). مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد: 18، العدد: 1، الصفحات 6-33.
11. العساف، صالح (1996)، المدخل الى البحث في العلوم السلوكية، الرياض: العبيكان، ص27.
12. عمر، اريج طاهر نعمان. (2020). تحسين جودة حياة العمل في المنظمات الصحية في إطار القيادة الأخلاقية – دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في مستشفى صلاح الدين العام، رسالة ماجستير غير منشورة في إدارة الأعمال، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة تكريت.
13. الفتلاوي، ميثاق هاتف. (2017). العلاقة بين القيادة الرشيقة وبناء السمعة التنظيمية من خلال الدور الوسيط للالتزام التنظيمي بحث تحليلي لآراء عينة من العاملين في الشركة العامة لصناعة السيارات. مجلة المثني للعلوم الادارية والاقتصادية، المجلد: 7، العدد: 4، الصفحات 23-48.
14. مصطفى، عزه جلال. (2021). تحسين السمعة التنظيمية للمدرسة الثانوية العامة في مصر على ضوء القيادة الريادية، مجلة كلية التربية، جامعة عين شمس، العدد: 45، الجزء: 4.
15. منال، بو سعديّة، وامينة، بشيري. (2020). علاقة الذكاء الوجداني باتخاذ القرار لدى المراهقين بالثانوية. مذكرة مكملة لنيل شهادة ليسانس في شعبة: علم النفس. جامعة محمد بوضياف بالمسيلة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علم النفس.
16. النجار، محمد سمير. (2018). أثر إدارة المواهب في تحسين السمعة التنظيمية: الدور المعدل للثقة التنظيمية، دراسة ميدانية على البنوك التجارية الأردنية في مدينة عمان. رسالة ماجستير غير منشورة في إدارة الأعمال، كلية الأعمال، جامعة الشرق الاوسط.

17. Al Halbusi, H., Tang, T. L. P., Williams, K. A., & Ramayah, T. (2022). Do ethical leaders enhance employee ethical behaviors? *Asian Journal of Business Ethics*, 1-31.
18. Ayub, A., Khan, A. J., Ahmed, T., & Ansari, M. A. A. (2022). Examining the Relationship between Ethical Climate and Burnout Using Role Stress Theory. *Review of Education, Administration & Law*, 5(1), 01-09
19. Bibi, S., Khan, A., Hayat, H., Panniello, U., Alam, M., & Farid, T. (2022). Do hotel employees really care for corporate social responsibility (CSR): A happiness approach to employee innovativeness. *Current Issues in Tourism*, 25(4), 541-558.
20. Fauzan, N. (2022, April). The Effect of Corporate Social Responsibility to Corporate Reputation on Word of Mouth Toward Customer Trust. In *GMPI Conference Series (Vol. 1, pp. 29-41)*.
21. Novitasari, D., Radita, F. R., Sukriyah, S., Jumiran, J., & Asbari, M. (2022). From Islamic Leadership to Ethical Climate and Innovative Work. *International Journal of Social and Management Studies*, 3(2), 300-310.
22. Ridwan, R., & Mayapada, A. G. (2022). Does sharia governance influence corporate social responsibility disclosure in Indonesia Islamic banks? *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 12(2), 299-318.

Warith Scientific Journal

- 23.** Saeed, I., Khan, J., Zada, M., Zada, S., Vega-Muñoz, A., & Contreras-Barraza, N. (2022). Linking Ethical Leadership to Followers' Knowledge Sharing: Mediating Role of Psychological Ownership and Moderating Role of Professional Commitment. *Frontiers in Psychology*, 13, 841590-841590.
- 24.** Saranee, U. (2022). Ethical Leadership: Factors Affecting Happiness Organizations. *International Journal of Sociologies and Anthropologies Science Reviews (IJSASR)*, 2(2), 17-28
- 25.** Zahrani, A. A. (2022). Developing a new model of ethical leadership. *Entrepreneurship and Sustainability Issues*, 9(3), 211-198.

الملاحق: الاستبانة

1- فقرات الاستبانة الخاصة بقياس المناخ الأخلاقي:

أولاً					
المناخ الاخلاقي: وهو يشير الى الثقافة السائدة ضمن بيئة المستشفى والتي تكون داعمة ومشجعة للسلوك الاخلاقي والانساني الصحيح بين الافراد العاملين.					
لا اتفق بشدة	لا اتفق	اتفق الى حد ما	اتفق	اتفق بشدة	إدارة المستشفى عينة البحث
					1 تكمل المهام الموكلة اليها بكل امانة
					2 تعد مثلاً للنزاهة والسيرة الحسنة
					3 تحترم أوقات الدوام الرسمي قبل المرؤوسين
					4 تسامح المخطئ إذا بادر بتقديم الاعتذار
					5 تعترف بالأخطاء امام المرؤوسين
					6 تلتزم بالوعود التي تقطعها على نفسها
					7 تتجنب تفضيل فرد على اخر الا وفقاً للكفاءة

2- الاستبانة الخاصة بقياس السمعة التنظيمية:

ثانياً					
السمعة التنظيمية: مجموعة من التصورات والانطباعات التي تتكون لدى المرضى والمراجعين عن المستشفى، كمحصلة نهائية عن الاجراءات المتبعة او الخدمات التي قدمتها خلال فترة زمنية سابقة.					
أ					
جودة الخدمة: وتشير الى نوعية ومستوى الخدمات التي يقدمها المستشفى الى المراجعين والمرضى كالأمان والعطف والاحترام.					
لا اتفق بشدة	لا اتفق	اتفق الى حد ما	اتفق	اتفق بشدة	في المستشفى عينة البحث
					1 تكون الرداهات الخاصة بالمرضى نظيفة
					2 تتميز صالات الانتظار بكونها مريحة تليق بالمرضى
					3 تتميز وجبات الطعام الخاصة بالمرضى بمستوى عال من الجودة
					4 يمتاز الممرضون بالدقة في اعطاء الادوية
					5 يتمتع الاطباء بمستوى عال من الكفاءة في تقديم الخدمات الطبية
					6 يتعامل الاطباء بلطف مع المرضى
					7 تتوافر جميع الادوية المطلوبة داخل صيدلية المستشفى
ب					
الابداع: هو الاستخدام والتوظيف للأساليب والطرق الحديثة والابداعية للوصول الى حالة من التميز في تقديم الخدمة الصحية.					

لا اتفق بشدة	لا اتفق	اتفق الى حد ما	اتفق	اتفق بشدة	المستشفى عينة البحث	
					توفر نظام محوسب لحفظ السجلات الطبية وحمايتها من التلف والضياع	8
					تستخدم التقنيات الحديثة في معظم مجالات التشخيص الطبي للأمراض	9
					تستجيب بسرعة للحالات الطارئة	10
					تصرف العلاج للمرضى بموجب وصفة إلكترونية ترسل نسخة منها إلى الصيدلية	11
					تُجري عمليات جراحية دقيقة وعلى غرار ما مطبق في المستشفيات العالمية	12
					تستخدم نظام إلكتروني لتنظيم مواعيد العلاج للمرضى	13
					تُجري معظم الفحوصات الطبية المطلوبة داخلياً	14
<p>ت المسؤولية الاجتماعية: هي التزام إنساني وأخلاقي وقانوني والذي يعكس الرغبة الحقيقية والصادقة لتحقيق خدمة ورفاهية المجتمع من خلال مجموعة من الممارسات والأنشطة التي تتبعها المستشفى.</p>						
لا اتفق بشدة	لا اتفق	اتفق الى حد ما	اتفق	اتفق بشدة	المستشفى عينة البحث	
					تساهم بأنشطة تطوعية تستهدف توعية المجتمع	15
					تدعم الأسباب الجيدة في الحفاظ على البيئة كفرز النفايات الطبية في حاويات خاصة	16
					يحمل الأطباء سلوكيات أخلاقية عالية في التعامل مع المرضى	17
					تستجيب لشكاوى المرضى بموضوعية	18
					تهتم بتقديم الرعاية اللازمة لذوي الاحتياجات الخاصة	19
					تمتنع عن إجراء أي عمليات جراحية تتعارض مع القوانين والتشريعات النافذة	20
					تقلص نسبة حدوث الأخطاء الطبية عند إجراء العمليات الجراحية للمرضى	21

السلوك الابداعي وتأثيره في رضا الضيف: دراسة تحليلية لعينة من مدراء فنادق الدرجة الاولى في اربيل

Innovation Behavior And Their Impact In Customer Satisfaction/An analytical study of a sample of managers of first-class hotels in Erbil

محمد عبد الحر علق
الجامعة المستنصرية/كلية العلوم السياحية
MOHAMMED ABDULHUR ALAQ
AL-Mustansiriyah University
College of Tourism Sciences
mohammed_alhur@mtu.edu.iq
الجامعة المستنصرية/كلية العلوم السياحية

أ.م.د.آمال كمال حسن البرزنجي
الجامعة المستنصرية/كلية العلوم السياحية
Asst. Prof. Dr. Amal Kamal Al-Barazanji
AL-Mustansiriyah University
College of Tourism Sciences
Abaraznjidr@gmail.com
الجامعة المستنصرية/كلية العلوم السياحية

المستخلص

تناولت الدراسة ابعاد السلوك الابداعي المتمثلة في (الاصالة والطلاقة والمرونة والادراك وحل المشكلات) في الارتقاء بمستوى رضا الضيف، وقد تمثل مجتمع الدراسة بفنادق الدرجة الاولى في اربيل والبالغ عددها (6) فنادق ، ومن اجل التحقق من صحة الفرضيات اختيرت العينة من مديري هذه الفنادق بوصفهم جزء من مجتمع البحث للتأكد من صحة الافتراضات أو عدمها اذ بلغ عدد المدراء (60) مدير، وتم اختيار (50) مدير كعينة ، وقد تم الاعتماد على الاستبانة كأداة لجمع البيانات الضرورية ، وتضمنت الدراسة فرضيتين رئيسيتين ، جرى اخضاعها للتحليل الاحصائي ، وتم التوصل إلى مجموعة من الاستنتاجات أهمها توجد علاقة ارتباط معنوية بين ابعاد المتغير المستقل (الاصالة و ادراك التفاصيل) و رضا الضيف ، وبدورها كونت العلاقة بين السلوك الابداعي ورضا الضيف حسب آراء العينة، وهو ما قاد الى التوصية بضرورة التفكير بطرق مختلفة وعدم التعصب لفكرة أو طريقة مقيدة لضمان تحقيق وتوليد وتطوير الأفكار وتحديد المشكلات ومعرفة نقاط الضعف و معالجتها بمقترحات الضيوف عبر نظام لقياس ومراقبة رضا الضيف.

Abstract

The study dealt with the dimensions of creative behavior represented in (originality, fluency, flexibility, cognition and problem solving) In raising the level of guest satisfaction, the study community was represented by the first-class hotels in Erbil, which numbered (6) hotels, In order to verify the validity of the hypotheses, the sample was selected from the managers of these hotels, as they are part of the research community, to verify the validity of the assumptions or not, as the number of managers reached (60) managers, (50) managers were selected as a sample, The questionnaire was relied on as a tool for collecting the necessary data, and the study included two main hypotheses, which were subjected to statistical analysis, and a set of conclusions was reached, the most important of which is the existence of a significant correlation between the dimensions of the independent variable (originality and perception of details) and guest satisfaction, and in turn formed the relationship between the behavior Creative and guest satisfaction according to the opinions of the sample, which led to the recommendation to think in different ways and not to be intolerant of a restricted idea or method to ensure the achievement, generation and adaptation of ideas, identifying problems, identifying weaknesses and addressing them with guest suggestions through a system to measure and monitor guest satisfaction.

يُعد الاهتمام بالسلوك الابداعي من الوسائل الفعالة لتنمية القدرات الفكرية للعاملين، لضمان زيادة المرونة والتكيف في موقع العمل و المساهمة في حل المشكلات وتحمل المخاطر واستمرار التحديث لأنظمة العمل بما يتفق مع المتغيرات المحيطة وبالتالي التغلب على المنافسين من جهة ومعالجة المشاكل الوظيفية من جهة اخرى ، وهذا ما سيمثل فرصة اضافية لتعزيز الشعور الايجابي المتولد عند الضيف عند اشباع رغباته وتلبية احتياجاته من خدمات او منتجات ومقارنتها بما كان سيحصل عليه عند تجربة ذات الخدمات او المنتجات عند المنافسين، وبالتالي كسب رضا الضيف حيث لا يمكن تصور نجاح المنظمة الفندقية بدون تحقيق رضا الضيف كونه شرطاً أساسياً للاحتفاظ بالضيوف لأقصى فترة ممكنة، وانطلاقاً من دراسة العلاقة بين السلوك الابداعي ورضا الضيف سيتم تناول المفهوم و الاهميته والتعرف على ابعاد السلوك الابداعي وابرز طرق قياس رضا الضيف وصولاً لاختبار فرضيات الدراسة والتعرف على طبيعة علاقة المتغيرات ببعضها.

2.المبحث الاول: منهجية البحث

2.1. مشكلة البحث: يمكن بيان مشكلة البحث من خلال إثارة عدداً من التساؤلات وكالاتي:

- 1- ما مستوى السلوك الابداعي في المنظمات الفندقية قيد البحث؟
- 2- ما السلوك الابداعي الذي تتميز به المنظمات الفندقية قيد البحث ؟
- 3- ما مستوى رضا الضيف في الفنادق المبحوثة؟
- 4- هل للسلوك الابداعي للمنظمات الفندقية قيد البحث دور في رضا الضيف؟

2.2. أهمية البحث:

- 1- تزايد الاهتمام بمراقبة وتحليل وتفسير أدق الجوانب ذات العلاقة بالأنظمة الإدارية للمنظمات الفندقية.
- 2- تزويد الباحثين بدلالات رقمية لعلاقة السلوك الابداعي بتحقيق رضا الضيف.
- 3- إبراز أهمية متغيرات البحث لتطوير المنظمات الفندقية.
- 4- تشخيص واقع حال السلوك الابداعي ورضا الضيف في العينة المبحوثة.

2.3. أهداف البحث:

- 1- بيان العلاقة و اثر السلوك الابداعي في تحقق رضا الضيف.
- 2- تكوين رؤية مستقبلية لواقع حال رضا الضيف عند وجود السلوك الابداعي .
- 3- اظهار الدور الذي تلعبه متغيرات البحث في الارتقاء بمستوى اداء المنظمات الفندقية.

2.4. فرضيات البحث

الفرضية الرئيسية الأولى(توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية للسلوك الابداعي ورضا الضيف)
الفرضية الرئيسية الثانية (يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للسلوك الابداعي في رضا الضيف)

2.5. مجتمع وعينة البحث: تمثل مجتمع البحث بفنادق الدرجة الأولى في أربيل والبالغ عددها (6) فنادق ،وللتحقق من صحة الفرضيات اختيرت العينة من مدراء هذه الفنادق بوصفهم جزء من مجتمع البحث اذ بلغ عددهم (60) فرد، وتم اختيار (50) فرد للدراسة.

2.6. التحليل الوصفي للمعلومات الديموغرافية:

جدول (1) وصف أفراد عينة البحث فنادق مدينة أربيل

المتغيرات	الفئات المستهدفة	العدد	النسبة %
النوع الاجتماعي	ذكر	27	54%
	انثى	23	46%
المجموع			
العمر	21-30 سنة	18	36%
	31 - 40 سنة	18	36%
	41 - 50 سنة	7	14%
	51 سنة فأكثر	7	14%
المجموع			
	اعدادية	10	20%
	دبلوم	10	20%
	بكالوريوس	18	36%

التحصيل العلمي	ماجستير	11	22%
	دكتوراه	1	2%
المجموع		50	100%
سنوات العمل	أقل من 5 سنوات	2	4%
	5 - 10 سنوات	16	32%
	11 - 15 سنة	13	26%
	16 - 20 سنة	11	22%
	21 سنة فأكثر	8	16%
المجموع		50	100%

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

3. المبحث الثاني: المفاهيم النظرية لمتغيرات البحث

3.1. السلوك الإبداعي: يتطلب نجاح المنظمات استخدام الاساليب المميزة عبر تنمية القدرات الفكرية لضمان زيادة التكيف مع متطلبات العمل و حل المشكلات واستمرار التحديث بما يتفق مع المتغيرات البيئية ، وهذا ما يشجع على الاهتمام بالسلوك الإبداعي، وبناء على ذلك سيتم في هذا المبحث استعراض بعض وجهات نظر الباحثين ممن تناولوه، بالإضافة الى توضيح اهميته وابعاده وكالاتي:

3.1.1 مفهوم السلوك الإبداعي: تعددت الطروحات الفكرية للباحثين عند تناولهم للسلوك الإبداعي ، ويعرض جدول (2) أبرز تلك المفاهيم، وكما يلي:-

جدول (2) تعريف السلوك الإبداعي

المصدر: (اعداد الباحث)

ت	اسم الباحث	السنة والصفحة	التعريف
1	عبدالمعطي	1999:268	تصرف يهدف لتحقيق إنتاج يتميز بالملائمة وإمكانية التطوير .
2	Spence	2008:66	هو نتيجة مجموعة قرارات يتخذها الفرد تبدا بالإدراك ويليه الاهتمام وجمع المعلومات وتقييم البدال واخيرا يتم تبني فكرة او رفضها.
3	Dorner	2012:11	توليد وترويج وفهم الأفكار الجديدة من أجل الحصول على أداء افضل
4	jeroen	2014:20	كافة الأعمال الفردية الموجهة نحو توليد وتقديم، وتطبيق أشياء جديدة ومفيدة في أي مستوى تنظيمي.
5	محمدية	2016:38	هو توليد شيء جديد عبر التحفيز بواسطة التمكين والاستقلال للأفراد.

3.1.2 أهمية السلوك الإبداعي: تتجلى أهمية السلوك الإبداعي بما يمنحه من التحفيز عبر كسر الملل الذي قد يصاحب العمل ، وتظهر عبر الاتي (بوخضر، 2016:21) ، (العجلة، 2009:25):

- يسهم في تنمية القدرات الفكرية والعقلية للموظفين، وذلك من خلال إتاحة الفرص لهم.
- استخدام أساليب علمية مواكبة للتطورات الحديثة لغرض الاستغلال الامثل للموارد المختلفة.
- القدرة على المرونة والتكيف في موقع العمل.
- المساهمة في حل المشكلات وادارة المخاطر والازمات و تلبية حاجات و رغبات العاملين.
- توظيف واستخدام الطرائق والاساليب الجديدة والمميزة و المبتكرة في العمل.

3.1.3 عناصر السلوك الإبداعي: تتمثل هذه العناصر بالاتي:

- الاصالة: وهي القدرة على انتاج افكار اصيلة وغير شائعة و توليد افكار جديدة ونادرة ومفيدة وغير مكررة وكذلك القدرة على استحضار النداءيات البعيدة المرتبطة بالفكرة (محمدية، 2019:29) .
- المرونة : هي القدرة على تغيير طريقة التفكير و وجهة النظر نحو المشكلة وعدم تبني طريقة تفكير موحدة، وعدم التعصب لفكرة معينة (الزعبي، 2009:48) ، وقد تتمثل في القدرة على إعادة تصوير المشكلات وحلها في ضوء التصوير الجديد (Slepian&Ambady,2012:3).

- c. الطلاقة : وهي القدرة على تقديم مجموعة متعددة ومتنوعة من الأفكار في فترة زمنية محددة (سلامة، 2019: 23) ، ويرى (McCarthy, 2006:2) أن الطلاقة تشير الى القابلية على التحدث مطولاً و بشكل متماسك ،بالاضافة للتقائية والقابلية على استرجاع الصور اللغوية .
- d. حل المشكلات : وتعني مدى قدرة الفرد على تقديم حلول ابداعية للمشكلات التي تمر بها المنظمة ، واتخاذ القرارات المناسبة لحلها في الوقت المناسب وايضا محاولة توقع المشكلات ومحاولة تجنبها.
- e. ادراك التفاصيل : حيث تتضمن هذه القابلية الإبداعية تقديم تفصيلات متعددة لأشياء محدودة مثل- توضيح أو تفسير موضوع غامض (بو خضر ، 2019 : 22) .
- 3.2 رضا الضيف:** يُعد رضا الضيف شرطاً أساسياً إذا ما ارادت المنظمة الاحتفاظ بضيوفها، وسنتعرف على بعض وجهات نظر الباحثين ممكن تناوله ،وكذلك توضيح اهميته و ابرز طرق قياسه:
- 3.2.1 مفهوم رضا الضيف:** تعددت الطروحات الفكرية للباحثين عبر تناولهم للعديد من الجوانب التي تقود الى تحقيق رضا الضيف، ويعرض جدول (3) أبرز تلك التعريفات، وكما يلي:

جدول (3) مفاهيم رضا الضيف

ت	الباحث	السنة والصفحة	التعريف
1	الطائي والعبادي	2009:220	الشعور الذي يوحى للضيف السرور أو عدم السرور الذي ينتج عنه مقارنة المنتوج مع توقعات الضيف.
2	wie	2020:10	شعور ناتج عن مقارنة أداء المنتج مع توقعات الضيف
3	Kim et. Al.	2012:83	عبارة عن توافق بين مخرجات الخدمة و التوقعات لضيف وهو العامل الرئيس الذي يجعل أي منظمة تعمل على نحو فعال ودائمي لتحقيق أهداف المنظمة
4	خثير و مرايمي	2017:23	احساس الضيف بالمتعة او خيبة الامل الناتجة عن مقارنته لأداء المنتج او الخدمة المقدمة له مع توقعاته السابقة
5	Kotler	2018:343	حكم الضيف بالنظر الى الخبرة الاستهلاكية او الاستعمال الناتج عن توقعاته بالنسبة للمنتج والاداء المدرك

المصدر : (اعداد الباحث)

- 3.2.2 اهمية رضا الضيف :** وهي الآتي (kotler:2000:351) , (السليفاني، 2013:88):-
- a. يحسن من سمعة الشركة مما يؤدي إلى جذب ضيوف جدد وتقليص المصروفات التسويقية.
- b. يقلل من احتمالية توجه الضيوف إلى المنظمات السياحية المنافسة.
- c. إذا كان الضيف راضيا عن أداء المؤسسة فإنه سيحدث الآخرين مما يولد زبائن جدد .
- d. يساعد على دراسة مقترحات الضيوف وشكاويهم وانتقاداتهم.
- 3.2.3 اساليب قياس رضا الضيف:** يتأثر رضا الضيف بالعديد من المتغيرات لذا يستلزم وضع نظام لقياسه ومراقبته على نحو دقيق ومستمر، والأقلن تحقق المنظمة اهدافها، ومن اساليب قياس الآتي:-
- a. **نظم الشكاوي والمقترحات:** وهي مجموعة وسائل اتصال لمعرفة مقترحاتهم وشكاويهم، او الاستثمارات التي تقدمها بعض المنظمات لضيوفها ليثبتوا ما يحبون وما يكرهون، او صناديق الشكاوي او المقترحات التي تضعها على شبكة الانترنت والبريد الالكتروني لتسهيل الاتصال ، اذان هذه المعلومات المتدفقة للمنظمات بالعديد من الافكار الجيدة تمكنا من الرد السريع لحل المشكلات(شيت، 2015:255).
- b. **مسوحات رضا الضيف:** تتمكن المنظمات من الحصول على مقاييس مباشرة لرضا الضيف عبر اجراء مسوحات بين مدة واخرى، وذلك بإرسال استبانة او اجراء اتصالات هاتفية لعينة عشوائية من الضيوف الحاليين، كما تتمكن من رؤية وجهة نظر الضيوف تجاه خدمات المنافسين من خلال جمع بيانات عن رضاهم بطرح اسئلة اضافية لقياس نية اعادة شراء الخدمة لديهم(قراوي، 2015:54) .
- c. **التسويق الخفي:** عبارة عن توظيف افراد يتقصون دور المشتريين المحتملين ويعدون تقاريرهم على ما يجدونه من نقاط قوة وضعف في خدمات المنظمة ومنافسوها ، ويعتمد هؤلاء الافراد احيانا افتعال بعض المشاكل لاختبار قدرة العاملين بالمنظمة على التعامل مع تلك، وفي ضوء ذلك تتوضح نقاط القوة والضعف في تقييم الاداء(hoyue2013:46).
- d. **تحليل خسارة الضيف:** ينبغي على المنظمات ان تتصل بالضيوف الذين توقفوا عن شراء الخدمات او الذين تحولوا الى مقدم خدمة اخرى لمعرفة سبب حصول ذلك، وقد لا يكفي مجرد القيام بمقابلات لهؤلاء الضيوف، ولكن من

الضروري ايضا مراقبة معدلات خسارة الضيوف فاذا ما تزايدت هذه المعدلات يعد ذلك دليلا على فشل تلك المنظمات في ارضاء زبائنه(ابو فزع،2015:20).

4.المبحث الثالث (الجانب العملي)

سيتم في هذا المبحث تحليل المعلومات الديموغرافية والوصفية لمتغيرات البحث واختبار فرضيات الارتباط والتأثير بينهما على ضوء اجابات عينة البحث :

4.1 أهمية متغيرات البحث (السلوك الابداعي، ورضا الضيف):

4.1.1 تحليل استجابات عينة البحث عن المتغير المستقل (السلوك الابداعي):

تضمنت استبانة البحث في محورها الخاص بقياس السلوك الابداعي (25) سوآلا موزعة على (5) من الأبعاد ، لايجاد مدى توافر مقومات السلوك الابداعي في المنظمات الفندقية (عينة البحث) ، و كانت نتائج اجابات العينة لمحاو (السلوك الابداعي) كما يأتي :

a. الاصلة : بلغت قيمة الأهمية النسبية (84.16%) وهي نسبة عالية تؤكد اتفاق عينة البحث على معظم فقرات هذا المحور ، حيث سجل الوسط الحسابي لهذا المحور (4.21) الذي يقع ضمن الفترة (4.20 إلى 5) وهذا يعني بأن اجابات العينة متجه نحو الاتفاق بشدة ، وانحراف معياري (0.774)، مما يشير الى مدى تجانس الاجابات بخصوص (الاصالة) كما في الجدول (4) .

وقد توزعت مستويات أهمية فقرات البعد(الاصالة) بين اعلى مستوى اجابة حققته الفقرة (Q1) بوسط حسابي بلغت قيمته (4.34) وبانحراف معياري (0.772) ، واهمية نسبية شكلت (86.80 %) ليؤكد ذلك اتفاق معظم افراد عينة البحث على هذه الفقرة ، بما يرجح (توليد وتكامل وترابط الافكار)، بينما الفقرة (Q4) حققت ادنى مستوى اجابة بين فقرات (الاصلة) اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لها (4.08) وكان الانحراف المعياري قد سجل (0.853) ، وأهمية نسبية شكلت (81.60%) ليؤكد ذلك معظم افراد عينة البحث على أن (ادارة الفنادق تعمل على البحث عن الافكار المبدعة الخلاقة).

جدول (4) وصف إجابات العينة لفقرات البعد الأول للسلوك الابداعي فنادق مدينة أربيل

الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات										الأبعاد	
			5		4		3		2		1			
			اجابات العينة والنسب المئوية											
			%	f	%	f	%	f	%	f	%	f		
86.80	0.772	4.34	50.0	25	36.0	18	12.0	6	2.0	1	-	-	Q1	X ₁ الاصالة
84.40	0.708	4.22	36.0	18	52.0	26	10.0	5	2.0	1	-	-	Q2	
84.40	0.737	4.22	40.0	20	42.0	21	18.0	9	-	-	-	-	Q3	
81.60	0.853	4.08	34.0	17	46.0	23	14.0	7	6.0	3	-	-	Q4	
83.60	0.800	4.18	40.0	20	40.0	20	18.0	9	2.0	1	-	-	Q5	
84.16	0.774	4.21	الأجمالي											

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

b. المرونة : بلغت قيمة الأهمية النسبية (83.92%) وهي نسبة عالية تؤكد اتفاق عينة البحث على معظم فقرات هذا المحور، حيث سجل الوسط الحسابي لهذا المحور (4.20) الذي يقع ضمن الفترة (4.2 إلى 5) وهذا يعني بأن اجابات العينة متجه نحو الاتفاق بشدة ، وانحراف معياري (0.743)، مما يشير الى مدى تجانس الاجابات بخصوص (المرونة) كما في الجدول (5) الآتي:

جدول (5) وصف إجابات العينة لفقرات البعد الثاني للسلوك الابداعي فنادق مدينة أربيل

الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات										الأبعاد	
			5		4		3		2		1			
			اجابات العينة والنسب المئوية											
			%	f	%	f	%	f	%	F	%	f		
82.80	0.80	4.1	36.0	18	46.0	2	14.0	7	4.0	2	-	-	Q6	X ₂ المرونة
83.60	0.69	4.1	32.0	16	56.0	2	10.0	5	2.0	1	-	-	Q7	
84.40	0.64	4.2	34.0	17	54.0	2	12.0	6	-	-	-	-	Q8	
86.80	0.65	4.3	44.0	22	46.0	2	10.0	5	-	-	-	-	Q9	

	8	4				3							
82.00	0.90	4.1	40.0	20	36.0	1	18.0	9	6.0	3	-	-	Q10
83.92	0.743	4.20	الأجمالي										

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

وقد توزعت مستويات أهمية فقرات بعد (المرونة) بين اعلى مستوى اجابة حققته الفقرة (Q9) بوسط حسابي بلغت قيمته (4.34) وبانحراف معياري (0.658) ، واهمية نسبية شكلت (86.80 %) ليؤكد ذلك اتفاق معظم افراد عينة البحث على هذه الفقرة ، بما يرجح (مواجهة ادارة الفنادق للمسؤوليات المترتبة بشكل جدي)، بينما الفقرة (Q10) حققت ادنى مستوى اجابة بين فقرات (المرونة) اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لها (4.10) وكان الانحراف المعياري قد سجل (0.909) ، واهمية نسبية شكلت (82.00 %) ليؤكد ذلك اتفاق بعض افراد عينة البحث أن ادارة الفندق تعمل على تلافي الاخطاء بما يتناسب وطبيعة العمل).

c. **الطلاقة:** بلغت قيمة الأهمية النسبية (84.56%) وهي نسبة عالية تؤكد اتفاق عينة البحث على معظم فقرات هذا المحور، حيث سجل الوسط الحسابي لهذا المحور (4.23) الذي يقع ضمن الفترة (4.20 إلى 5) وهذا يعني بأن اجابات العينة متجه نحو الاتفاق بشدة ، وانحراف معياري (0.752)، مما يشير الى مدى تجانس الاجابات بخصوص (الطلاقة) كما في الجدول (6) .

d.

جدول (6) وصف إجابات العينة لفقرات البعد الثالث للسلوك الإبداعي لفنادق مدينة أربيل

الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات										الأبعاد											
			1					2						3										
			4					5						اجابات العينة والنسب المئوية										
			%		f		%		f		%			f		%		f						
86.40	0.71	4.3	46.0		23		40.0		20		14.0		7		-		-		-		-		Q11	X ₃ الطلاقة
83.20	0.81	4.1	38.0		19		44.0		22		14.0		7		4.0		2		-		-		Q12	
84.40	0.76	4.2	38.0		19		50.0		25		8.0		4		4.0		2		-		-		Q13	
83.60	0.66	4.1	32.0		16		54.0		27		14.0		7		-		-		-		-		Q14	
85.20	0.80	4.2	46.0		23		36.0		18		16.0		8		2.0		1		-		-		Q15	
84.56	0.752	4.23	الأجمالي																					

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

وقد توزعت مستويات أهمية فقرات بعد (الطلاقة) بين اعلى مستوى اجابة حققته الفقرة (Q11) بوسط حسابي بلغت قيمته (4.32) وبانحراف معياري (0.713) ، واهمية نسبية شكلت (86.40 %) ليؤكد ذلك اتفاق معظم افراد عينة البحث على هذه الفقرة ، بما يرجح (الاسترسال بالكلام وبشكل متماسك ومبسط)، بينما الفقرة (Q12) حققت ادنى مستوى اجابة بين فقرات (الطلاقة) اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لها (4.16) وكان الانحراف المعياري قد سجل (0.817) ، واهمية نسبية شكلت (83.20 %) ليؤكد ذلك اتفاق بعض افراد عينة البحث على (انتاج واختيار الالفاظ المناسبة ذات المعنى الواحد).

ث- ادراك التفاصيل: بلغت قيمة الأهمية النسبية (85.84%) وهي نسبة عالية تؤكد اتفاق عينة البحث على معظم فقرات هذا المحور، حيث سجل الوسط الحسابي لهذا المحور (4.29) الذي يقع ضمن الفترة (4.20 إلى 5) وهذا يعني بأن اجابات العينة متجه نحو الاتفاق بشدة ، وانحراف معياري (0.713)، مما يشير الى مدى تجانس الاجابات بخصوص (ادراك التفاصيل) كما في الجدول (7)

جدول (7) وصف إجابات العينة لفقرات البعد الرابع للسلوك الإبداعي لفنادق مدينة أربيل

الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات										الأبعاد											
			1					2						3										
			4					5						اجابات العينة والنسب المئوية										
			%		f		%		f		%			f		%		f						
86.00	0.73	4.3	46.0		23		38.0		19		16.0		8		-		-		-		-		Q16	X ₄

85.60	0.67 1	4.2 8	40.0	20	48.0	24	12.0	6	-	-	-	-	Q17	ادراك التفاصيل
87.60	0.63 5	4.3 8	46.0	23	46.0	23	8.0	4	-	-	-	-	Q18	
87.20	0.69 3	4.3 6	48.0	24	40.0	20	12.0	6	-	-	-	-	Q19	
82.80	0.83 3	4.1 4	38.0	19	42.0	21	16.0	8	4.0	2	-	-	Q20	
85.84	0.713	4.29	الأجمالي											

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

وقد توزعت مستويات أهمية فقرات بعد (ادراك التفاصيل) بين اعلى مستوى اجابة حققته الفقرة (Q18) بوسط حسابي بلغت قيمته (4.38) وبانحراف معياري (0.635) ، واهمية نسبية شكلت (87.60 %) ليؤكد ذلك اتفاق معظم افراد عينة البحث على هذه الفقرة ، بما يرجح على (تنظيم الافكار وتطويرها) ، بينما الفقرة (Q20) حققت ادنى مستوى اجابة بين فقرات (ادراك التفاصيل) اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لها (4.14) وكان الانحراف المعياري قد سجل (0.833) ، وأهمية نسبية شكلت (82.80 %) ليؤكد ذلك اتفاق بعض افراد عينة البحث على (ايجاد الحلول للمشاكل ووضع البدائل).

ج - حل المشكلات: بلغت قيمة الأهمية النسبية (83.84%) وهي نسبة عالية تؤكد اتفاق عينة البحث على معظم فقرات هذا المحور، حيث سجل الوسط الحسابي لهذا المحور (4.19) الذي يقع ضمن الفترة (3.40 إلى 4.19) وهذا يعني بأن اجابات العينة متجه نحو الاتفاق ، وانحراف معياري (0.790)، مما يشير الى مدى تجانس الاجابات بخصوص (حل المشكلات) كما في الجدول (8) الآتي:

جدول (8) وصف إجابات العينة لفقرات البعد الخامس للسلوك الابداعي فنادق مدينة أربيل

C.V %	الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات										الأبعاد	
				5		4		3		2		1			
				اجابات العينة والنسب المئوية											
				%	f	%	f	%	f	%	f	%	f		
15.6 3	83.2 0	0.65 0	4.1 6	30.0	15	56.0 0	28	14.0 0	7	-	-	-	-	Q2 1	X ₅ حل المشكلات
18.3 5	86.0 0	0.78 9	4.3 0	48.0	24	36.0 0	18	14.0 0	7	2.0	1	-	-	Q2 2	
17.2 2	83.6 0	0.72 0	4.1 8	34.0	17	52.0 0	26	12.0 0	6	2.0	1	-	-	Q2 3	
19.6 4	83.2 0	0.81 7	4.1 6	40.0	20	38.0 0	19	20.0 0	10	2.0	1	-	-	Q2 4	
23.4 6	83.2 0	0.97 6	4.1 6	46.0	23	34.0 0	17	10.0 0	5	10.0 0	5	-	-	Q2 5	
	83.8 4	0.790	4.19	الأجمالي											

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

وقد توزعت مستويات أهمية فقرات بعد (حل المشكلات) بين اعلى مستوى اجابة حققته الفقرة (Q22) بوسط حسابي بلغت قيمته (4.30) وبانحراف معياري (0.789) ، واهمية نسبية شكلت (86.00 %) ليؤكد ذلك اتفاق معظم افراد عينة البحث على هذه الفقرة ، بما يرجح (وضع الحلول الاستباقية) ، بينما الفقرة (Q25) حققت ادنى مستوى اجابة بين فقرات (حل المشكلات) اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لها (4.16) وكان الانحراف المعياري قد سجل (0.976) ، وأهمية نسبية شكلت (83.20 %) وبأعلى معامل اختلاف (23.46%)، ليؤكد ذلك اتفاق بعض افراد عينة البحث على (دراسة الحاجات في البيئة المحيطة).

ويتضح من الجدول (9) أن قيمة الوسط الحسابي الموزون لمتغير (السلوك الابداعي) بلغت (4.22) الذي يقع ضمن الفترة (4.20 إلى 5) وهذا يعني بان اجابات العينة متجه نحو الاتفاق بشدة ، وبانحراف معياري (0.754) ، والذي يشير الى مدى تجانس في اجابات العينة بخصوص هذا المتغير، في حين سجلت الأهمية النسبية (84.46%) وهي نسبة عالية تؤكد الاتفاق على معظم فقرات (السلوك الابداعي).

جدول (9) مستوى أهمية المتغير المستقل الثاني للسلوك الابداعي لفنادق مدينة أربيل

الترتيب	مستوى استجابة أفراد العينة	الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي الموزون	المتغيرات	الرمز
الثالث	مرتفع	84.16	0.774	4.21	الإصالة	X1
الرابع	مرتفع	83.92	0.743	4.20	المرونة	X2
الثاني	مرتفع	84.56	0.752	4.23	الطلاقة	X3
الأول	مرتفع	85.84	0.713	4.29	ادراك التفاصيل	X4
الخامس	مرتفع	83.84	0.790	4.19	حل المشكلات	X5
المستقل الثاني	مرتفع	84.46	0.754	4.22	السلوك الابداعي	X

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

ان قياس مستوى الاهمية والوسط الحسابي والانحراف المعياري للمتغير المستقل (السلوك الابداعي) بينت أن الحصة الأكبر من الاجابات لعينة البحث كانت لـ (ادراك التفاصيل) ، وهذا يدل على أهمية (تقديم تفاصيل متعددة كتوضيح استراتيجية أو تفصيل موضوع غامض) من خلال (تنظيم الأفكار وتطويرها) و(تقديم التفاصيل المحددة وتفسير المواقف الغامضة) ، ثم (الطلاقة) والتي تتمثل بـ(التحدث مطولا بشكل متماسك واستخدام اللغة بصورة مبدعة وخلاقة بالإضافة للقدرة على تصوير الأفكار) من خلال (الاسترسال بالكلام وبشكل متماسك وبمبسطة) و (القابلية الابداعية لتقديم تفاصيل متعددة).

وللمقارنة بين محاور (السلوك الابداعي) من حيث الأهمية النسبية يلاحظ أن (ادراك التفاصيل) حصل على أعلى مستوى أهمية بواقع (85.84 %) ، و سجلت (حل المشاكل) أدنى مستوى بواقع (83.84 %) .

4.2 تحليل استجابات عينة البحث عن المتغير المعتمد (رضا الضيف) :

تضمنت استبانة البحث في محورها الخاص بقياس رضا الضيف (20) سؤالاً موزعة على (4) أبعاد ، لاجاد مدى توافر رضا الضيف (عينة البحث) ، وكانت نتائج اجابات العينة لهذا المحور كما يأتي :

a. نظام الشكاوي: بلغت قيمة الأهمية النسبية (76.64 %) وهي نسبة عالية تؤكد اتفاق عينة البحث على معظم فقرات هذا المحور، حيث سجل الوسط الحسابي لهذا المحور (3.83) الذي يقع ضمن الفترة (3.40 إلى 4.19) وهذا يعني بأن اجابات العينة متجه نحو الاتفاق ، وانحراف معياري (0.904)، مما يشير الى مدى تجانس الاجابات بخصوص (نظام الشكاوي) كما في الجدول (10).

جدول (10) وصف إجابات العينة لفقرات البعد الاول لرضا الضيف فنادق مدينة أربيل

الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات										الأبعاد	
			5		4		3		2		1			
			اجابات العينة والنسب المئوية											
%	F	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	Y ₁ نظام الشكاوي		
77.6	0.849	3.88	24.0	12	46.0	23	24.0	12	6.0	3	-		-	Q26
77.6	0.746	3.88	20.0	10	50.0	25	28.0	14	2.0	1	-		-	Q27
75.2	0.938	3.76	24.0	12	38.0	19	28	14	10.0	5	-		-	Q28
73.6	1.019	3.68	22.0	11	42.0	21	18.0	9	18.0	9	-		-	Q29
79.2	0.968	3.96	32.0	16	44.0	22	12.0	6	12.0	6	-		-	Q30
76.64	0.904	3.83	الأجمالي											

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

وقد توزعت مستويات أهمية فقرات بعد (نظام الشكاوي) بين اعلى مستوى اجابة حققته الفقرة (Q30) بوسط حسابي بلغت قيمته (3.96) وبانحراف معياري (0.968) ، وأهمية نسبية شكلت (79.2%) ليؤكد ذلك اتفاق كل افراد عينة البحث على هذه الفقرة ، بما يرجح (ان المنظمة تعمل على تلبية كل رغبات ضيوفها) ، بينما الفقرة (Q29) حققت ادنى مستوى اجابة بين فقرات (نظام الشكاوي) اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لها (3.68) وكان الانحراف المعياري قد سجل (1.019) ، وأهمية نسبية شكلت (73.6%) ليؤكد ذلك اتفاق أغلب افراد عينة البحث على أن (المنظمة تقدم خدمات جودة عالية لكسب رضا ضيوفها).

b. مسوحات رضا الضيف: بلغت قيمة الأهمية النسبية (79.04 %) وهي نسبة عالية تؤكد اتفاق عينة البحث على معظم فقرات هذا المحور، حيث سجل الوسط الحسابي لهذا المحور (3.95) الذي يقع ضمن الفترة (3.40 إلى 4.19) وهذا يعني بأن اجابات العينة متجه نحو الاتفاق ، وانحراف معياري (0.906)، مما يشير الى مدى تجانس الاجابات بخصوص (مسوحات رضا الضيف) كما في الجدول (11) الآتي:

c.

جدول (11) وصف إجابات العينة لفقرات البعد الثاني لرضا الضيف فنادق مدينة أربيل

C.V %	الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات								الأبعاد		
				5		4		3		2			1	
				اجابات العينة والنسب المئوية										
				%	f	%	f	%	f	%	f			
21.02	80.40	0.845	4.02	34.0	17	36.0	18	28.0	14	2.0	1	-	-	Q31
21.83	79.60	0.869	3.98	30.0	15	44.0	22	20.0	10	6.0	3	-	-	Q32
23.31	78.00	0.909	3.90	30.0	15	36.0	18	28.0	14	6.0	3	-	-	Q33
21.62	80.40	0.869	4.02	30.0	15	50.0	25	12.0	6	8.0	4	-	-	Q34
27.01	76.80	1.037	3.84	28.0	14	46.0	23	8.0	4	18.0	9	-	-	Q35
	79.04	0.906	3.95	الأجمالي										

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

وقد توزعت مستويات أهمية فقرات بعد (مسوحات رضا الضيف) بين اعلى مستوى اجابة حققته الفقرة (Q31) بوسط حسابي بلغت قيمته (4.02) وانحراف معياري (0.845) ، واهمية نسبية شكلت (80.40 %) وبمعامل اختلاف (21.02%) ليؤكد ذلك اتفاق معظم افراد عينة البحث على هذه الفقرة ، بما يرجح (أن ادارة الفندق تجمع المنظمة المعلومات والبيانات وتستخدم الاستبانة كمقياس لرضاهم) ، بينما الفقرة (Q35) حققت ادنى مستوى اجابة بين فقرات (مسوحات رضا الضيف) اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لها (3.84) وكان الانحراف المعياري قد سجل (1.037) ، وأهمية نسبية شكلت (76.80 %) ليؤكد ذلك اتفاق بعض افراد عينة البحث على أن (ادارة الفندق تجري مسوحات دورية لمقياس رضا الضيف).

d. التسويق الخفي : بلغت قيمة الأهمية النسبية (76.96 %) وهي نسبة عالية تؤكد اتفاق عينة البحث على معظم فقرات هذا المحور، حيث سجل الوسط الحسابي لهذا المحور (3.85) الذي يقع ضمن الفترة (3.40 إلى 4.19) وهذا يعني بأن اجابات العينة متجه نحو الاتفاق ، وانحراف معياري (0.883)، مما يشير الى مدى تجانس الاجابات بخصوص (التسويق الخفي) كما في الجدول (12) التالي:

جدول (12) وصف إجابات العينة لفقرات البعد الثالث لرضا الضيف في فنادق مدينة أربيل

الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات								الأبعاد		
			5		4		3		2			1	
			اجابات العينة والنسب المئوية										
			%	f	%	f	%	f	%	f			
71.60	0.859	3.58	12.0	6	44.0	22	36.0	18	6.0	3	2.0	1	Q36
76.40	0.983	3.82	28.0	14	38.0	19	22.0	11	12.0	6	-	-	Q37
76.40	0.850	3.82	18.0	9	56.0	28	16.0	8	10.0	5	-	-	Q38
80.40	0.820	4.02	32.0	16	40.0	20	26.0	13	2.0	1	-	-	Q39
80.00	0.904	4.00	32.0	16	44.0	22	16.0	8	8.0	4	-	-	Q40
76.96	0.883	3.85	الأجمالي										

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

وقد توزعت مستويات أهمية فقرات بعد (التسويق الخفي) بين اعلى مستوى اجابة حققته الفقرة (Q39) بوسط حسابي بلغت قيمته (4.02) وانحراف معياري (0.820) ، واهمية نسبية شكلت (80.40 %) ليؤكد ذلك اتفاق معظم افراد عينة البحث على هذه الفقرة ، بما يرجح (أن الادارة تهتم بضيوفها حال توقفهم عن الاتصال وتبذل جهودا لاستعادتهم)، بينما الفقرة (Q36) حققت ادنى مستوى اجابة بين فقرات (التسويق الخفي) اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لها (3.58) وكان الانحراف المعياري قد سجل (0.859) ، وأهمية نسبية شكلت (71.60 %) ليؤكد ذلك اتفاق بعض افراد عينة البحث على (أن هناك فريق مختص يتقصد دور الضيف للاطلاع على اسلوب العمل داخل الفندق).

e. تحليل خسارة الضيف : بلغت قيمة الأهمية النسبية (79.2 %) وهي نسبة عالية تؤكد اتفاق عينة البحث على معظم فقرات هذا المحور، حيث سجل الوسط الحسابي لهذا المحور (3.96) الذي يقع ضمن الفترة (3.40 إلى 4.19) وهذا يعني بأن اجابات العينة متجه نحو الاتفاق ، وانحراف معياري (0.898)، مما يشير الى مدى تجانس الاجابات بخصوص (تحليل خسارة الضيف) كما في الجدول (13) الآتي:

جدول (13) وصف إجابات العينة لفقرات البعد الرابع لرضا الضيف فنادق مدينة أربيل

الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات										الأبعاد
			5		4		3		2		1		
			اجابات العينة والنسب المنوية										
			%	f	%	f	%	f	%	f	%	F	
81.60	0.778	4.08	30.0	15	52.0	26	14.0	7	4.0	2	-	-	Q41
80.40	0.795	4.02	28.0	14	50.0	25	18.0	9	4.0	2	-	-	Q42
78.40	0.986	3.92	30.0	15	46.0	23	10.0	5	14.0	7	-	-	Q43
78.40	0.900	3.92	30.0	15	38.0	19	26.0	13	6.0	3	-	-	Q44
77.20	1.030	3.86	34.0	17	30.0	15	24.0	12	12.0	6	-	-	Q45
79.2	0.898	3.96	الاجمالي										

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

وقد توزعت مستويات أهمية فقرات بعد (تحليل خسارة الضيف) بين اعلى مستوى اجابة حققته الفقرة (Q41) بوسط حسابي بلغت قيمته (4.08) وانحراف معياري (0.778) ، واهمية نسبية شكلت (81.60%) ليؤكد ذلك اتفاق معظم افراد عينة البحث على هذه الفقرة ، بما يرجح (التحدث بشكل مباشر مع الضيوف لاستطلاع وجهات نظرهم بالخدمات المقدمة) ، بينما الفقرة (Q45) حققت ادنى مستوى اجابة بين فقرات (تحليل خسارة الضيف) اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لها (3.86) وكان الانحراف المعياري قد سجل (1.030) ، وأهمية نسبية شكلت (77.20 %) ليؤكد ذلك اتفاق بعض افراد عينة البحث على (أن تقديم الخدمات يتم وفق مقترحات ومتطلبات الضيوف). وعليه يتضح من الجدول (14) أن الوسط الحسابي الموزون ل(رضا الضيف) بلغ(3.90) والذي يقع ضمن الفترة (3.40 إلى 4.19) وهذا يعني بان اجابات العينة متجه نحو الاتفاق بشدة، وانحراف معياري (0.898) ، والذي يشير الى مدى تجانس في اجابات العينة بخصوص هذا المتغير، في حين سجلت الأهمية النسبية (77.96%) وهي نسبة عالية تؤكد اتفاق العينة على معظم فقرات(رضا الضيف).

جدول (14) مستوى أهمية المتغير التابع رضا الضيف فنادق مدينة أربيل

الترتيب	مستوى استجابة أفراد العينة	الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي الموزون	المتغيرات	الرمز
الرابع	جيد	76.64	0.904	3.83	نظام الشكاوي	Y1
الثاني	جيد	79.04	0.906	3.95	مسوحات رضا الضيف	Y2
الثالث	جيد	76.96	0.883	3.85	التسويق الخفي	Y3
الأول	جيد	79.20	0.898	3.96	تحليل خسارة الضيف	Y4
التابع	جيد	77.96	0.898	3.90	رضا الضيف	Y

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

ان قياس مستوى الأهمية والوسط الحسابي والانحراف المعياري للمتغير التابع (رضا الضيف) بينت أن الحصة الأكبر من الاجابات لعينة البحث كانت لـ (تحليل خسارة الضيف) ، وهذا يدل على أهمية (التواصل مع الضيوف الذين توقفوا عن شراء الخدمات للتعرف على الاسباب) من خلال (تقديم الخدمات وفق مقترحات ومتطلبات الضيوف)، ثم (مسوحات رضا الضيف) والتي تتمثل بـ (ارسال استبانة أو اجراء اتصالات هاتفية لعينة عشوائية لمعرفة وجهة نظرهم اتجاه الخدمات المقدمة) من خلال (جمع المنظمة للمعلومات لقياس رضا الضيوف) وللمقارنة بين محاور (رضا الضيف) من حيث الأهمية النسبية يلاحظ أن محور (تحليل خسارة الضيف) حصل على أعلى مستوى أهمية نسبية بواقع (79.20%) ، و سجل محور (نظام الشكاوي) أدنى مستوى بواقع (76.64%) ،

ثانياً: اختبار فرضيات الارتباط والتأثير :

لاختبار الفرضيات بين(السلوك الإبداعي) وأبعاده مع (رضا الضيف) وابعاده، تم اختبار (Z - TEST) و اختبار معامل الارتباط بين المتغيرات لتفسير قوة واتجاه الارتباط بين متغيرات الفرضية، فاذا كان قيمة معامل الارتباط محصورة بين (0.50) و(1)الصحيح دل ذلك على قوة العلاقة الارتباطية ، وظهور العلامة (**) أو(*) في نتائج برنامج التحليل الاحصائي SPSS v24 ليؤكد معنوية العلاقة الارتباطية بين المتغيرين عند مستوى دلالة (0.01)و(0.05)على التوالي، وسيختبر في هذه الفقرة الفرضيات الاتية:

1. فرضيات الارتباط :

الفرضية الرئيسية الأولى: (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين السلوك الابداعي و رضا الضيف) وتتنبثق منها خمس فرضيات ثانوية و على النحو الآتي:

- توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين الاصاله و رضا الضيف.
 - توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين المرونة و رضا الضيف.
 - توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين الطلاقه و رضا الضيف.
 - توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين ادراك التفاصيل و رضا الضيف.
 - توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين حل المشكلات و رضا الضيف.
- كانت نتائج اختبار فرضيات الارتباط بين السلوك الابداعي بأبعاده المستقلة (الاصالة، المرونة، الطلاقه و ادراك التفاصيل وحل المشكلات) وبين المتغير التابع المتمثل بـ(رضا الضيف) وفق الجدول (15) وكالاتي
- a. قبول الفرضية الثانوية المنبثقة من الفرضية الرئيسية الاولى التي مفادها (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين الاصاله و رضا الضيف) ، إذ بلغت قيمة Z المحتسبة (2.646) وهي معنوية كونها أكبر من قيمة Z الجدولية البالغة (2.58) ، بينما سجلت قيمة معامل الارتباط (0.378**) ليرسخ ذلك الارتباط الطردي بين الاصاله و رضا الضيف على وفق اراء عينة البحث.
- b. رفض الفرضية الثانوية المنبثقة من الفرضية الرئيسية الاولى التي مفادها (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين (المرونة و رضا الضيف) ، إذ بلغت قيمة Z المحتسبة (1.463) وهي غير معنوية كونها أصغر من قيمة Z الجدولية البالغة (1.96) ، وسجلت قيمة معامل الارتباط (0.209) ليرسخ ذلك الارتباط الضعيف بين المرونة و رضا الضيف على وفق اراء عينة البحث.
- c. رفض الفرضية الثانوية المنبثقة من الفرضية الرئيسية الاولى التي مفادها (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين الطلاقه و رضا الضيف) ، إذ بلغت قيمة Z المحتسبة (1.043) وهي غير معنوية كونها أصغر من قيمة Z الجدولية البالغة (1.96) ، وسجلت قيمة معامل الارتباط (0.149) ليرسخ ذلك الارتباط الضعيف بين الطلاقه و رضا الضيف على وفق اراء عينة البحث.
- d. قبول الفرضية الثانوية المنبثقة من الفرضية الرئيسية الاولى التي مفادها (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين ادراك التفاصيل و رضا الضيف) ، إذ بلغت قيمة Z المحتسبة (2.912) وهي معنوية كونها أكبر من قيمة Z الجدولية البالغة (2.58) ، وسجلت قيمة معامل الارتباط (0.416**) ليرسخ ذلك وجود ارتباط طردي بين ادراك التفاصيل و رضا الضيف على وفق اراء عينة البحث.
- e. رفض الفرضية الثانوية المنبثقة من الفرضية الرئيسية الاولى التي مفادها (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين حل المشكلات و رضا الضيف) ، إذ بلغت قيمة Z المحتسبة (1.071) وهي غير معنوية كونها أصغر من قيمة Z الجدولية البالغة (1.65) ، وسجلت قيمة معامل الارتباط (0.153) ليرسخ ذلك الارتباط الضعيف بين حل المشكلات و رضا الضيف على وفق اراء عينة البحث.
- f. قبول الفرضية الرئيسية الاولى (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين السلوك الابداعي و رضا الضيف) ، إذ بلغت Z المحتسبة (3.402) وهي معنوية كونها أكبر من Z الجدولية البالغة (2.58) ، بينما سجلت قيمة معامل الارتباط بين (0.486**) ليرسخ ذلك ارتباط السلوك الابداعي و رضا الضيف.

جدول (15) نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الاولى لفنادق مدينة أربيل

التفسير	اختبار Z			معامل الارتباط بين متغيرين	المتغير التابع	المتغير المستقل
	Sig.	قيمة Z الجدولية	قيمة Z المحتسبة			
وجود ارتباط طردي معنوي بين الاصاله و رضا الضيف مع قبول الفرضية الثانوية الاولى	0.007	2.58	2.646	0.378**	رضا الضيف	الاصالة
عدم وجود ارتباط معنوي بين المرونة و رضا الضيف مع رفض الفرضية الثانوية الثانية	0.145	1.96	1.463	0.209		المرونة
عدم وجود ارتباط معنوي بين الطلاقه و رضا الضيف مع رفض الفرضية الثانوية الثالثة	0.301	1.96	1.043	0.149		الطلاقه

وجود ارتباط طردي معنوي بين ادراك التفاصيل ورضا الضيف مع قبول الفرضية الثانوية الرابعة	0.003	2.58	2.912	0.416**		ادراك التفاصيل
عدم وجود ارتباط معنوي بين حل المشكلات ورضا الضيف مع رفض الفرضية الثانوية الخامسة	0.290	1.96	1.071	0.153		حل المشكلات
وجود ارتباط طردي بين السلوك الابداعي ورضا الضيف مع قبول الفرضية الرئيسية الاولى	0.000	2.58	3.402	0.486**		السلوك الابداعي
* تشير إلى أن العلاقة معنوية بين المتغيرين عند مستوى معنوية 0.05						
** تشير إلى أن العلاقة معنوية بين المتغيرين عند مستوى معنوية 0.01						

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

2. اختبار فرضيات التأثير: تم تطبيق اختبار F (F-test) لمعرفة معنوية التأثير للمتغير المستقل (السلوك الابداعي) في المتغير المعتمد (رضا الضيف) ، فاذا كانت القيمة الاحتمالية Sig. أقل من مستوى المعنوية البالغ (0.05) يدل ذلك على وجود تأثير ذو دلالة معنوية، والعكس صحيح ، واذا كانت القيمة المحسوبة لـ(F) أكبر من قيمتها الجدولية الاحتمالية يدل على وجود تأثير ذو دلالة احصائية ، وكذلك تم استخراج معامل التحديد (R^2) التي تبين نسبة تفسير (المتغير المستقل) بمتغير (رضا الضيف).

الفرضية الرئيسية الثانية: (يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للسلوك الابداعي في رضا الضيف) وتنبثق منها الفرضيات الثانوية وعلى النحو الاتي:

- يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للاصالة في رضا الضيف.
- يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للمرونة في رضا الضيف.
- يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للطلاق في رضا الضيف.
- يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية لادراك التفاصيل في رضا الضيف.
- يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية لحل المشكلات في رضا الضيف.

أما نتائج الفرضية الرئيسية الثانية يبينها الجدول (14) كالاتي :

a. وجود تأثير ذي دلالة احصائية ل(الاصالة) في (رضا الضيف) ، اذ بلغت قيمة F المحتسبة (8.009) وهي معنوية ، كونها أكبر من قيمة F الجدولية البالغة (4.0848) عند مستوى معنوية (0.05) وهذا يعني قبول الفرضية (يوجد تأثير ذو دلالة احصائية ل(الاصالة) في(رضا الضيف) وبلغت قيمة معامل التحديد (0.143 %) التي تشير الى تأثير ومساهمة (الاصالة) ب(رضا الضيف).

$$\hat{Y} = 1.866 + 0.482 x_1$$

b. عدم وجود تأثير ذي دلالة احصائية ل(المرونة) في(رضا الضيف)، اذ بلغت F المحتسبة(2.196) وهي غير معنوية ، كونها أصغر من F الجدولية البالغة (4.0848) عند مستوى معنوية (0.05) وهذا يعني رفض الفرضية (يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لمتغير (المرونة) في (رضا الضيف) وبلغت قيمة معامل التحديد (0.044 %) التي تشير الى نسبة تأثير (المرونة) ب(رضا الضيف).

$$\hat{Y} = 2.779 + 0.266 x_2$$

c. لا يوجد تأثير ذي دلالة احصائية ل (الطلاق) في(رضا الضيف)، اذ بلغت قيمة F المحتسبة (1.094) وهي غير معنوية ، كونها أصغر من قيمة F الجدولية البالغة (4.0848) عند مستوى معنوية (0.05) وهذا يعني رفض الفرضية (يوجد تأثير ذو دلالة احصائية ل(الطلاق) في(رضا الضيف) وبلغت قيمة معامل التحديد (0.022 %) التي تشير لتأثير (الطلاق) ب(رضا الضيف).

$$\hat{Y} = 3.007 + 0.210 x_3$$

d. يوجد تأثير ذي دلالة احصائية ل (ادراك التفاصيل) في(رضا الضيف)، اذ بلغت F المحتسبة (10.047) وهي معنوية ، كونها أكبر من F الجدولية البالغة (4.0848) عند مستوى معنوية (0.05) وهذا يعني قبول الفرضية (يوجد تأثير ذو دلالة احصائية ل(ادراك التفاصيل) في(رضا الضيف)) وبلغ معامل التحديد (0.173%) مما يشير لنسبة تأثير(ادراك التفاصيل) ب(رضا الضيف).

$$\hat{Y} = 1.390 + 0.583 x_4$$

e. لا يوجد تأثير ذي دلالة احصائية ل(حل المشكلات) في(رضا الضيف) اذ بلغت F المحتسبة (1.147) وهي غير معنوية ، كونها أصغر من F الجدولية البالغة (4.0848) عند مستوى معنوية (0.05) وهذا يعني رفض الفرضية

(يوجد تأثير ذو دلالة احصائية ل(حل المشكلات) في رضا الضيف اذ بلغ معامل التحديد (0.023 %) التي تشير لتأثير(حل المشكلات) ب (رضا الضيف).

$$\hat{Y} = 3.120 + 0.184 x_5$$

f. وجود تأثير ذي دلالة احصائية لمتغير (السلوك الابداعي) في(رضا الضيف) ، اذ بلغت قيمة F المحسوبة (14.805) وهي معنوية ، كونها أكبر من قيمة F الجدولية البالغة (4.0848) عند مستوى معنوية (0.05) وهذا يعني قبول الفرضية (يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لمتغير (السلوك الابداعي) في (رضا الضيف)) وبلغت قيمة معامل التحديد (0.236 %) التي تشير الى نسبة تأثير ومساهمة (السلوك الابداعي) ب(رضا الضيف).

$$\hat{Y} = 1.128 + 1.189 x$$

الجدول (14) نتائج اختبار فرضيات التأثير للسلوك الابداعي في رضا الضيف لفنادق مدينة أربيل

التفسير	F- test			معامل التحديد R ²	معامل الانحدار β	الحد الثابت a	المتغيرات	
	القيمة الاحتمالية sig.	الجدولية	المحسوبة				المعتمد	المستقل
يوجد تأثير	0.007	4.0848	8.009	0.143	0.482	1.866	رضا الضيف	الاصالة
لا يوجد تأثير	0.145		2.196	0.044	0.266	2.779		المرونة
لا يوجد تأثير	0.301		1.094	0.022	0.210	3.007		الطلاقة
يوجد تأثير	0.003		10.047	0.173	0.583	1.390		ادراك التفاصيل
لا يوجد تأثير	0.209		1.147	0.023	0.184	3.120		حل المشكلات
يوجد تأثير	0.000		14.805	0.236	1.189	1.128		السلوك الابداعي

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

يوضح الجدول السابق قيمة معامل التحديد (0.236%) أي ان المتغير المستقل (السلوك الابداعي) يفسر التباين الحاصل في (رضا الضيف) بنسبة 24% . ويوضح الاختبار معنوية الانحدار ونلاحظ قيمة sig. هي (0.000) وهي أقل من 0.05 وبالتالي نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل أي يوجد تأثير للمتغير المستقل في المتغير التابع ونستطيع التنبؤ بالمتغير التابع من خلاله .

4.3. الانحدار الخطي المتعدد بين الأبعاد الثانوية للمتغير المستقل (مجتمعين) ورضا الضيف :

تم تطبيق اسلوب الانحدار الخطي المتعدد لبيان تأثير الأبعاد الثانوية مجتمعة في رضا الضيف وكالاتي :
وجود تأثير لأبعاد السلوك الابداعي مجتمعين في رضا الضيف ، اذ بلغت قيمة F المحسوبة (3.505) وهي معنوية كونها أكبر من قيمة f الجدولية البالغة (2.4495) عند مستوى معنوية (0.05) وبلغت قيمة معامل التحديد R² (0.285) مؤشرا نسبة تفسير هذه الأبعاد مجتمعين في متغير رضا الضيف والجدول (15) يوضح ذلك ، لتصبح معادلة الانحدار الخطي المتعدد بينهم كالاتي :

$$Y = 0.967 + 0.329 X_1 + 0.151 X_2 + 0.059 X_3 + 0.466 X_4 + 0.143 X_5$$

جدول (15) نتائج اختبار الانحدار المتعدد بين ابعاد المتغير المستقل الثاني مجتمعين ورضا الضيف لفنادق مدينة أربيل

التحليل	F-Test			معامل التحديد R ² %	معامل الانحدار بيتا B	الحد الثابت a	المتغيرات	
	Sig.	قيمة F الجدولية	قيمة F المحسوبة				التابع	المستقل الثاني
يوجد تأثير لأبعاد السلوك الابداعي مجتمعين في	0.009	2.4495	3.505	0.285	0.329	0.967	رضا الضيف	الاصالة
								المرونة
								الطلاقة
								ادراك التفاصيل

رضا الضيف					0.143		حل المشكلات
-----------	--	--	--	--	-------	--	-------------

المصدر : اعداد الباحث حسب مخرجات برنامج SPSS v24

5. الاستنتاجات والتوصيات

5.1. الاستنتاجات

1. توجد علاقة ارتباط معنوية بين الأبعاد (الاصاله و ادراك التفاصيل) و رضا الضيف .
2. لا توجد علاقة ارتباط معنوية بين (المرونة و الطلاقة و حل المشكلات) و رضا الضيف .
3. يوجد تأثير لمتغير (الاصاله و ادراك التفاصيل) ب(رضا الضيف).
4. لا يوجد تأثير للأبعاد (المرونة و الطلاقة و حل المشكلات) ب(رضا الضيف).
5. تتم تلبية رغبات الضيوف عبر جمع المعلومات واستخدام الاستبانة كقياس لرضاهم وتبذل الجهود لاستعادتهم عند فقدانهم والتحدث معهم مباشرة لاستطلاع وجهات نظرهم بالخدمات المقدمة .
6. حققت المتغيرات الثانوية (ادراك التفاصيل) و (الاصاله) أعلى قيمة تأثيرية في المتغير التابع (رضا الضيف) وهذا يدل على أن (تقديم تفصيلات متعددة كتوضيح استراتيجي أو تفصيل موضوع غامض) و (القدرة على توليد أفكار جديدة ونادرة ومفيدة وغير مكررة) يساعد في الشعور الايجابي المتولد عند الضيف على اثر تلبية احتياجاته بعد تجربة خدمة او منتج معين.
7. حقق (السلوك الابداعي) قيمة تأثيرية في (رضا الضيف) وهذا يدل على أن ادارات الفنادق تعمل على توليد وتطوير الافكار الجديدة لتوليد الشعور الايجابي للضيف واشباع رغباته وتلبية حاجاته.

5.2. التوصيات

1. وضع نظام لمراقبة حالة الاشباع لدى الضيف بدقة عبر الاتصال المباشر .
2. تحديد المشكلات ونقاط القوة والضعف عبر نظام لقياس ومراقبة رضا الضيف .
3. التفكير بطرق مختلفة وعدم التعصب لفكرة ما لضمان توليد وتطوير أفكار جديدة تحقق السلوك الابداعي .
4. استخدام اللغة بصورة مبدعة وبتلقائية لتصوير الافكار، وتحقيق الشعور الايجابي لدى الضيف .
5. التفكير بطرق مختلفة للوصول الى أفكار متحركة وفعالة و التحدث باستخدام اللغة بصورة مبدعة وتلقائية لتحديد المشكلات بطريقة صحيحة لمعرفة الاخطاء الواردة و معالجتها بمقترحات الضيوف .
6. العمل على توليد الافكار الجديدة بطرق مختلفة و غير مألوفة بتقديم تفصيلات و تحديد المشكلات ونقاط الضعف لمعرفة الاخطاء الواردة و معالجتها بمقترحات الضيوف .
7. العمل دائما على تعزيز السلوك الابداعي من خلال الافكار المتجددة لاشباع رغبات الضيوف وتلبية حاجاتهم وضمان حصولهم على المعاملة التي ترضيهم وبالتالي تحقيق رضاهم.

المصادر

اولا: الكتب

- 1- عبد المعطي محمد عساف، 1999، السلوك الإداري التنظيمي في المنظمات المعاصرة، الاردن: مكتبة المحتسب.
- 2- الطائي و العبادي ، يوسف وهاشم ، 2009، إدارة العلاقات مع الزبون ، الطبعة الأولى، دار المعارف للنشر،الأردن .
- 3- Steven K . Thompson,(2012) **Sampling** ,Third Edition.
- 4- Jeroen , Jong De(2014) Leadership As A Determinant of Innovative Behavior Aconceptual Framework.
- 5- MicCarthy , Michael (2006) , Explorations in Corpus Linguistics , Cambridge University press 32 Avenue of the Americas , New York ,
- 6- Spence ,W.R.(2008) Innovation \The Communication of change in Ideas,(15^{ed})chapman Hall UK.
- 7- Kotler, Philip (2018) "Marketing Management", 15th edition, New Jersey, U.S.A
- 8- Kim , Jonghyeok &Suh , Euiho and Hwang , Hyunseok, (2012),"Amodel For evaluation the effectiveness of using the balanced scorecard.

ثانيا: الرسائل والاطاريح

- 9- ابو فزع، عاصم رشاد محمد، 2016 ، اختبار العلاقة بين جودة الخدمة، رضا الزبون وقيمة الزبون/دراسة مقارنة بين المصارف الاسلامية والمصارف التجارية في الاردن، رسالة ماجستير، كلية الاعمال، جامعة الشرق الاوسط، الاردن
- 10- السليفاني، فيان مصطفى(2013) ، الهندسة المتزامنة واثرها في التفوق التسويقي ، رسالة ماجستير، جامعة الموصل، كلية الادارة والاقتصاد.
- 11- العجلة، توفيق (2009) ، الابداع الإداري وعلاقته بالأداء الوظيفي لمديري القطاع العام :دراسة تطبيقية على وزارات قطاع غزة، رسالة ماجستير، فلسطين
- 12- الزعبي ، جمانة زياد محمد (2006) ، عوامل المناخ التنظيمي المؤثرة في السلوك الابداعي لدى المديرين في الوزارات الأردنية ، رسالة ماجستير ، كلية الدراسات العليا ، الجامعة الاردنية
- 13- محمديّة ، عمر جهاد عبد الرحيم (2016) ، أثر التمكين الوظيفي في السلوك الابداعي لدى العاملين هيئة تنشيط السياحة الأردنية دراسة حالة ، رسالة لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير كلية الأعمال الجامعة الشرق الأوسط

- Dorner , Nadin.(2012).Innovative work Behavior: The roles of employee expectations and effects on job performance , Dissertation For Doctoral, university of st. gallen, school of management, economics. -14
- Oukes T. (2010) . Innovative behavior : a case study at a tire manufacturer , Thesis for master , university of twente -15
- Hoque-Mohammad Enamui,(2013),Online Shopping Usability And Customer Expectation-A Study On-line Shopping Service In Bangladesh-Masters thesis in formation ,University Of Boras -16
- Wei, Q, Shi, X, Li, Q, & Chen, G, (2020, January),Enhancing Customer Satisfaction Analysis with a Machine Learning Approach: From a Perspective of Matching Customer Comment and Agent Note. In Proceedings of the 53rd Hawaii International Conference on System Sciences -17

ثالثا: الدوريات

- بلخضر ، مسعودة و بوخضير ، مريم ،2016، واقع تمكين العاملين بالمديرية العملية لاتصالات الجزائر بعناية وأثره على الابداع مجلة العلوم الاقتصادية ، جامعة باجي مختار بعناية ، الجزائر . -18
- خثير و مرايمي،محمد و اسماء،2017،العلاقة التفاعلية بين ابعاد جودة الخدمة ورضا الضيف بالمؤسسة" مجلة الريادة لاقتصاديات الاعمال،المجلد 3 العدد 4. -19
- شبيت،نظال،2014،السياسة التسعيرية واثرها في رضا الضيف"مجلة الادارة والاقتصاد/جامعة البصرة،العدد12المجلد6. -20
- سلامة ،محمد وليد سالم،2016 اثر ابعاد التمكين الاداري على السلوك الابداعي للموظفين في شركة الاتصالات الفلسطينية ، مجلة جامعة القدس المفتوحة للابحاث والدراسات الادارية والاقتصادية المجلد الثاني ع6 -21
- Slepian , Michael . L. & Ambady . Nalini (2012) . Fluid Movement and Creativity , Journal of Experimental Psychology Vol (10).NO (1). -22

دور العمليات الاجتماعية لخلق المعرفة في استثمار الفرص التسويقية
دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في مجموعة مصانع الالمنيوم PVC –
كركوك

**The role of social processes to create knowledge in investing
in marketing opportunities
an analytical study of the opinions of a sample of workers in
a group of aluminum PVC factories – Kirkuk**

أ.م.د ثامر عكاب حواس السراي
**Dr. Thamer Akab Hawass El
Serail**
كلية الادارة والاقتصاد/ جامعة تكريت
**Faculty of Administration and
Economics, Tikrit University**
Dr.thamerekab@tu.edu.iq

محمد جواد احمد الحمداني
**Researcher: Mohammad J. A. Al-
Hamdani**
كلية الادارة والاقتصاد/ جامعة تكريت
**Faculty of Administration and
Economics, Tikrit University**
Mo.jo1993m@gmail.com

المستخلص:

هدف البحث الى التعرف على دور العمليات الاجتماعية لخلق المعرفة في استثمار الفرص التسويقية للمصانع المبحوثة عن طريق دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في مجموعة مصانع الالمنيوم PVC - كركوك التي اختيرت ميدان للدراسة، استخدم البحث الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات، حدد حجم العينة على اساس جدول (موركان) بـ(140) استمارة كان منها (131) استمارة صالحة للتحليل وتم تحليلها باستخدام برنامج (SPSSv.25) وبرنامج (AMOS V.25).

توصل البحث الى وجود علاقة ارتباط واثر معنوية للعمليات الاجتماعية لخلق المعرفة في استثمار الفرص التسويقية، يوصي البحث بضرورة الاهتمام بالعمليات الاجتماعية لخلق المعرفة لضمان الوصول الى الابتكار والابداع المستمر من خلال استثمار الفرص مما يسهم ذلك في تحسين الوضع التنافسي للمصانع المبحوثة.

الكلمات المفتاحية: العمليات الاجتماعية لخلق المعرفة ، الفرص التسويقية ، معامل PVC.

Abstract:The aim of the research is to identify the role of social processes to create knowledge in investing marketing opportunities for the factories investigated through an analytical study of the opinions of a sample of workers in the group of aluminum PVC factories - Kirkuk, which was chosen as a field for study. (Morkan) with (140) forms, of which (131) are valid for analysis and were analyzed using (SPSSv.25) and (AMOS V.25).

The research found that there is a correlation and a moral effect of social processes to create knowledge in investing in marketing opportunities. The research recommends the need to pay attention to social processes to create knowledge to ensure access to continuous innovation and creativity by investing opportunities, which contributes to improving the competitive position of the factories surveyed.

Keywords: social processes of knowledge creation, Marketing Opportunities , PVC factories.

1. المقدمة

تمثل المعرفة حجر الاساس الذي تستند عليه المنظمات بشكل عام والمصانع بشكل خاص، ونظرا لما يحتويه عمل مصانع ال PVC من عمليات ابداعية وابتكارية تستند بطبيعتها على التفاعلات الاجتماعية وتكوين فرق العمل، فإن خلق المعرفة وطبيعة العمليات الاجتماعية او التنشئة الاجتماعية لخلق المعرفة تكون ضرورية وتعد

عامل اساسي يساهم في تطوير المصانع، وقد اصبح واضح للعيان اهمية المعرفة المتزايدة بسبب المنافسة لهذا سعت الدارسات لاستكشاف المفاهيم والمحددات التي من شأنها ان تساهم في الحفاظ واستثمار معارف العاملين وتطويرها بهدف تحقيق قيمة مضافة للزبون المستهدف.

أن المنافسة اليوم بين المنظمات قائمة على اساس اكتساب الحصة السوقية التي تحقق اهدافها تباعا، وهذه الحصة السوقية لا يمكن تحقيقها الا من خلال العمل المستمر في تطوير افكار جديدة أو خدمات جديدة أو حتى تغيير نماذج الأعمال التسويقية بشكل جديد وجذري لتحقيق الريادة في السوق اذا ما اخذنا بنظر الاعتبار الميل المتنامي للطلب تجاه هذه المنتجات، وبالتالي فان المصانع التي تريد أن تنجح في ظل الظروف الحالية من المفترض أن تجد طرقاً لزيادة قدرة وحداتهم على قراءة التغييرات التي تحدث في ميدان المنافسة والاستجابة لها بسرعة من خلال دعم العاملين لطرح افكارهم وتمكينهم وتطوير ثقافتهم، لانها تعد احد اهم اسباب النجاح والتفوق على المنافسين لما لها دور مهم للكشف عن مكامن وجود المعرفة أو خلقها التي تسهم في استثمار الفرص التسويقية للمصانع المبحوثة.

المبحث الاول:

2. الاطار المنهجي للدراسة

2.1 مشكلة الدراسة:

المنظمات تعمل في ظل منافسة شديدة ومستوى تطور مستمر ما يجعل البيئة التي تعمل بها تمتاز بانها سريعة التغيير، مصانع PVC تواجه ذات البيئة ما يحجم عليها مواكبة التطورات والاخذ بالتوجهات المتنامية وتبعاً لذلك فان المنافسة تشد وتحتدم لان الكل يريد التفوق وتحقيق الاهداف، ونظراً لزيادة الطلب على هذه المنتجات بسبب التطور والبناء الحاصل في محافظة كركوك خاصة والعراق بشكل عام فان هذه المصانع تتطلب تغيير في طبيعة ونماذج اعمالها لتواكب الطلب المتنامي لأذواق ورغبات الزبون من خلال زيادة جودة الاداء والاستباقية في انتهاز الفرص والابداع، وبالتالي فان استثمار الفرص التسويقية يتطلب الانسجام والتوافق في العلاقات والترابطات الاجتماعية للعاملين في المصانع، ولتحقق التساؤل الرئيسي للدراسة (هل هناك دور للعمليات الاجتماعية لخلق المعرفة في استثمار الفرص التسويقية) وتتفرع عن هذا التساؤل مجموعة من الاسئلة الفرعية.

- 1- ما هو مستوى توفر العمليات الاجتماعية لخلق المعرفة وابعادها في المصانع المبحوثة؟
- 2- ما هي قدرة المصانع المبحوثة على استثمار الفرص التسويقية المتاحة؟
- 3- هناك علاقة ارتباط واثر معنوية بين العمليات الاجتماعية لخلق المعرفة والفرص التسويقية للمصانع المبحوثة؟

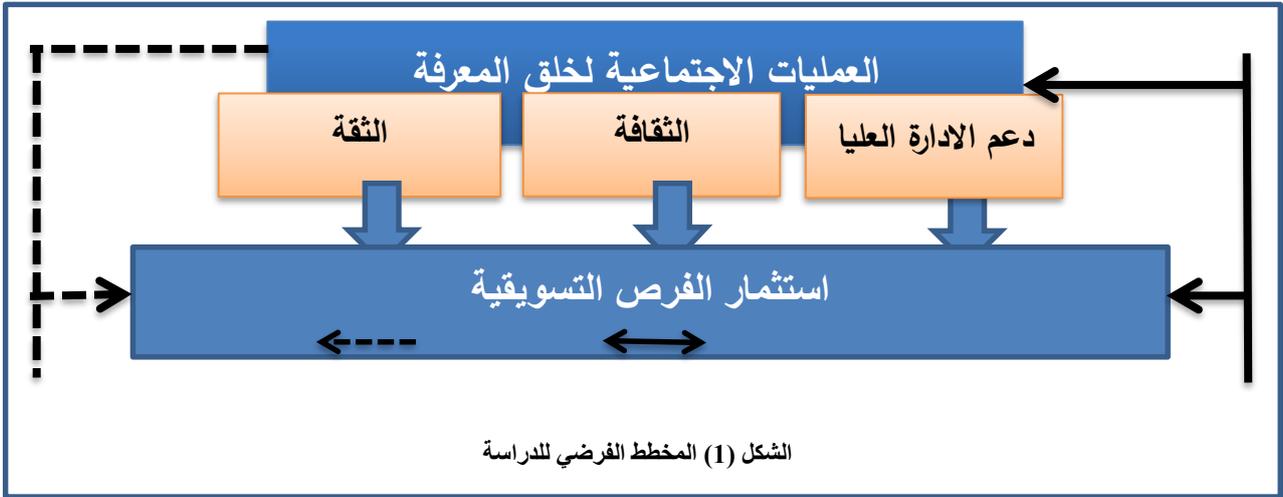
2.2 اهمية الدراسة:

تعد العمليات الاجتماعية لخلق المعرفة ضرورية وتعد عامل اساسي يساهم في تطور المنظمات، وقد اصبح واضح للعيان اهمية المعرفة المتزايدة بسبب المنافسة بين المصانع، بهذا سعت الدارسة لاستكشاف المفاهيم والمحددات التي من شأنها ان تساهم في الحفاظ واستثمار معارف العاملين وتطويرها بهدف تحقيق قيمة مضافة للزبون المستهدف، المنافسة اليوم بين المصانع قائمة على اساس تحقيق رضا الزبائن اكتساب الحصة السوقية التي تحقق اهدافها تباعا، وهذه الحصة السوقية لا يمكن تحقيقها الا من خلال العمل المستمر في تطوير افكار جديدة او خدمات جديدة او حتى تغيير نماذج الاعمال التسويقية بشكل جديد وجذري لاستثمار الفرص المتاحة.

2.3 اهداف الدراسة :

- 1- تحديد دور العمليات الاجتماعية لخلق المعرفة في استثمار الفرص التسويقية للمصانع.
- 2- التعرف على العمليات الاجتماعية لخلق المعرفة في مصانع الـ PVC.
- 3- تحديد الفرص التسويقية للمصانع المبحوثة.
- 4- التعرف علاقة الارتباط والاثر للعمليات الاجتماعية لخلق المعرفة في استثمار الفرص التسويقية للمصانع المبحوثة.

2.4. مخطط الدراسة الفرضي:



2.5. فرضيات الدراسة:

أ. الفرضية الأولى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين العمليات الاجتماعية لخلق المعرفة والفرص التسويقية لمصانع PVC.

ب. الفرضية الثانية: يوجد تأثير معنوي للعمليات الاجتماعية في استثمار الفرص التسويقية.

2.6. منهج الدراسة

اعتمد الباحث في دراسته على المنهج (الوصفي التحليلي **Descriptive analytical method**) كونه يتناسب مع موضوع وغرض الدراسة.

2.7. مجتمع الدراسة وعينته

تم اجراء البحث الحالي في مجموعة من مصانع pvc والورشات وقع الاختيار على هذا الميدان بأعتبار يتوافق مع موضوع الدراسة ومتغيراته الرئيسية والفرعية، يعتبر هذا الميدان من المشاريع الصغيرة والمتوسطة التي يتم من خلالها استثمار الفرص تحقيق التفوق التسويقي، لان عملية التفوق التسويقية لا تتحقق الا من خلال المشاريع الصغيرة المبتكرة التي تكون فيها المنافسة غير محتدمة بين المنافسين باعتبار استثمار الفرص تكون في مثل هذه المشاريع اكثر من المشاريع الاخرى، استخدمت الدراسة الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات والجدول (1) يوضح فقرات الاستبانة.

الجدول (1) توزيع فقرات الاستبانة على ابعاد الدراسة (n= 131)

الابعاد الفرعية للمتغيرات			المتغيرات
الثقة	الثقافة	دعم الادارة العليا	العمليات الاجتماعية لخلق المعرفة
(5)	(5)	(8)	عدد الفقرات
(18)			عدد الفقرات ككل
(5)			الفرص التسويقية

المصدر: من اعداد الباحثان (2022) بالاعتماد على استبانة الدراسة

تم جمع وفرز وتبويب (131) استبانة صالحة للاستخدام توزعت على مدراء المصانع ومعاوني المدراء وباقي العاملين في المصانع، وحسب خبرة كل عنوان وتحصيل علمي وكذلك التنوع في اختيار مفردات العينة بالشمول لما يخدم إعطاء صورة ادق عن المجتمع قيد البحث.

الجدول (2) الأوساط المرجحة لهذه الأوزان مبينة في الجدول التالي:

الخيار	لا اتفق تماماً	لا اتفق	محايد	اتفق	اتفق تماماً
الوزن	1	2	3	4	5
المتوسط المرجح	(1 الى 1.79)	(1.8 الى 2.59)	(2.6 الى 3.39)	(3.4 الى 4.19)	(4.2 الى 5)
التوصيف	سلبي	يميل الى السلبية	يميل الى الايجابية	موافقة ايجابية	أعلى درجات الموافقة

المصدر/ عز، عبد الفتاح(1982)، "مقدمة في الإحصاء الوصفي والاستدلالي باستخدام SPSS"، دار النهضة العربية، القاهرة ، ص540-541.

وعلى وفق الاوزان في الجدول أعلاه ولغرض الوصول إلى نتائج أكثر دقة يتم تصحيح المقياس المستخدم، للفرقة والتميز بين الفقرات وبين المستويات التالية:

- من 4.2 الى 5، موافق بشدة (درجة عالية جدا).
- من 3.4 الى 4.19، موافقة ايجابية (درجة عالية).
- من 2.6 الى 3.39، موافقة متوسطة تميل الى الايجابية (درجة متوسطة).
- من 1.8 الى 2.59، غير موافق (درجة منخفضة).
- من 1 إلى 1.79، غير موافق بشدة (درجة منخفضة جدا).

المبحث الثاني:

3. الجانب النظري للبحث:

تعد المعرفة احد اهم المرتكزات الاساسية للمنظمات، هي تعطي تصويراً واضحاً على الحقائق والمصطلحات والنظريات وهي عملية مكتسبة، وعملية خلق وتوليد وابتكار المعرفة تعتبر من اساسيات النجاح في المنظمات لما لها من دور كبير في تحقيق التميز بين المنافسين، وان التفاعل والتشارك بين العاملين يعتبر احد اهم اساليب اكتساب وخلق المعرفة الجديدة، اذ اصبح من الضروري ان يكون لكل منظمة ادارة خاصة تعمل على تشجيع العاملين وتحفيزهم ومنحهم الثقة من اجل اخراج قدراتهم ومهاراتهم الابداعية والابتكارية واستدامتها لنجاح الاعمال وكسب الحصة السوقية للمنظمة.

3.1. العمليات الاجتماعية لخلق المعرفة:

3.1.1. مفهوم المعرفة:

ان الاهتمام بمفهوم المعرفة والسعي لاكتسابها يعد هدفاً قديماً اذ يعود جذوره الى عصور تاريخية قديمة، اذ يعتبر العالم (Nonak) من اشهر علماء المعرفة فالأنسان على مر الزمان يكتسب ويتعلم المعرفة، لان المعرفة حجر اساس وميزة تنافسية للمنظمات لمواجهة التحديات التي تواجهها في ظل ظروف البيئة المتغيرة، وبطبيعة الحال ان المعرفة بكافة اشكالها اصبحت ضرورية وتلقى اهتماماً كبيراً بسبب التطورات التي شهدها العالم اليوم مما دفع الكثير من الباحثين الى ان يطلقوا على هذه الفترة باسم الثورة المعرفية، وفي ما يأتي اراء مجموعة من الباحثين، فقد عرف المعرفة(1: Reijssen et al, 2015) هي اساس التميز وهي شي يصعب استنساخه او تقليده وهي اساس التطور وتعتبر مفتاح الميزة التنافسية للمنظمة، اما(اسماعيل وسلمان، 2019: 43) فقد عرف المعرفة هي ثروة غير ملموسة توظفها المنظمات الناجحة في تقديم منتجات وخدمات جديدة تلبي اذواق ورغبات زبائنها.

3.1.2. خلق المعرفة:

أوضح نوناكا و تاكيوشي (Takeuchi & Nonaka 1995) وزملائهم في اغلب الابحاث ان عملية خلق المعرفة تعتبر مؤشر اساسي للابتكار والابداع، ويعتبر(Nonaka Ikujiro) احد افضل علماء المعرفة، حيث وجد هؤلاء المؤلفون ان سر نجاح الشركات اليابانية كان في قدرتهم على خلق معرفة جديدة، وشاررو إلى أنه لا يكفي لاستغلال

المعرفة الموجودة، فمن المهم أيضاً استكشاف وإنشاء معرفة جديدة، إذ قاموا بإنشاء نظرية خلق المعرفة على أساس نموذج SECI سلط هذا النموذج الضوء على كيفية إنشاء المعرفة من خلال التفاعل بين المعرفة الصريحة والضمنية وتضخيمها من فرد إلى مجموعات ثم إلى المستوى التنظيمي، وعلية اعترف منهج (Nonaka & Takeuchi) بالدور المركزي للمعرفة الضمنية لأنه من الصعب تقليد هذا النوع من المعرفة، ولتوضيح ذلك قام الباحث باستعراض مفهوم خلق المعرفة لمجموعة من اراء الباحثين فقد عرفها (Tur & Azagra-Caro, 2018: 3) انها عملية تقارب بين الافراد لإيجاد المعرفة الجديدة وتطوير الفكرة، اما (العمادي، 2018: 9) عرفها على انها عمليات التفاعل والاشترك في الخبرات بين الافراد لإيجاد المعرفة الضمنية الكامنة في اذهانهم، ويرى (العائش وعبد اللطيف، 2018: 10) انها عبارة عن مزيج من التعلم التراكمي والخبرات والمهارات والمعلومات المنظمة التي يتم تحديدها وتحليلها لتصبح لغة واضحة ومفهومة يمكن تطبيقها على الواقع.

3.1.3. أهمية خلق المعرفة:

- عملية خلق المعرفة تعبر ركيزة اساسية للمنظمات وتعد الورقة الرابحة لبقاء وتطور المنظمات في ظل التحديات والتحديات في بيئة الاعمال اليوم (حذاق، 2015: 11).
- تعتبر عملية خلق المعرفة وسيلة لاستثمار راس المال الفكري للمنظمات وبناء العقل البشري وزيادة قدرة العاملين على الابداع والابتكار (رضوان، 2015: 28).
- تعد عملية خلق المعرفة موردا اقتصاديا للمنظمة يمكنها من امتلاك ميزة تنافسية مستدامة (عبد الجواد، 2016: 42).
- تعتبر عملية خلق المعرفة المورد الاستراتيجي الاكثر اهمية للمنظمات الحديثة في ظل التحديات الحالية (السعيد والسعيد، 2016: 301).
- تسهم عملية خلق المعرفة في تحقيق التميز بين المنظمات من حيث الاختلاف في الاداء والاختلاف في القدرات على استغلال الفرص المتاحة لتحقيق الاهداف المستقبلية (سعيد والزيايدي، 2017: 85).

3.1.4. مفهوم العمليات الاجتماعية لخلق المعرفة:

العمليات الاجتماعية هي عمليات التفاعل والتشارك بين الافراد، من خلال تحويل المعرفة الضمنية الى معرفة صريحة، المعرفة الضمنية تكون في اذهان وعقول الافراد بالتالي يطلب إضافة الطابع الرسمي عليها في كثير من الأحيان لتصبح معرفة متاحة للجميع، لا يمكن اكتسابها إلا من خلال التقارب المشترك مثل العمل معاً لفترة طويلة في نفس البيئة.

العمليات الاجتماعية تحدث عادة في التلمذة الصناعية، حيث يتعلم المتدربون المعرفة الضمنية اللازمة في حرفتهم من خلال الخبرة العملية، بدلاً من الكتيبات المكتوبة أو الكتب المدرسية (Nonaka et al, 2000: 5) قد تحدث العمليات الاجتماعية أيضاً بشكل غير رسمي اجتماعات اجتماعية خارج مكان العمل، حيث ان المعرفة الضمنية يمكن أن تكون مثل وجهات النظر العالمية والنماذج العقلية والثقة المتبادلة التي تم إنشاؤها ومشاركتها، غالباً ما تكتسب الشركات وتستفيد منها المعرفة الضمنية التي تكون عنده الزبائن و الموردين من خلال التفاعل معهم.

3.1.5. ابعاد العمليات الاجتماعية لخلق المعرفة:

أ- **دعم الإدارة العليا:** الإدارة العليا تلعب دوراً مهماً في توفير البيئة المناسبة للعمليات الاجتماعية لخلق المعرفة من خلال دعم التفاعلات وتكوين فرق العمل للعاملين ومشاركتهم في عمليات اتخاذ القرار، لان الإدارة العليا ترتبط ارتباطاً مباشراً بالمورد البشري في المنظمة، إضافة الى ذلك الدور الذي يلعبه سلوك القائد من خلال صياغة رؤية استراتيجية مستقبلية للمنظمة باعتبارها درجة دعم العاملين وتحفيزهم واسنادهم (Hietschold, 2014: 257) يعتقد اغلب الباحثين ان اكثر العوامل فاعلية يمكن من خلالها ان تحقيق عملية خلق المعرفة هو وجود قيادة داعمة للافكار الجديدة يستطيع من خلالها العاملين من طرح (Fatemi et.al, 2016: 259) يرى ان الإدارة العليا تسعى الى دعم القدرات الابتكارية للعاملين وتحفيزهم وتكوين ونشر ثقافة جديدة في المنظمة (Mackey, 2008: 135).

ب- **الثقافة:** ترتبط العمليات الاجتماعية لخلق المعرفة ارتباطاً وثيقاً بالثقافة، إذ تؤثر الثقافة على التفاعلات بين العاملين، ان تهيئة مناخ ثقافي يكون عامل اساسي في دعم العاملين واعطائهم حافز في تطوير افكارهم وطرح الافكار الجديدة، الثقافة هي الافتراضيات الاساسية والقيم والمعتقدات بين العاملين في المنظمة (Mohamed & YuanJian, 2008: 301) وتعتبر الثقافة من الدعامات الضرورية لنجاح ادارة المعرفة من خلالها يتم تحفيز العاملين على خلق المعرفة

من خلال مشاركة المعارف بينهم والاستفادة منها عن طريق تطبيقها في ميدان العمل للاستفادة منها، حيث تعد ثقافة المشاركة المتبادلة من أهم شروط التحول المعرفي لدى الأفراد والمجموعات، (Wong, 2005: 267) أن التحول المعرفي هذا يتطلب وجود الأفراد العاملين الذين يتفاعلون ويتبادلون الأفكار معاً ويتشاورون في المعرفة مع الآخرين، للثقافة أهمية كبيرة في عمل المنظمات كونها تمثل أسلوب التفاعل والترابط بين العاملين لخلق الأفكار الجديدة.

ت- الثقة: تعد الثقة عامل اجتماعي مهم في عملية خلق المعرفة واكتسابها، ان اعطاء الافراد العاملين في المنظمة الشعور بانهم جزء مهم فيها وفي منظومة اتخاذ القرار يعد كفيلاً بأن يرفع روحه المعنوية ويحسن ادائه بالتالي سيصب ذلك في مصلحة المنظمة (قاسم، 2019: 64)، ان تشجيع الافراد ومشاركتهم في عملية اتخاذ القرار يجعلهم يشعرون بالثقة والمسؤولية ويحسن من اداهم وواجباتهم تجاه المنظمة باعتبار الثقة للافراد تعني تفويضهم ومشاركتهم في اتخاذ القرارات، (Pantouvakis & Bouranta, 2013: 189-202)، وتعتبر الثقة من القضايا الشخصية بالتالي فان تفعيل هذه القضايا يعتبر من اساسيات النجاح لدى المنظمة لان الافراد العاملين عند شعورهم بالمسؤولية سيزيد من قدراتهم الابداعية والابتكارية في العمل، (Skripak, 2018: 4)، وتناثر ثقة الافراد العاملين بنوع الثقافة الموجودة في المنظمات حيث تكون ثقافة كل منظمة مختلفة عن المنظمة الاخرى (يعقوب، 2014: 277)، ان الثقة المتبادلة بين العاملين تؤثر في العلاقات بينهم على كافة المستويات في المنظمة، بالتالي كلما كانت اصر الترابط والتفاعل بين العاملين قوية كلما كانت سبب في تبادل الافكار وايجاد المعارف الجديدة.

3.2. الفرص التسويقية:

نظراً للتحديات الاقتصادية التي تواجه العديد من البلدان في العالم، يتجه العالم اليوم نحو مرحلة سريعة جدا من التطور الامر الذي دفع المنظمات الى مواكبة هذا التطور من اجل المحافظة على حصتها السوقية وزبائننا، ومن هذه التطورات هو استثمار الفرص المتاحة بوصفها توجها حديثا للمحافظة على الميزة التنافسية المستدامة (Cooney, 1: 2012)، حيث ازدادت أهمية الريادة مع تسارع وتزايد معدلات التغيير في بيئة الاعمال بوصفها احد الخيارات التي تلجأ اليها المنظمات للتكيف والتلائم مع التغيير، بإعتبارها وسيلة اساسية وحيوية في اكتساب الميزة التنافسية لتكون المنظمات اكثر ابداعا وابتكاراً من اجل البقاء والاستمرار خصوصا مع شدة المنافسة في الاسواق العالمية.

3.2.1 مفهوم الفرص التسويقية

● هي الفرص المتاحة امام المنظمات التي يتم من خلالها التغلب على المنافسين من خلال وضع سوق الطموح ومشاركة الأهداف واتخاذ خطوات جريئة لتحقيقها مثل خفض الأسعار والتضحية (Dess & Lumpkin, 1997: 2).

● الفرص هي القدرة على التعرف على موارد لا يتم استخدامها على النحو الأمثل واستغلالها (Hacioglu et al, 2012: 874).

● أنها "تحديد استباقي و استغلال الفرص للحصول على عمالات مربحة والاحتفاظ بها من خلال الأساليب المبتكرة لإدارة المخاطر الاستفادة من الموارد وخلق القيمة (Sadiku-Dushi, 2019: 34).

● اذ يرى (Sadiku-Dushi, 2019: 87) ان الريادية التسويقية ناتجة عن استثمار الفرص، فالفرصة يمكن استكشافها واستثمارها من قبل الافراد الذين يكون لديهم اتصال وثيق بالعلوم والتكنولوجيا، وعملية الاستكشاف غالبا ما تدفع الافراد الى البحث عن الفرص السوقية، فالريادي يكتشف الفرصة ثم يسعى الى جمعها مع القدرات والموارد لاستغلالها.

3.2.2 خصائص الفرصة الجديدة اهمها (Dess et al, 2019: 239).

- ان تكون الفرص جذابة.
- ان تكون الفرص واقعية.
- اي تكون الفرص يمكن تحقيقها.
- ان تكون الفرص تخلق قيمة للمنظمة.

يتم البحث عن الفرص في البيئات والاسواق التي تكون محفوفة بالشكوك التي تعمل فيها المنظمات، والريادة تحديداً تعني استثمار الفرص الجديدة التي لم يتم استثمارها مسبقاً (نعمة، 2016: 121)، كما عرفت على انها توجه ايجابي يؤثر تأثيراً ايجابياً على ارباح المنظمة فالفرص نادرة وغير متاحة دائما ولهذا يجب على المنظمة اتخاذ

السرعة في اقتناص الفرص المتاحة وتحديد الخيارات اعتماداً على المستهلك مع اخذ التوجهات السياسية الاجتماعية وبالاعتبار (نعمة والورد، 2020: 15) ويمكن من خلال ادراك الفرص واكتشافها واستثمارها ان تحقق المنظمة ميزة تنافسية تميزها عن المنافسين.

3.2.3. أهمية استثمار الفرص التسويقية:

- استثمار الفرص يساعد المنظمات على النمو والتقدم.
- ان استثمار الفرص التسويقية يزيد من قدرة المنظمة على التغلب على منافسيها في الصناعة ومواجهتهم في كل مكان.
- استثمار الفرص يعتبر امر حاسم في تعزيز القدرات التنافسية المستدامة للمنظمات.
- استثمار الفرص يوفر مناخ محلي مناسب لريادة الاعمال وتقليل هجرة المواهب.
- أهمية استثمار الفرص كعنصر أساسي من عناصر النجاح للمنظمات.
- تقديم منتجات ذات جودة عالية بأسعار مناسبة في وقت مناسب.
- استثمار الفرص عنصر أساسي من عناصر المنظمات الريادية.

المبحث الثالث :

4. الجانب العملي للبحث

4.1. اختبار ثبات المقياس:

تشمل هذه الفقرة التأكد من ثبات أداة قياس البحث (استمارة الاستبيان) التي سوف يجرى التأكد منها عبر اعتماد معامل كرونباخ الفا (Cronbach's Alpha) والذي يجب ان تكون قيمته أكبر من (0.70) ليتم مقياس البحث الحالي بثبات عالي كخطوة إجرائية ضرورية قبل الشروع بتحليل الاستبانة كون ثبات أداة القياس هي أحد اهم الخطوات واحد أجزاء الصدق، وكما موضح في الجدول التالي يتبين انه نلاحظ ان قيمة معامل كرونباخ الفا (Cronbach's Alpha) قد تراوحت بين (0.808 - 0.887) ما يعني ان جميع متغيرات البحث الحالي الرئيسية والفرعية تمتاز بثبات عالي، وهذا ما ينسجم مع ما جاء به كل من الباحثين (Sekaran & Bougie, 2016) الذي أكد على ان ثبات المقياس لأي متغير يجب ان يكون أكبر من او يساوي (0.70) وهذا ما تحقق فعلا في هذا البحث بالنسبة للمصانع المبحوثة. بينما بلغ مقدار (Cronbach's Alpha) على مستوى البحث هو (0.887) ما يعكس ثبات عالي لأداة قياس هذا البحث مما يشير الى ثبات أداة الاستبيان ومدى قياسها لمفردات البحث بصورة عالية من التوصيف الحقيقي البعيد عن التحيز.

الجدول (3) نتائج اختبار ثبات المقياس

ت	المتغير	الفا كرونباخ لكل متغير Cronbach's Alpha	الفا كرونباخ للبحث ككل Cronbach's Alpha
1	العمليات الاجتماعية لخلق المعرفة	0.808	0.887
2	استثمار الفرص التسويقية	0.830	

المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد على (Spss. V. 25) (n=131)

4.2 اختبار فرضيات الدراسة:

4.2.1 اختبار علاقة الارتباط بين المتغيرات (معامل الارتباط سبيرمان):

تهدف هذا الفقرة الى اختبار فرضيات الدراسة الرئيسية ذات علاقة الارتباط بين المتغيرين المستقل والتابع وكذلك علاقة الارتباط للابعاد الفرعية المتعلقة بالمتغير المستقل (العمليات الاجتماعية لخلق المعرفة) على المتغير التابع وابعاده والتأكد من مدى دقتها، وسيتم ذلك حسب ورود هذه الفرضية في منهجية البحث وهو كما يلي:
 أ- عرض نتائج الفرضية الأولى: افادت هذه الفرضية (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين العمليات الاجتماعية لخلق المعرفة واستثمار الفرص التسويقية) للمتغيرين. وفيما يلي جدول (4) يوضح نتائج اختبار الفرضية الأولى.

الجدول (4) قيم معاملات الارتباط للفرضية الاولى

استثمار الفرص التسويقية	المتغيرات المستقلة	
**0.588	spearman Correlation	العمليات الاجتماعية لخلق المعرفة
0.00	Sig. (2-tailed)	
131	N	

(n=131)

المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد على (Spss. V. 25)

ومن خلال نتائج الجدول أعلاه الخاص باختبار الفرضيات نجد ما يلي:
توجد علاقة ارتباط طردية ذات دلالة احصائية بين استثمار الفرص التسويقية والعمليات الاجتماعية لخلق المعرفة وبعد مراجعة معطيات الجدول (4) نلاحظ وجود علاقة ارتباط طردية موجبة قدرها (**0.588) بمستوى معنوية قدره (0.00)، وبما ان مستوى المعنوية المتحقق هو اقل من مستوى المعنوية المقترح (0.05) لذا تقبل هذه الفرضية على مستوى البحث.

ب- اختبار علاقة الاثر بين المتغيرات (تحليل الانحدار):

تهدف هذا الفقرة الى اختبار فرضيات الدراسة ذات علاقة الاثر بين المتغيرين المستقل والتابع (العمليات الاجتماعية لخلق المعرفة) على المتغير التابع والتأكد من مدى دقتها، وسيتم ذلك حسب ورود هذه الفرضية في منهجية البحث وهو كما يلي:

أ- عرض نتائج الفرضية الثانية: أفادت هذه الفرضية للبحث (يوجد تأثير معنوي للعمليات الاجتماعية في استثمار الفرص التسويقية) وفيما يلي جدول يوضح نتائج اختبار الفرضية الثانية.

الجدول (5) قيم معاملات التأثير بين استثمار الفرص والعمليات الاجتماعية لخلق المعرفة

Sig.	F	R-square	Sig.	T	Standard-ized Coeffi-cients	Unstandardized Coefficients		النموذج
					Beta	Std. Error	B	
0.00	89.696	0.410	0.00	6.385		0.141	0.902	الثابت
			0.00	9.471	0.640	0.065	0.614	العمليات الاجتماعية لخلق المعرفة

(n=131)

المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد على (Spss. V. 25)

عند الاطلاع على ما يعرضه الجدول (5)، نلاحظ بوجود علاقة تأثير مقدارها (0.640) و(T=9.471) بمستوى معنوية مقدارها (0.00)، وبما ان مستوى المعنوية المتحقق اقل من مستوى المعنوية المقترح الذي هو (0.05) وقيمة (T>1.96) لذا تقبل الفرضية الرئيسية الثانية على مستوى البحث الحالي، بينما كانت قيمة (F=89.696) بمستوى معنوية مقدارها (0.00) ما يعني صحة نموذج البحث (معنوية نموذج البحث) اي ان المتغير المستقل في المتغير التابع، حيث ان معادلة الانحدار تكتب بالشكل التالي: $Y=0.902+(0.640)X$

5. الاستنتاجات والتوصيات :

5.1. الاستنتاجات

- 1- تبين من خلال نتائج الدراسة ان ادارة المصانع المبحوثة تستثمر الفرص المتاحة بالاعتماد على ظروف البيئة المتغيرة وفق معيار ايراد وتكلفة كل فرصة.
- 2- تبين ان ادارة المصانع المبحوثة تجتهد في بناء مكانة ذهنية لها في الاسواق التي تعمل فيها من خلال تقديم منتجات وخدمات وفق رؤية وطلبات الزبائن.
- 3- يتضح من خلال نتائج الدراسة وجود علاقة معنوية ارتباط ذات دلالة احصائية بين العمليات الاجتماعية لخلق المعرفة ككل واستثمار الفرص التسويقية في المصانع المبحوثة.
- 4- تبين من خلال نتائج الدراسة ان العمليات الاجتماعية لخلق المعرفة بابعادها كافة لديها تأثير معنوي في استثمار الفرص التسويقية.

5.2. التوصيات

- 1- على ادارة المصانع اعداد سياسات واضحة لاستثمار الفرص الجديدة وفق معيار ايراد وتكلفة كل فرصة.
- 2- ضرورة بناء مكانة ذهنية للمصانع في الاسواق التي تعمل بها من خلال تقديم منتجات وخدمات تلبي رغبات واذواق الزبائن المستهدفين.
- 3- على المصانع المبحوثة ضرورة الاهتمام بالعمليات الاجتماعية لخلق المعرفة لما لها من علاقة ارتباط واثار معنوية في استثمار الفرص التسويقية ككل للمصانع ميدان الدراسة.

المصادر العربية

- 1- اسماعيل، مصطفى منير وسلمان، سعدون محسن (2019)، "تحليل الية العلاقة بين ابعاد مخاطر المعرفة والتوجه الاستراتيجي وانعكاسها على فاعلية المنظمة : بحث تحليلي في قطاع المصارف الحكومية العراقية"، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد (59).
- 2- حذاق، عبد اليقين(2015)، "دور ادارة المعرفة في تحقيق اليقظة الاستراتيجية للمؤسسة: دراسة حالة وحدة بناء الهياكل المعدنية المصنعة BATICIM- ام البواقي"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، الجزائر.
- 3- رضوان، صفاء حسن محمد(2015)، "اثر ابعاد الهيكل التنظيمي على إدارة المعرفة: دراسة حالة وزارة الشؤون الاجتماعية"، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية، قطاع غزة، فلسطين .
- 4- السعيد، يعرب عدنان والبيبرقدار، محمد قاسم عبد الخالق(2016)، "أساليب الاكتساب المعرفي وانعكاسها على المعرفة الضمنية بحث ميداني في مستشفى طوز العام"، جامعة بغداد، مجلة العلوم الادارية والاقتصادية، المجلد(22)، العدد(89)، ص ص 294- 315.
- 5- عبد الجواد، لميس منصور(2016)، "ادارة الجودة الشاملة إدار الجود الشاملة ومستوى مساهمتها في تحقيق إدار المعرفة بالخدمات الطبية العسكرية"، رسالة ماجستير في تخصص القيادة والإدارة، أكاديمية الإدارة والسياسة للدراسات العليا، جامعة الأقصى، غزة، فلسطين.
- 6- عبداللطيف، حامو وسعاد، العايش(2018)، "دور ادارة المعرفة في ريادة اعمال المؤسسة الاقتصادية دراسة حالة: مؤسسة السلام الكترونكس"، رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة العرب التبسي، تبسة، الجزائر.
- 7- عز، عبد الفتاح(1982)، "مقدمة في الإحصاء الوصفي والاستدلالي باستخدام SPSS"، دار النهضة العربية، القاهرة، ص 540-541.
- 8- العموي، صهيب عبداللطيف(2018)، "اثر عمليات توليد المعرفة على سلوك الأداء الابتكاري: الدور الوسيط لراس المال النفسي في البنوك التجارية الأردنية"، رسالة مقدمة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الاعمال، قسم ادارة الاعمال، كلية الاعمال، جامعة الشرق الاوسط.
- 9- قاسم، اسراء وعادله (2019)، " دور عوامل النجاح الحرجة للجودة الشاملة في تطبيق الإنتاج الأنظف: دراسة استطلاعية لآراء المدراء في الشركة العامة لصناعة الأدوية والمستلزمات الطبية سامراء"، جامعة تكريت، كلية الإدارة والاقتصاد، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد(15)، العدد(45) ج 2 / 2019.
- 10- نعمه، رسل سلمان (2016)، "انعكاس ابعاد التسويق الريادي في نجاح التوجه الريادي: لشركة الزيوت النباتية"، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي العراقية، مجلة كلية المأمون الجامعة، العدد(28) لسنة 2016.
- 11- نعمه، نغم حسين و الورد، حمزة باسم (2020)، "تقييم التوجه الريادي في انجاز المشاريع الصغيرة والمتوسطة: تجربة الاردن وماليزيا نموذجا"، كلية الادارة والاقتصاد، جامعة بغداد، مجلة الريادة للمال والاعمال، المجلد الاول، العدد(1).
- 12- يعقوب، حيدر محسن(2014)، "الثقة الاجتماعية المتبادلة لدى موظفي الدولة"، بحث منشور، جامعة ديالى، كلية التربية للعلوم الانسانية. Psycho_hyder@yahoo.com

- 1- Cooney, T. M. (2012, November)," Entrepreneurship skills for growth-orientated businesses', In Report for the Workshop on 'Skills Development for SMEs and Entrepreneurship (Vol. 28).
- 2- Dess, G. G., Lumpkin, G. T., & Covin, J. G. (1997),"Entrepreneurial strategy making and firm performance: Tests of contingency and configurational models", *Strategic management journal*, 18(9), pp.677-695.
- 3- Dess, G., McNamara, G., Eisner, A. B., & Lee, S. H. (2021)," *Strategic Management Text and Cases 5e*,".
- 4- Fatemi, A., Li, P., Warner, D., H & Phan, N. (2016)," Critical assessment of the fatigue performance of additively manufactured Ti-6Al-4V and perspective for future research", *International Journal of Fatigue*, 85,pp 130-143.
- 5- Hacıoglu, G., Eren, S. S., Eren, M. S., & Celikkan, H. (2012)," The effect of entrepreneurial marketing on firms' innovative performance in Turkish SMEs. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 58, pp.871-878.
- 6- Hietschold, N., Reinhardt, R., & Gurtner, S. (2014)," Measuring critical success factors of TQM implementation successfully—a systematic literature review", *International Journal of Production Research*, 52(21), pp.6254-6272.
- 7- Mackey, A.,(2008)," The effect of CEOs on firm performance", *Strategic management journal*, 29(12), pp1357-1367.
- 8- Mohammed, S. S., & YuanJian, Q. (2008),"The impact of the organizational culture on the implementation of TQM programs", In 2008 ISECS International Colloquium on Computing, Communication, Control, and Management ,Vol.3 , pp.386-389.
- 9- Nwankwo, C. A., & Kanyangale, M., (2020), Deconstructing entrepreneurial marketing dimensions in small and medium-sized enterprises in Nigeria: a literature analysis, *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 12(3), pp.321-341.
- 10- Pantouvakis, A., & Bouranta, N., (2013)," The interrelationship between service features", job satisfaction and customer satisfaction: Evidence from the transport sector, *The TQM Journal*,pp.186-202.
- 11- Sadiku-Dushi, N., Dana, L. P., & Ramadani, V., (2019)," Entrepreneurial marketing dimensions and SMEs performance", *Journal of Business Research*, 100, pp.86-99..
- 12- Sri, W., Wisnu, U., Joko, S., & Mugi, H. (2018),"Organizational Culture as Mediator on the Effect of Knowledge Creation On University Performance", *Journal of Talent Development and Excellence*, 12(3s), pp.3339-3359.
- 13- Tur, E. M.& Azagra-C., J. M. (2018)," The coevolution of endogenous knowledge networks and-knowledge creation", Contents lists available at ScienceDirect, *Journal of Economic Behavior & Organization* 145 (2018) pp.424-434
- 14- Wong, K. Y., (2005)," Critical success factors for implementing knowledge management in small and medium enterprises", *Industrial management & Data systems*,Vol. 105, No. 3, pp.261-279.

استراتيجيات التسويق المصرفي واثرها في تحقيق نمذجة سلوك الزبون
في محافظة ذي قار دراسة استطلاعية تحليله لعينة من مدراء مصرفي الرافدين والرشيدي
**Banking Marketing Strategies And Their Impact On Customer
Behavior Modeling**

**An exploratory study analyzing a sample of managers of Al-Rafidain
and Al-Rasheed Banks in Dhi Qar Governorate**

غصون ناصر حلي

Ghosun Nasser Halim

جامعة الكوفة / كلية الإدارة والاقتصاد

University of Kufa / College of
Administration and Economics

drghsswn@gmail.com

أ.د صفاء تايه محمد حسين

Safaa Tayeh Muhammad Hussain

جامعة الكوفة / كلية الإدارة والاقتصاد

University of Kufa / College of
Administration and Economics

Safat.bakash@uokufa.edu.iq

المستخلص:

ان الغرض من هذا البحث هو معرفة العلاقة بين استراتيجيات التسويق المصرفي ونمذجة سلوك الزبون ، في مصرف الرافدين (فرع النيل ، فرع أور ، فرع الرفاعي، فرع الفجر ، فرع القلعة ، فرع الجبايش ، فرع النصر) ومصرف الرشيد والمتمثلة بـ (فرع الغراف، فرع اريديو ، فرع الشطره) في محافظة ذي قار ، مما يقود ذلك الى كسب اكبر شريحة ممكنة من الزبائن عند تقديم خدمات مصرفية ذات كفاءة عالية وسرعة في التقديم ، اما اهمية البحث تركز على كيفية قيام المصارف عيئه البحث بتخطيط استراتيجياتها التسويقية المصرفية لأيجاد زبون ذو ولاء عالي تستطيع من خلاله المصارف الحفاظ على الزبائن الحاليين ، كما انه يسهم في معالجة مشكلة واقعية تؤثر بصورة مباشرة على القطاع المصرفي في العلاقة بين استراتيجيات التسويق المصرفي ونمذجة سلوك الزبون .

، إذ تم توزيع (166) استمارة على مدراء المصارف ورؤساء الأقسام والوحدات الادارية في المصارف عيئه البحث وتم تجميع (163) استمارة بنسبة استرجاع بلغت (96%) واستبعاد (3) غير صالحة، وكان عدد الاستمارات الصالحة (160) استمارة .

اما اهم النتائج التي تم التوصل اليها إن موضوع استراتيجيات التسويق المصرفي من الموضوعات المعاصرة التي تعمل على إيجاد واختيار استراتيجية متميزة في مجالات الحياة المختلفة، وان أساسها وسماتها مرتبطة بشكل كبير ، بإعادة التفكير والعمل على تطوير الذات بشكل متواصل نتيجة تغير الظروف المحيطة ، كما ان موضوع نمذجة سلوك الزبون هو ذو أبعاد مهمة جسدت أثره المباشر في صياغة وفهم وتنفيذ وتقييم إستراتيجية منظمات الأعمال في مختلف المستويات، واعتمدت في مواجهة العوامل التي اختارتها بيئة العمل والاستراتيجيات التسويقية، وبما يدعم الميزة التنافسية للمصرف عبر التركيز على حاجات الزبون وكذلك معرفة السوق والخبرات والمهارات لخلق قيمة مضافة لها، ، كما اتضح من خلال التحليل الإحصائي والمعاشية الميدانية للباحثة بان القيادات المصرفية تهتم بعمليات التسويق المستهدف نحو الزبون والسعي لفهم أفضل خصائص قاعدتهم الزبونية ، وركزت عينة البحث على أهمية استراتيجيات النمو ، إذا حصلت على أعلى تجانس في الإجابة ، واتفاق اغلبهم على أهمية وضع خطط وتكتيكات إستراتيجية متكاملة ومتناسقة مع الوظائف التي يقوم بها المصرف من اجل التميز على المنافسين ، وقد تم التوصل الى وجود علاقة ارتباط موجبة ومعنوية بين استراتيجيات التسويق المصرفي ونمذجة سلوك الزبون ، ويجب التركيز على دراسة نمذجة سلوك الزبون من منطلق أهمية الزبون بالنسبة للمصارف واغلبها تتنافس على الحصول لأكبر شريحة من الزبائن وهنا يقع على عاتقها معرفة سلوكيات ونفسيات وشخصية الزبون بصورة دقيقة جدا .

الكلمات والمصطلحات الرئيسية: استراتيجيات التسويق المصرفي ، نمذجة سلوك الزبون ، محافظة ذي قار .

Abstract:

The Purpose Of This Research Is To Find Out The Relationship Between Banking Marketing Strategies And Customer Behavior Modeling, In Rafidain Bank (Nile Branch, Ur Branch, Al-Rifai Branch, Al-Fajr Branch, Al-Qala'a Branch, Al-Chabaish Branch, Al-Nasr Branch) And Al-Rasheed Bank Represented By (Al-Gharraf Branch, Al-Nasr Branch). Arido, Shatrah Branch) In Dhi Qar Governorate, Which Leads To Gaining The Largest Possible Segment Of Customers When Providing Banking Services With High Efficiency And Speed Of Submission. The Importance Of The Research Focuses On How The Same Banks Research Planning Their Banking Marketing Strategies To Find A Customer With High Loyalty Through It, Banks Can Maintain Existing Customers, And It Also Contributes To Addressing A Real Problem That Directly Affects The Banking Sector In The Relationship Between Banking Marketing Strategies And Customer Behavior Modeling. The Questionnaire Was Used In Data Collection, As (166) Forms Were Distributed To Bank Managers And Heads Of Departments And Administrative Units In The Same Banks.) Form .

As For The Most Important Results That Have Been Reached, The Issue Of Banking Marketing Strategies Is One Of The Contemporary Issues That Works To Find And Choose A Distinct Strategy In Different Areas Of Life, And That Its Basis And Features Are Closely Related To Rethinking And Working On Self-Development On A Continuous Basis As A Result Of Changing Surrounding Conditions. Customer Behavior Modeling Has Important Dimensions That Embodied Its Direct Impact In Formulating, Understanding, Implementing And Evaluating The Strategy Of Business Organizations At Various Levels, And Was Adopted In Facing The Factors Chosen By The Work Environment And Marketing Strategies, And In A Manner That Supports The Competitive Advantage Of The Bank By Focusing On Customer Needs As Well As Market Knowledge, Experiences And Skills To Create Value In Addition To It., As It Became Clear Through The Statistical Analysis And Field Coexistence Of The Researcher That The Banking Leaders Are Interested In The Targeted Marketing Operations Towards The Customer And Strive To Understand The Best Characteristics Of Their Customer Base, And The Research Sample Focused On The Importance Of Growth Strategies, If It Obtained The Highest Homogeneity In The Answer, And Most Of Them Agreed On The Importance Of Putting Integrated Strategic Plans And Tactics That Are Consistent With The Functions Performed By The Bank In Order To Excel In The Field It Has Been Concluded That There Is A Positive And Moral Correlation Between Banking Marketing Strategies And Customer Behavior Modeling, And It Is Necessary To Focus On Studying Customer Behavior Modeling In Terms Of The Customer's Importance To Banks, And Most Of Them Compete To Get The Largest Segment Of Customers, And Here It Is Their Responsibility To Know The Behaviors, Psychology And Personality Of The Customer In A Way Very Accurate.

Key Words And Terms: Banking Marketing Strategies, Customer Behavior Modeling , Dhi Qar Governorate.
-1 المقدمة:

تتسم البيئة المصرفية اليوم بحده المنافسة بين قطاعات الجهاز المصرفي بكافه فروعه وتعد استراتيجيات التسويق من المفاهيم الحديثة التي تهدف إلى تطوير استراتيجيات الأسواق وبيئات العمل، لأنها تمثل جانب النشاطات التي لا تكون من فراغ وإنما تتفاعل مع البيئة المحيطة بكل مكوناتها، من أجل إشباع الحاجات والرغبات على الرغم مما يعترضها من عوائق تنافسية ومادية واجتماعية للوصول إلى التوفيق بينها ومتطلبات الواقع، اما نمذجة سلوك الزبون هو موضوع ذو أبعاد مهمة جسدت أثره المباشر في صياغة وفهم وتنفيذ وتقييم إستراتيجيات المصارف ، واعتمدها بما يدعم الميزة التنافسية التي اختارتها في بيئة العمل ، والتركيـز على حاجات الزبون ومعرفة السوق والخبرات والمهارات لخلق قيمة مضافة لها.

حيث ان مشكله البحث كانت تتركز حول وجود نمذجة سلوك الزبون في المصارف عينه البحث وهل تقوم هذه المصارف بممارسة النمذجة لزيائنها من خلال استخدام وممارسة استراتيجياتها بالشكل الصحيح وذلك لان نمذجة سلوك الزبون امر يصعب الوصول اليه بسهولة لذا تقوم هذه المصارف باستثمار استراتيجياتها التسويقية بالشكل الذي يحقق لها هذا الهدف ، ومن خلال النتائج التي تم التوصل اليها من قبل الباحثه كانت هناك علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة معنوية بين استراتيجيات التسويق المصرفي ونمذجة سلوك الزبون ، وتوجد علاقه تأثير موجبة ذات دلالة معنوية بين استراتيجيات التسويق المصرفي ونمذجة سلوك الزبون.

وعليه تم تقسيم البحث الحالي الى أربعة مباحث، حُصِّص المبحث الاول منها للمنهجية العلمية ، فيما كان المبحث الثاني عن استراتيجيات التسويق المصرفي ، وركز المبحث الثالث على المتغير نمذجة سلوك الزبون، في حين تطرق المبحث الرابع للجانب التطبيقي للبحث والاستنتاجات والتوصيات التي توصل إليها البحث على الصعيدين النظري والتطبيقي.

المبحث الأول

2- المنهجية العلمية للبحث

2-1: مشكلة البحث

اعتمدت الباحثة في فكرة البحث عن معرفة العلاقة بين استراتيجيات التسويق المصرفي ونمذجة سلوك الزبون ، باعتبارها أحد إفرازات التطورات التكنولوجية على الأنشطة التسويقية المختلفة ضمن ثورة المعلومات والاتصالات عن طريق تبني التسويق المصرفي في إدارة وتنفيذ مجمل الاستراتيجيات المتبعة في المصارف لتحقيق نمذجة لسلوك زبائنها.

ويمكن طرح السؤال الرئيسي الاتي : هل تقوم المصارف عينة البحث بممارسة استراتيجيات التسويق المصرفي لنمذجة سلوك الزبون .

ويمكن تجسيد مشكلة البحث من خلال طرح التساؤلات الآتية:

أ. ما مدى تطبيق استراتيجيات التسويق المصرفي في المصارف عينه الدراسة ؟

ب. ما هو واقع تشخيص نمذجة سلوك الزبون في عينة البحث ؟

ت. هل لاستراتيجيات التسويق المصرفي أثر لتحقيق نمذجة سلوك الزبون ؟

2-2 أهمية البحث:

يمكن النظر إلى أهمية البحث من طرحها لموضوع استراتيجيات التسويق المصرفي كموضوع مهم ضمن الفلسفة التسويقية وخصوصاً في المجال المصرفي لكونه يؤثر في النمو المعرفي للمصارف عينة البحث كما ان نمذجة سلوك الزبون تساهم بأعطاء أهمية لهذه المصارف، عندما يفكر في الحفاظ على الزبائن الحاليين ويجذب المتوقعين له والنفرد في تقديم الخدمة المجتمعية لهم ، ويعد هذا الموضوع اضافة علمية في مجال العلوم الادارية لأهمية متغيراته للبيئة المصرفية العراقية ، يمكن النظر إلى أهمية البحث من خلال شمولها لمتغيرات رئيسة مهمه ضمن الفلسفة التسويقية وخصوصاً في المجال المصرفي لكون هذه المتغيرات ستحقق التنافس المربح للمصارف ويمكن ان تسهم هذه المتغيرات بأعطاء أهمية تنافسية لها وتحقق لها موقع تنافسي مهم ، ويمكن توضيح أهمية البحث الحالية من خلال النقاط الآتية :

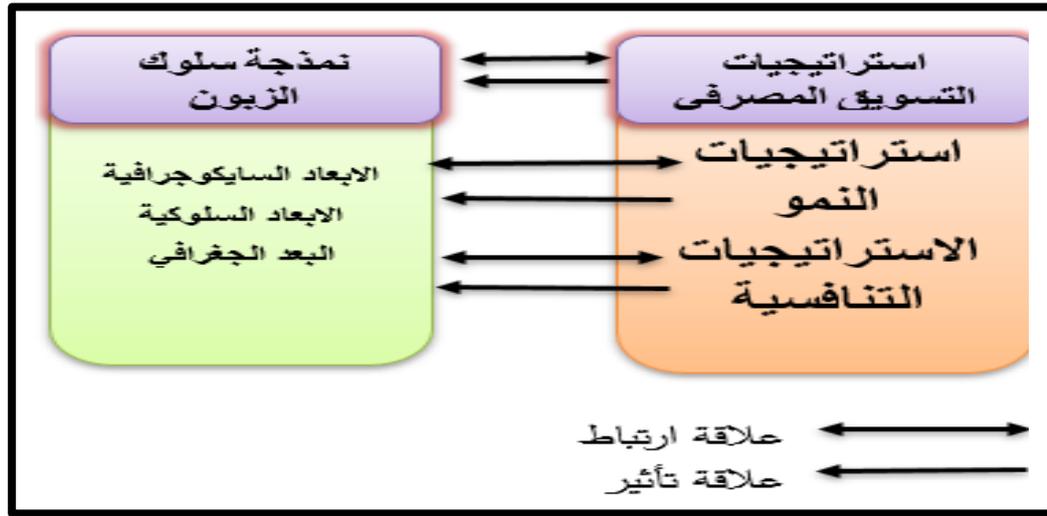
1. النهوض بالواقع المصرفي العراقي والارتقاء به عملياً من تطبيق استراتيجيات التسويق المصرفي ودورها في نمذجة سلوك الزبون وانتشاله من واقعه الذي قد يشوبه بعض الضعف لاتخاذ قرارات واستراتيجيات تنهض به لمواكبه التطور.
2. تعزيز نمذجة سلوك الزبون في عينة المصارف المبحوثة والمشاركة في قرار الشراء لتلبية رغباتهم.
3. تنمية الاستعداد السلوكي للزبون الذي يعد المكون الاساسي لإرضاء رغباته عند حصوله على الخدمات المصرفية.
4. معرفة الابعاد السايكوجرافية والجغرافية المتعلقة بالزبون ودورها في تنشيط المنتجات المصرفية .
5. تسهم استراتيجية النمو كأستراتيجية مهمة في زيادة الحصة السوقية لهذه المصارف وماهي اهم وسائل واستراتيجيات النمو التي يمكن استخدامها .
6. بيان أهمية استراتيجيات المنافسة والتي يمكن تطبيقها لتجنب المنافسين في المصارف .

2-3: أهداف البحث

بناءً على مشكلة البحث والتساؤلات التي تم استعراضها ، فان المصارف تسعى الى تحقيق هدف رئيس يتمثل بتشخيص طبيعة العلاقة بين استراتيجيات التسويق المصرفي ونمذجة سلوك الزبون وتحليلها ، وعليه يمكن اشتقاق عدد من الاهداف الفرعية التي تتمثل بالآتي:

1. عرض أهم الطروحات الفكرية لموضوعي استراتيجيات التسويق المصرفي ونمذجة سلوك الزبون.
 2. تشخيص واقع ممارسة استراتيجيات التسويق المصرفي ، ونمذجة سلوك الزبون في المصارف المبحوثة.
 3. تحقيق الأهداف المصرفية والمتمثلة بالبعد الجغرافي وكيف يمكن للمصارف عينة البحث من تحقيق التميز في هذا المجال .
 4. العمل على تحقيق الابعاد السلوكية كعنصر أساسي ومهم جداً في الوقت الحالي واهتمام المصارف عينة البحث بهذا البعد.
- رابعاً: فرضيات البحث : اتجهت الباحثة إلى وضع مجموعة فرضيات توجه لاختبار المخطط الفرضي، مجسدة اتجاهات العلاقة والتأثير بين متغيراته، وبما يستجيب لأهداف البحث، ويهيئ إجابة دقيقة عن أسئلتها، كما تقدم غطاءً فرضياً يسند منطق بناء الفرضيات التي جرى صياغتها وفق مشكلة وأهداف ومخطط البحث وبصيغة الإثبات واستكمالاً لمتطلباته وبهدف الإجابة عن تساؤلاته ، تم وضع مجموعة من الفرضيات التي تتبلور في الآتي:
- أ: فرضيات الارتباط :الفرضية الرئيسية الأولى (H1): توجد علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة معنوية بين استراتيجيات التسويق المصرفي ونمذجة سلوك الزبون. وتتنبق عن هذه الفرضية فرضيتين فرعيتين هما:

- H1-1 توجد علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة معنوية بين استراتيجيات النمو ونمذجة سلوك الزبون.
- H1-2 توجد علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة معنوية بين الاستراتيجيات التنافسية ونمذجة سلوك الزبون.
- ب: فرضيات التأثير: الفرضية الرئيسية الثانية (H2): توجد علاقة تأثير موجبة ذات دلالة معنوية لاستراتيجيات التسويق المصرفي في نمذجة سلوك الزبون ، وتتفرع منها الفرضيات الآتية:
- H2-1 توجد علاقة تأثير موجبة ذات دلالة معنوية لاستراتيجيات النمو في نمذجة سلوك الزبون
- H2-2 توجد علاقة تأثير موجبة ذات دلالة معنوية للاستراتيجيات التنافسية في نمذجة سلوك الزبون.
- 2-4 مخطط البحث الفرضي : تم تصميم المخطط الفرضي للبحث على وفق ما جاء من مسح للنتائج الفكرية العلمية الرصينة ذات الصلة بمتغيرات البحث الرئيسة والفرعية، إذ يقدم المخطط صورة معبرة عن فكرة البحث، ويوضح طبيعة العلاقات واتجاهات التأثير بين متغيراتها.



الشكل (1) مخطط البحث الفرضي

المصدر: الباحثة.

2-5: منهج البحث والأساليب الإحصائية

أ- منهج البحث :

إن المنهج هو مجموعة الركائز والأسس المهمة التي توضح مسلك الباحثة لتحقيق الأثار الذي يصب إليه، وهو مجموعة من الوسائل والخطوات الإجرائية التي تمارسها الباحثة بالفعل، وتطوعها من مرحلة إلى أخرى خلال بحثها، وبذلك اعتمدت البحث الحالية على المنهج (الوصفي التحليلي) Analytical Descriptive Approach لتحقيق أهدافها المنهجية والفكرية والميدانية والذي يُعد مظلة واسعة ومرنة لمناهج وأساليب فرعية عديدة مثل المسوح الاجتماعية ودراسات الحالة والدراسات التطورية والميدانية وغيرها، فهي تقوم على أساس تحديد خصائص الظاهرة ووصف طبيعتها كميًا وتحديد نوع العلاقة بين متغيراتها وأسبابها واتجاهاتها وما إلى ذلك من جوانب تدور حول تشخيص مشكلة أو ظاهرة معينة والتعرف على حقيقتها في أرض الواقع. ويعتمد هذا المنهج على تجميع البيانات وتبويبها وتحليلها وتفسيرها، ويوفر وصفاً تفصيلياً للحالة المبحوثة، ويعدّ منهجاً ملائماً لدراسة الظواهر الاجتماعية والسلوكية، ويستند هذا المنهج على التحليل الشامل للمشكلة قيد البحث ، وتفسير علاقات التأثير لمتغيراتها، وتحديد أثارها للوصول إلى النتائج الخاصة بها، وإن عملية الوصف والتحليل للظواهر المدروسة تكاد تكون مشتركة وموجودة في أغلب أنواع البحوث العلمية يعتمد المنهج الوصفي على تفسير الوضع القائم وتحديد العلاقات الموجودة بين المتغيرات البحث ، كما يتعدى المنهج الوصفي مجرد جمع بيانات وصفية حول الظاهرة إلى التحليل والتفسير لهذه البيانات وتصنيفها واستخلاص النتائج منها وتحدد أبرز أدوات هذا المنهج في الآتي:

1. ما كُتِب عن الظاهرة المبحوثة، والمراجع العلمية والدوريات المختلفة التي تناولتها.
2. التوصيات النظرية في المصادر الأجنبية وما تنشره مواقع الانترنت.
3. ميدانياً الاستبانة وزعت على العاملين في المصارف عينة البحث ، التي تستخدم لجمع البيانات من أفراد العينة.
4. لذلك تبنت الباحثة هذا المنهج في دراستها، واعتمدت على عينة من المدراء ورؤساء الأقسام والوحدات في المصارف عينة البحث للوصول إلى المعلومات الحقيقية من مشاهدة الواقع الفعلي للمصارف.

ب- الأساليب الإحصائية:

من أجل تحليل البيانات قامت الباحثة باستعمال مجموعة من الأساليب الإحصائية الموجودة في البرنامج الاحصائي المتقدم SmartPLS V 3. لتحليل البيانات وذلك لدقة نتائجها التي من الممكن إن تساعد في التوصل الى استنتاجات موضوعية ودقيقة، فضلا عن استعمال برنامج SPSS v 26 لتقويم أداة القياس، ومن هذه الأساليب الاتي:

5. تقييم نموذج القياس (ثبات المؤشر، الصدق التقاربي، الصدق التمييزي).
 6. معامل الفا كرو نباخ (لقياس الاتساق الداخلي للاختبارات الاحصائية).
 7. معامل التحديد او التفسير R^2 (لتفسير المتغير المستقل).
 8. التوزيع الطبيعي للبيانات(في حل المشاكل العملية و البحث عن القيم الاحتمالية المتعلقة بها).
 9. الإحصاء الوصفي (متوسط حسابي، خطأ التباين، انحراف معياري، تباين).
 10. معامل الارتباط(لأيجاد قوة العلاقة بين متغيرات البحث).
 11. نمذجة المعادلات الهيكلية (تقييم الارتباط الخطي، معنوية معاملات المسار، معامل التحديد R^2 ، حجم التأثير f^2)
- 2-6: مجتمع وعينة البحث**

تم توزيع الاستبانة على مدراء المصارف وروساء الأقسام والوحدات كما موضح في الجدول (1)
الجدول (1) المصارف وعدد المدراء وروساء الأقسام والوحدات الإدارية

ت	المصرف	فروع المصرف	المجتمع(مدير ورئيس قسم مسؤول وحدة)
1	مصرف الراجحي	فرع النيل	25
		فرع أور	20
		فرع الرفاعي	18
		فرع الفجر	15
		فرع الشطرة	15
		فرع الجبايش	13
		فرع النصر	11
2	مصرف الرشيد	فرع الغراف	13
		فرع اريدو	20
		فرع القلعة	10
	المجموع	160	

المصدر : الباحثة بالاعتماد على معلومات المصارف

2-7 حدود البحث

1. الحدود المفاهيمية

تقف الحدود المفاهيمية لهذه البحث عند تحليل العلاقة والأثر بين استراتيجيات التسويق المصرفي ببعديه (استراتيجيات النمو، استراتيجيات التنافسية)، ونمذجة سلوك الزبون بأبعادها الثلاثة (الأبعاد السايكوجرافية، الأبعاد السلوكية، الأبعاد الجغرافية)، والاستدامة المصرفية بأبعادها (البعد الاقتصادي، البعد البيئي، البعد الاجتماعي)، وإن حصر حدود البحث من ضمن نطاقات واضحة المعالم ضرورة أساسية لأية دراسة أكاديمية من ضمن اختصاص علمي معين.

2. الحدود المكانية

تم اختيار مصرف الرافدين وفروعة (فرع النيل ، فرع أور، فرع الرفاعي، فرع الفجر، فرع القلعة ، فرع الجبايش ، فرع النصر)، ومصرف الرشيد وفروعة (فرع الغراف، فرع اريдо، فرع الشطرة) بوصفها الحدود المكانية للدراسة، وتنتشر مواقعها الجغرافية في مختلف ارجاء محافظة ذي قار ، ومن ضمن حدودها، وقد تم اختيارها لاسباب تتعلق بطبيعة متغيرات البحث ومن اهم الاسباب هي:

- ❖ تعد مصارف الرافدين والرشيد من المصارف الحكومية التي أمتازت بخدماتها المقدمة وبكافه فروعها.
- ❖ كون المصارف تقدم مميزات تجارية للنشاط القطاع العام والخاص.
- ❖ بيئتها مؤهلة لمتغيرات البحث .

3. الحدود البشرية

وفقاً لمتغيرات البحث فقد تم اعتماد الفئات ذات التأثير في المستويات الإدارية (العليا، والوسطى) من (المدراء العاملين (او الفروع) ومدراء الأقسام (رؤساء الأقسام) ورؤساء الشعب ومسؤولي الوحدات).

2-8 : أدوات الدراسة:

1-المتغيرات والمقاييس

يعرض الجدول (2) متغيرات الدراسة وأبعادها والمقاييس التي تم الاستعانة بها في تطوير مقياس الدراسة، وبالشكل الذي يتناسب مع المصارف المبحوثة في البيئة العراقية، وكالاتي:

الجدول (2) متغيرات الدراسة وأبعادها وأداة المقياس وترميزها والمصادر المعتمدة في تحديدها

ت	أبعاد أداة القياس	الاختصار	عدد الفقرات	المصادر
اولاً	استراتيجيات التسويق المصرفي	BMS	20	(Yalo.at,2019)
1	استراتيجيات النمو	GS	10	
3	استراتيجيات التنافسية	CS	10	
ثالثاً	نمذجة سلوك الزبون	CBM	16	(Ma ,2012)
1	الابعاد السايكوجرافية	PSD	5	
2	الابعاد السلوكية	BED	5	
3	البعد الجغرافي	GED	6	

المصدر: الباحثة وفقاً للمصادر المذكورة

2-9: التعريفات الإجرائية

التعريفات الإجرائية للمتغيرات المعتمدة في البحث وحدودها المفاهيمية في إطار البحث الحالية اشتملت على مجموعة من المتغيرات الرئيسية والفرعية التي تعد محور التركيز الرئيس في عرض أفكارها وتناول منهجيتها، وبذلك فإن تقديم تعريف إجرائي عن هذه المتغيرات وتحديد مقاييسها المعتمدة يعد ركناً أساسياً من ضمن هذا الإطار، والتي يمكن توضيحها كما في الجدول (3) الآتي:

الجدول (3) التعريفات الإجرائية

ت	متغيرات البحث	التعريفات
---	---------------	-----------

استراتيجية هدفها صنع التكامل في قرارات المنتج والسعر والمكان والترويج اضافة الى التنسيق والترابط بينها بحيث تتطابق وتتكامل مع الاستراتيجية الشاملة للمنظمة وتساهم في تحقيقها.	استراتيجيات التسويق المصرفي	1
عبارة عن خطة استراتيجية تهدف الى تعزيز ودعم نمو المصرف من خلال زيادة مبيعاتها صعوداً، أي تحقيق معدل مبيعات أعلى من ذي قبل، في زيادة الحصة السوقية للمنشأة أو دعم مشاركتها في أسواق جديدة أو اتباع استراتيجية اختراق السوق أو خفض التكاليف.	استراتيجيات النمو	1
عبارة عن الخطة التي يتم تصميمها من أجل ترويج المنتج الخاص بالشركة، والدخول للسوق، والتمكن من جذب زبائن جدد للمصرف، والتي يسمح من خلالها توظيف الموارد المتاحة في الشركة وخلق فرص جديدة لزيادة المبيعات والوصول إلى ميزات تنافسية، تجعلها مميزة وسط الشركات الأخرى في نفس مجالها.	استراتيجيات التنافسية	2
هو أداة لمساعدة القيادات المصرفية التي تهتم بالشأن التسويقي المستهدف على فهم أفضل الخصائص لقاعدة زبائنهم والعمل على تليبيتها .	نمذجة سلوك الزبون	
عبارة عن مجموعة من المتغيرات النفسية والسمات الشخصية التي تمتلكها القيادات المصرفية التي قد تؤثر سلباً أو إيجاباً على قاعدتهم الزبونية في كيفية جذبها للخدمات المقدمة من المصارف .	الابعاد السايكوجرافية	1
عبارة عن القدرة على قراءة أفكار الزبائن ومدى ولائه للعلامة التجارية الخاصة بالمصرف وما هي الخدمات التي تلي طموحهم لجذبهم وكسب رضاهم .	الابعاد السلوكية	2
عبارة عن مجموعة من المتغيرات التي توفر معلومات حول خصائص مكان ما ، بدلاً من مجرد موقع ذلك المكان.	البعد الجغرافي	3

المصدر: الباحثة .

المبحث الثاني

الإطار النظري للبحث

تمهيد:

تعد استراتيجيات التسويق إحدى أهم الوسائل التي تساعد المصارف في تحديد وتحليل خصائص السوق لزيادة المعرفة التسويقية بالتنبؤ لأهم المشاكل التسويقية من أجل اقتناص الفرص التسويقية في المستقبل للمحافظة على بقائها ونموها، أما نمذجة سلوك الزبون فإن الأساس الذي تقوم عليها قائم على ثلاث خطوات يمارسها الإنسان أصلاً في حياته اليومية الطبيعية هي: الإدراك ثم الفهم وبعد ذلك ردة الفعل، وهذه الخطوات المترابطة يفترض أنها تعكس السلوك البشري الذي يظهر في ردود الأفعال وما يصاحبها من أعمال، إن فكرة رصد السلوك البشري ونمذجته وتطويره ، تمكنا من تحديد ردود الأفعال السلوكية المستقبلية تجاه أي قرار يُراد اتخاذه، تركز المصارف عملياتها في المجالات التي تحقق نمواً اقتصادياً حقيقياً وتمول الأعمال التجارية التي تقدم الخدمات التي يحتاجها الزبائن من أجل بقاء المصارف وازدهارها كما أن الخدمات المتعلقة بالاستدامة توفر مزايا مالية للمصارف مثل تحسين سمعتها بين الزبائن وأصحاب المصلحة وتلبية احتياجات الرئيسية.

3- استراتيجيات التسويق المصرفي: Marketing Strategies

3-1: المفهوم The Concept

أصبحت لغة المال اللغة المهمة في العالم وبسبب أهميتها تطورت المصارف والمؤسسات المالية لتقدم أفضل ما لديها للزبون وذلك بعد التطور الاقتصادي والتجاري مما حتم استخدام المصارف كوسيلة لنقل وتبادل الأموال على المستوى المصرفي أما بالنسبة للزبون اهتمت المصارف في الآونة الأخيرة في كيفية جذب الزبون للتعامل مع هذه المصارف لتعدد المنتجات المالية التي تسوقها لهم ، وخصوصاً بعد الانتعاش الاقتصادي الذي غطى شرائح واسعة وبالذات الموظفين مما سهل عملية توطين الرواتب والتعامل بالفروض السكنية وغيرها حفز هذه المصارف لإيجاد استراتيجيات قادرة على التنافس ، يمكن التطرق لتعريف استراتيجيات التسويق المصرفي من خلال عدة دراسات يمكن توضيحها بالجدول (4) الآتي:

الجدول (4) تعريف استراتيجيات التسويق

ت	اسم الباحث والسنة	التعريف
1	(Olson, 2018 :12)	هي مجموعة من القرارات والإجراءات المتكاملة والتي من خلالها تتوقع المصارف تحقيق أهدافها التسويقية وتلبية متطلبات القيمة لربائنها لذا تهتم بالقرارات المتعلقة بتجزئة السوق والاستهداف، وتطوير إستراتيجية تحديد المواقع بناءً على قرارات الخدمة والسعر والتوزيع والترويج.
2	(Sheth 2021 :31)	هي طريقة شاملة لإجراءات المصرف تجاه الزبائن، بما في ذلك التركيز على شرائح معينة منهم، واختيار أدوات والتواصل للمزيج التسويقي، على أن تتماشى مع الإستراتيجية العامة للمصرف.
3	(Yasin , 2022 : 153)	هي مجموعة من الخطط المنتظمة التي تمتد لأكثر من أربعة عقود وتشير إلى بناء استراتيجيات منظمة.

المصدر: الباحثة بالاعتماد على الدراسات العلمية

3-2: أهمية الاستراتيجيات التسويقية: The Importance Of Marketing Strategies

لاستراتيجيات التسويق اهمية كبيرة لا تقتصر فقط على خطط المصرف بل يتعدى ذلك الى البيئة الخارجية والزبون الخارجي وذلك بسبب تنامي تكنولوجيا استخدام الخدمات المصرفية حيث أصبح الزبون أكثر حريه في اختيار المصرف الذي يتعامل معه مستفيداً من الثقة التي تربطه به، لكونها الخيارات أصبحت متعددة منها: (الأسطة، 2016، 141)

1. مواجهه منافسة المصارف الأجنبية او المتعددة الجنسيات داخل الأسواق المحلية.
2. إيجاد فرص عمل من خلال النشاطات التسويقية كالبيع، والإعلانات وبحوث السوق.
3. الدخول الى الأسواق الدولية من خلال اكتشاف الفرص التسويقية في هذه الأسواق سواء بالأسلوب المباشر
4. (الاستثمار الأجنبي المباشر) او عن طريق الأسلوب غير المباشر (التصدير وتراخيص البيع)

3-3: خصائص استراتيجية التسويق المصرفي Characteristics Of The Banking Marketing Strategy

عدت الاستراتيجية التسويقية المصرفية أحد اهم المواضيع في الفكر التسويقي الحديث لكونها العملية التسويقية المصرفية تعمل وفق ما مخطط لها، على أساس الفلسفة التسويقية والخطط الاستراتيجية لتحقيق التفرد والتميز فيما بين المصارف، وهناك العديد من الآراء في هذا المجال خصوصاً عندما يتم الحديث عن خصائص استراتيجية التسويق ويمكن تحديد هذه الخصائص في الجدول (5):

الجدول (5) خصائص استراتيجيات التسويق المصرفي

ت	الخصائص	المؤلف والسنة
1	اشباع حاجات الزبائن ورغباتهم التوجه نحو السوق والبيئة المعقدة والمتغيرة معرفة حاجات الزبائن ورغباتهم وكيفية التوجه نحو السوق مع الاخذ بنظر الاعتبار الأداء المالي والتغير البيئي	صرن، 2020، 15
2	تتكون من مجموعة من الخصائص المتكاملة من القرارات التي تساعد على اتخاذ خيارات حاسمة فيما يتعلق بالأنشطة التسويقية للخدمات. إنشاء قيمة للزبائن والتواصل معهم وتقديم الخدمات مقابل تحقيق الاهداف المالية والسوقية.	(Larimo, 2021:54)

المصدر: الباحثة بالاعتماد على الدراسات العلمية

4: ابعاد استراتيجيات التسويق المصرفي Dimensions of banking marketing strategies

4-1 - استراتيجيات النمو: Growth Strategies

هي استراتيجية تنمو فيها الأعمال من خلال التوسع ببساطة من موقعها الأصلي إلى مواقع جغرافية إضافية، والذي يعد الأكثر شيوعاً، قد يتوسع مصرف ناجح في مكان واحد عن طريق فتح موقع ثانٍ له في مجتمع قريب كما يمكن أن تساعد هذه (Haag) الاستراتيجية في الوصول إلى أسواق جديدة، وخفض التكاليف، وايضاً توفير خط قوي لدعم النمو المستقبلي للمصارف. & Sandberg 2020: 4)

ويمكننا القول وفقاً لاستراتيجية التوسع الجغرافي للمصارف تسعى الأخيرة للبحث عن أسواق جديدة في مناطق جغرافية متفرقة وذلك من أجل استثمار استراتيجيه التوسع وقد يضيف هذا التوسع الحصول على زبائن جدد خارج نطاق المناطق الحالية، وبذلك تتوسع قاعدة الزبائن مدعومة باستخدام آليات وأساليب تسويقية وترويجية متطورة لجذب الزبون المصرفي.

ب. اختراق السوق Market penetration

اختراق السوق هو الاسم الذي يطلق على استراتيجية النمو حيث يركز العمل على بيع الخدمات والأسواق الحالية، يعد مؤشر جيد إذا كان هناك الكثير من الحصة السوقية التي يمكن الحصول عليها على حساب المنافسة، أو إذا ينمو السوق بسرعة كبيرة بما يكفي للنمو المتوقع إذا كان لدى المصرف حصة كبيرة في السوق، فهناك حاجة للنظر فيما إذا كان الاستثمار من أجل مزيد من النمو في هذا المجال سيؤدي إلى تناقص العوائد من نشاط التطوير، كما يمكن أن تزيد الأرباح من هذا النشاط عن طريق خفض التكاليف أكثر من السعي للنشاط لمزيد من الحصة السوقية في السوق.

أن اختراق السوق يسعى إلى تحقيق أربعة أهداف رئيسية: (Midwa, 2018: 11)

1. الحفاظ على حصة السوق من الخدمات الحالية أو زيادتها – يمكن تحقيق ذلك من خلال مجموعة من استراتيجيات التسعير التنافسي والإعلان وترويج المبيعات وربما المزيد من الموارد
2. تأمين هيمنة أسواق النمو.
3. إعادة هيكلة سوق ناضجة بطرد المنافسين، سيتطلب هذا حملة ترويجية أكثر قوة، مدعومة باستراتيجية تسعير مصممة لجعل السوق غير جذاب للمنافسين، زيادة الاستخدام من قبل الزبائن الحاليين – من خلال تقديم أنظمة الولاء.
4. إن هذه الاستراتيجية تدور حول العمل والبحث في الأسواق والخدمات التي يعرفها جيداً، من المحتمل أن يكون لديها معلومات جيدة عن المنافسين واحتياجات الزبائن، لذلك من غير المحتمل أن تتطلب هذه الاستراتيجية الكثير من الاستثمار في أبحاث السوق الجديدة.

وترى الباحثة بان هذه الاستراتيجية تقوم بعملية البحث المعمق بالأسواق الحالية التي تتزاحم فيها المنافسة المصرفية من خلال استخدام استراتيجيات تسويقية لاجتذاب أكبر شريحة من الزبائن في السوق الذي تحدث فيه المنافسة واهم ما يميز هذه الاستراتيجية الاتي:

- أ. استخدام وسائل اقناع متقدمة لجذب الزبون.
- ب. معرفة سلوكيات الزبائن وطرق جذبهم للمصرف من خلال محاكاة حاجاتهم ورغباتهم.
- ت. العمل في نفس دائرة المنافسة ولكي يكون الاختراق للزبون وليس للمصارف الكبرى.

ت. استراتيجية سوق جديدة New market strategy

إن تطوير السوق هو الاسم الذي يطلق على استراتيجية النمو حيث تسعى المصارف لبيع خدماتها الحالية في أسواق جديدة، هناك العديد من الطرق الممكنة لمقاربة هذه الاستراتيجية، بما في ذلك: الدخول في أسواق جديدة، كتصدير الخدمة إلى بلد جديد، أو قنوات توزيع جديدة وسياسات تسعير مختلفة لجذب زبائن اخرين أو إنشاء قطاعات سوق جديدة. يمكن للمصارف أيضاً أن تنمو من خلال الوصول إلى قطاعات السوق الجديدة، المفتاح لاكتشاف الأسواق الجديدة هو النظر في مجموعة واسعة من متغيرات التجزئة: -

- 1- كالاتخدام – الهدف غير المستخدم.
 - 2- نظام التوزيع – أسواق جديدة يمكن الوصول إليها من خلال فتح قنوات توزيع جديدة.
 - 3- العمر – تجذب العمر في فئات عمرية اضافية للسكان.
- عند تطوير او دخول أسواق جديدة، قد تبذل المصارف مواردها في مطاردة شرائح الزبائن الخاطئة، من أجل زيادة الأرباح إلى الحد الأقصى، هناك استراتيجية لإتقانها، وهي زيادة ربحية الزبون مدى الحياة، أي فهم وتعظيم ربحية علاقات الزبون طويلة على إعادة توجيهه (Jones & Schilling, 2014: 198) الأجل مع المصرف، يساعد استهداف الزبائن المرغوبين تجار التجزئة استراتيجياتهم التسويقية نحو شرائح الزبائن الأعلى قيمة ترى الباحثة بان هذه الاستراتيجية تحاول البحث عن سوق جديدة أي شرائح زبائن جدد او قطاعات لم يعطها المصرف أهمية في الماضي يكون هذه القطاعات بدأت بالتناهي واهم ما يميزها:

- أ. التخطيط لمزيج تسويق مصرفي أفضل مما كان لجذب زبائن جدد للمصرف.
- ب. التركيز على قطاعات زبونية لم يعطها المصرف أهمية في الماضي.
- ت. العمل على تنشيط بحوث السوق لمعرفة القطاعات السوقية التي يمكن تغطيتها.
- ث. التركيز على الخدمات المصرفية التي يقدمها المصرف وكيف يروج لها.

ح. استراتيجيات خفض التكاليف Strategy cutting costs

إن تميز الوحدة الاقتصادية بميزة تخفيض التكلفة في سوق المنافسة تجعل أسعارها منخفضة مقارنة بالمنافسين من خلال اعتمادها على اقتصاديات الحجم والخبرة والتكامل العمودي من خلال السيطرة على مصادر عرض مدخلاتها والطلب على مخرجاتها، إن اعتماد هذه الاستراتيجية يتطلب توافر جهاز محاسبي ومالي متطور قادر على تتبع التكاليف وخصوصاً التكاليف غير المباشرة التي تحتل نسبة كبيرة ضمن هيكل التكلفة المرتبط بمتغيرات بيئة التصنيع الحديثة التي أثرت على انخفاض تكاليف العمل المباشر إلى مستويات كبيرة، بل أصبحت من التكاليف غير المباشرة المرتبطة بالعمل الإشرافي، لأن عمليات التصنيع المرنة تجري وفقاً لبرامج الحاسوب، ومن ثم أصبح هيكل التكلفة يتكون من عنصرين هما المواد المباشرة والتكاليف غير المباشرة التي أصبحت بنودها متنوعة وكثيرة جداً، وهنا يبرز دور إدارة التكلفة الإستراتيجية كأحد نظم الإدارة الإستراتيجية التي تعمل على خفض التكلفة وتحسين الأداء والجودة ابتداءً من مرحلة البحث والتطوير في سلسلة القيمة حتى خدمات ما بعد البيع، ومن هنا تؤكد هذه استراتيجية تحسين الكفاءة التشغيلية وربما تكون الأكثر ملائمة عندما تكون مشاكل المصرف منتشرة ولكنها ليست حرجية بعد، تظهر الأبحاث أن المصارف ذات الأداء الضعيف في الصناعات الناضجة كانت قادرة على تحسين أدائها عن طريق خفض والمصرفيات وعن طريق بيع الأصول. (Kluyver & Pearce 2015: 60-61) التكاليف وترى الباحثة بان هذه الاستراتيجية تجعل المصرف ينافس من أجل الحصول على الخدمات المصرفية المقدمة مع التركيز على الفائدة الملموسة من قبل الزبون وأهم ما يحدد هذه الاستراتيجية:

- أ. خفض الكلفة النقدية للزبون من خلال السرعة في تقديم المنتجات المصرفية له.
- ب. التكاليف المتعلقة بالجهد والوقت الذي يستنزف من الزبون عندما تكون الخدمة بطيئة.
- ت. الموثوقية في تقديم منتجاتها للزبان في الوقت الملائم من خلال تقليل الاعتماد على الطرق الكلاسيكية واستبدالها بالطرق الحديثة.

4-2: استراتيجيات المنافسة: Competition strategy

توجد في البيئة التسويقية التنافسية أربع استراتيجيات متبعة بالمصارف متمثلة:

أ- استراتيجية السوق الرائدة: Leading strategy in the market

يمكن استخدام هذه الاستراتيجية من قبل بعض المصارف المهيمنة الكبيرة جداً وعلى الرغم من وجود شبكة توزيع قوية، فإن المصرف يتمتع بفوائد عديدة من وفورات الحجم، وذلك لحجمه الكبير وهذه الميزة تسمح له بحماية حصته في السوق أو التوسع ويصبح أكثر سيطرة، تلعب هذه المصارف المهيمنة دوراً كبيراً في الصناعة المصرفية وذلك بحكم كبر حجمها، إن أنشطتهم الترويجية التي ترجع إلى سمعة راسخة، تضعهم في مقدمة الصناعة المصرفية خاصة فيما يتعلق بأسعار الخدمات التي يقدمونها وكثافة ترويجهم لها وإعلانهم عنها، كما وتهدف المصارف الرائدة في السوق إلى البقاء في هذا المركز والحفاظ على مستقبلها من (Denison, 2012: 122) أجل الاستمرار بتحقيق الأرباح والمحافظة على الزبائن الحاليين وكسب الجدد منهم.

من خلال ما تقدم ترى الباحثة عندما تمتلك المصارف الكبيرة الحصة السوقية الأكبر يكون لديها القدرة للتوسع على المصارف المنافسة ومن ثم تكون هذه المصارف هي المسيطرة والرائدة في المجال التسويقي لمنتجاتها المصرفية وهذا يعود إلى الآتي:

- تعدد أنشطة هذه المصارف وتتسم بكبر حجمها.
- ضخامة رأس مالها المادي والبشري.
- لديها سمعة قوية وهوية نشطة متميزة.
- قدرة المسوقين على النفاذ للأسواق المصرفية والزبائن بقوة.
- باستطاعة هذه المصارف الحفاظ على الزبون الحالي وكسب زبائن جدد للامتيازات التي تهدف لها.
- تسمى المصارف هنا بالمصارف القائمة أو الرائدة.

ب- الاستراتيجيات المنافسة في السوق: Market challenger strategies

قد تتحدى المصارف اللاحقة (أي المصارف التي جاءت في المركز الثاني لرائد السوق) القائد أو أن تصبح تابعاً له، باستخدام إستراتيجية (الهجوم المباشر) حيث عادة ما يتم تنفيذها على المنافسين الرئيسيين في نفس القطاعات، من خلال استخدام سياسات سريعة وخدمة صعبة في الابتكارات، وتشير إلى استخدام قطاعات السوق المختلفة، وقنوات التوزيع، وغيرها، وتعني أيضاً تحدي المنافسين الصغار في الصناعة، من خلال قبول الأعمال المصرفية المرتبطة بمستويات أعلى من المخاطر والمضايقات القانونية (Kaulika, 2019: 51) أو غير ذلك المصارف

من خلال ما تقدم ترى الباحثة بان المصارف في هذا السلوك الاستراتيجي التنافسي تكون لديها محاولات تنافسية في الوصول إلى مصاف المصارف الرائدة ويمكن تحديد أهم مميزات هذه المصارف بالآتي :

- تعمل هذه المصارف على تحدي المصارف الرائدة من أجل الحصول على حصة سوقية أعلى من حصتها الحالية.
- تحاول ان تقتنص نقاط ضعف المصارف الرائدة واستثمارها بالشكل الأمثل.
- تستخدم هذه المصارف أساليب تسويقية مصرفية حديثة تمكنها من البقاء في موقعها.
- تستطيع هذه المصارف ان تنمو بسرعة إذا استطاعت معرفة السوق ومعرفة الزبون والمنافسين.

ج- استراتيجيات أتباع السوق: Market follower strategies

تعني أن المصرف قد قبل الوضع الراهن لن تتحدى المصرف الرائدة (القادة) في السوق ولكنها ستحاول الحفاظ على حصتها في السوق من خلال استراتيجية تهدف إلى الاحتفاظ بالزبائن وكسب حصة من الزبائن الجدد يمكن تنفيذ ذلك من خلال استثمار مجموعة من الأسواق المستهدفة التي يمكن أن تحقق لها ميزة مميزة، ربما من حيث الموقع أو الخدمات المتخصصة المقدمة ان هذه الإستراتيجية تتبناها من قبل المصارف التي تفضل تبني تكتيكات أكثر حذرًا بدلاً من أن تكون (Syarifah,2019:23) هجومية وتجذب انتباه الرائدة، فإنها تفضل اتباع القادة قد تتبع المصارف الأخرى في أي حال لأنها ليست في وضع يسمح لها بالتصرف بطريقة أخرى ومع ذلك، يتابع آخرون هذه الاستراتيجيات، لكنهم يفعلون ذلك من خلال مسارات مخططة بعناية من أجل تحقيق أهدافهم طويلة المدى ، بالشكل عام يمتلك أتباع السوق إدارة قوية تعطي الأولوية للربحية، بدلاً من حصتها في (Zhang & Lv,2022:2)السوق.

ث- استراتيجية سوق أفضل : Market-nicher strategy

تهدف هذه الاستراتيجية إلى الاستفادة من المنافذ الموجودة في السوق يتم ذلك من خلال التخصص في الأسواق هنا صغيرة نسبياً وتميل إلى أن تكون خارج نطاق مصالح المصارف الكبيرة مقارنة بالأصغر ، فإن المكانة المتخصصة آمنة ومرحة قد تتبنى المصارف الأصغر استراتيجيات أفضل في السوق لتجنب الاصطدام بالمصارف الكبرى تحاول هذه المصارف إيجاد واحتلال الكبيرة . (Fekadu ,2018 :19-18)مجالات السوق التي قد يتم تجاهلها من قبل المصارف

وترى الباحثة ان مثل هكذا أسواق يجب ان تتبع أساليب تسويقية مبتكرة من خلال جذب الزبائن ودخول السوق بسعر منخفض مما يجعل توافد وجذب اكبر قدر منهم والمستثمرين وخاصة عندما تكون بيئة العمل تستخدم الاساليب التسويقية والمعلوماتية الحديثة التي تسهل من إجراءات العمل ، ولهذه الاستراتيجيات أهمية بالغة في زيادة نماء أعمال المصارف إلى الحد الذي قد يقود إلى إضافة بعض التوسعات لها، على أنه هناك بعض المعايير التي يلزم أخذها في الاعتبار عند تحديد الاستراتيجية التسويقية الواجبة الإلتباع، إلى جانب أنها تقوم على مجموعة من العناصر وتعد الخدمة هو العنصر الأساسي من بينهم، وهنا يجب ان يتوافر عنصران في الخدمة الذي تبني عملية التسويق عليها أيًا كانت الاستراتيجية المتبعة من بين أنواع استراتيجيات التسويق المصرفية وهما إما أن يكون يسد إحدى حاجات الزبون المستهدف أو أن يكون مقنعاً للغاية بحيث يجذبهم حتى وإن لم يكونوا في حاجة له، وتستغل العملية التسويقية كافة بيانات الخدمة، بالإضافة إلى أن لكل مرحلة من مراحل دورة حياة الخدمة يكون لها بعض الاجراءات الخاصة في عملية التسويق.

المبحث الثالث

5: نمذجة سلوك الزبون Customer behavior modeling

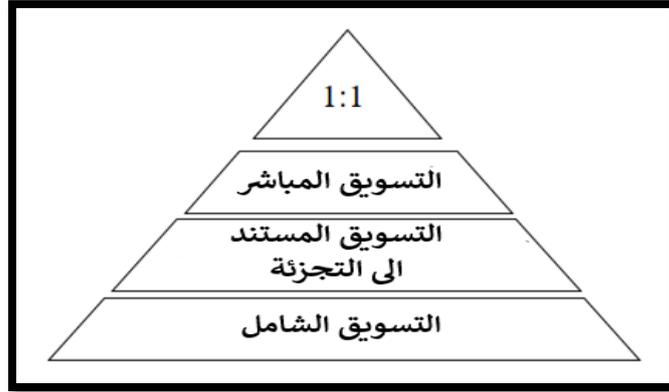
تمهيد :

ان نمذجة سلوك الزبون هي عملية ديناميكية يمكن ان تتبناها المصارف الباحثة عن الزبون المالي والمستقبلي من خلال بقاء نموذج مستقبلي قادر على توقع سلوكيات الزبائن وكيفية الحفاظ عليهم ومعرفة من الذين يكونوا أكثر ربحية بالنسبة للمصرف التسويقية والتركيز على سماتهم من خلال تفعيل المعرفة الزبونية المستقبلية وبوجود المكونين (تجزئة الزبائن – وملف تعريفهم) يمكن للمسوقين تحديد الإجراءات التسويقية التي يجب اتخاذها لكل شريحة ثم تخصيص الموارد النادرة للقطاعات من أجل تلبية أهداف العمل المحددة.

5-1 مفهوم نمذجة سلوك الزبون (CBM) Customer behavior modeling concept

يعد مفهوم نمذجة سلوك الزبون من المفاهيم الحديثة والمعاصرة في الفكر التسويقي واخذ حيزاً من الاهتمام على مستوى علماء الإدارة والتسويق على حد سواء وباتت عملية التنبؤ بحاجات ورغبات الزبون من أولويات كل المصارف الباحثة عن كسب رضاهم والنمذجة تعني ان يكون لكل زبون موظف له، كما يؤدي الطلب دوراً مهماً في إدارة كل عمل تجاري لذلك تساعد التنبؤات الدقيقة للطلب المصرف على تقليل المخاطر التي تنطوي عليها الأنشطة التجارية واتخاذ قرارات تجارية مهمة إضافة الى انه يوفر التنبؤ بالطلب نظرة ثاقبة على الاستثمار الرأسمالي للمصرف والتخطيط لأنشطة طويلة الأجل بالإضافة إلى المساعدة في تقييم قدرة المنظمة وادائها للمنافسة المستقبلية والاستعداد بسياسات مناسبة للتحديات المستقبلية (Bidoni &Montreuil,2021:1118) اما الان يتميز السوق بكونه عالمياً والمنتجات متطابقة تقريباً بالطلب وهناك وفرة من

الموردين وبسبب حجم الأسواق وتعقيدها فإن التسويق الشامل مكلف كما موضح في الشكل (2) وكثيراً ما تكون عوائد الاستثمار موضع تساؤل.



الشكل (2) التواصل مع الزبائن

Source: Andersen, H., Andreasen, M. D., & Jacobsen, P. (1999). The CRM Handbook-from group to multi-individual. Norhaven: PricewaterhouseCoopers.

1:1 وتعني لكل زبون موظف يقوم بأداء مهامه لحين اكمال الخدمة المرجوة له

تمت دراسة سلوك الزبون في العلوم الاقتصادية في منتصف القرن الماضي كتكوين للعديد من النماذج العلمية المختلفة.

الجدول (6) تعاريف نمذجة سلوك الزبون

عملية مرتبطة بالمواقف التي يختار فيها الأفراد أو المجموعات ان يشتركون أو يستخدمون أو يبيعون المنتجات أو الخدمات أو الأفكار أو الخبرات لتلبية الاحتياجات والرغبات.	(Gontareva, et al 2018
التفاعل الديناميكي للتأثير والإدراك والسلوك والبيئة التي ينفذ الناس من خلالها جوانب التبادل في حياتهم" وبالتركيز على المراحل الرئيسية للاستهلاك، استرجاع المعلومات، واتخاذ القرار والاستخدام.	East, R., Singh, J., Wright, M., & Vanhuele, M 2021

المصدر: الباحثة بالاعتماد على الدراسات العلمية المختلفة

2-5: تجزئة الزبائن وملفات تعريف الزبائن: Customer segmentation and customer profiling وتتضمن الاتي :

1-تجزئة الزبائن customer segmentation : التجزئة هي وسيلة للحصول على مزيد من التواصل المستهدف مع الزبائن وتصف هذه العملية خصائص مجموعات الزبائن (تسمى شرائح أو مجموعات) داخل البيانات وتقسّم إلى شرائح حسب تقاربهم أو خصائصهم المماثلة وتعد خطوة تحضيرية لتصنيف كل زبون وفقاً لمجموعته التي تم تحديدها حيث تعد هذه أمراً ضرورياً للتعامل مع سوق الزبون المجرأ ديناميكياً، وبذلك يكون المسوقون أكثر فاعلة في توجيه الموارد واكتشاف الفرص وهو أيضاً يستخدم لوصف عملية تقسيم الزبائن إلى مجموعات متجانسة على أساس سماتهم (العادات والأذواق وغيرها)، ووصفهم بسماتهم مثل العمر، والدخل، وأنماط الحياة. (Holmes, 2010:31)

وترى الباحثة بان عملية تجزئة الزبائن الى شرائح متنوعة ، تساعد في سهولة معرفة متطلباتهم وتوحيد وفرز بياناتهم ومعلوماتهم وفقاً للخصائص المتناقضة والمتماثلة لمعرفة كيفية التعامل معهم وفقاً لشرائحهم وتوحيد الموارد نحوها وفهمها عن قرب.

2-ملف تعريف الزبائن Customer profiling : يوفر هذا الملف أساساً للمسوقين التواصل مع الزبائن الحاليين وتقديم خدمات أفضل لهم لأجل الاحتفاظ بهم كزبائن دائمين للمصرف ويتم ذلك عن طريق تجميع المعلومات عن كل زبون يقوم بالتعامل مع المصرف مثل البيانات الديموغرافية والسلوكية، حيث يتم استخدام ملف تعريفهم أيضاً للتنبؤ عن الجدد منهم باستخدام مصادر خارجية، مثل البيانات الديموغرافية للزبائن من مصادر مختلفة، وتستخدم هذه البيانات لتقسيم قاعدة البيانات إلى مجموعات وبسمات شراء مختلفة اعتماداً على الهدف حيث يتعين تحديد الملف الشخصي الذي سيكون ذا صلة بالمشروع وهو ملف يحتوي على اسمه، وعنوانه، ومدينته، وولايته ورمزه البريدي وإذا احتاج المصرف إلى ملفات تعريف لمنتجات معينة، فسوف تحتوي الملفات الخاصة بهم على معلومات المنتج أو حجم الأموال التي يتم إنفاقها (Bounsaythip&Rinta- (5:2001)Runsala، وهو أيضاً طريقة لتطبيق البيانات الخارجية على مجموعة من الزبائن المحتملين اعتماداً على البيانات المتاحة التي يمكن استخدامها

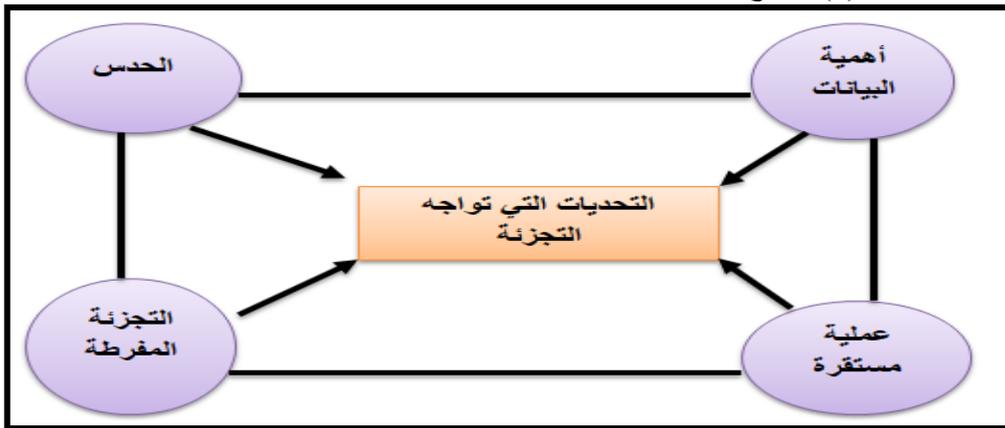
للبحث عن زبائن جدد أو استبعاد الغير جيدين منهم وان الهدف هو التنبؤ بالسلوك بناءً على المعلومات التي تتوفر عن كل زبون حيث يتم تنفيذ ملفات تعريفهم بعد تجزئتهم (Bounsaythip&Rinta-Runsala,2001:3) ويعد أيضاً أداة لمساعدة المسوقين المستهدفين على فهم أفضل لخصائص قاعدة زبائنهم

(Andersen & Jacobsen,1999:7) ويمثل كذلك الدافع طويل المدى لتصنيفهم في تحويل هذا الفهم إلى تفاعل آلي معهم بالنسبة للمهام يحتاج السوق اليوم إلى مجموعة واسعة من العمليات وأدوات تكنولوجيا المعلومات واستخدامها لجمع البيانات وتبسيط عملية استخراج المعرفة حول السوق والتخطيط للحملات التسويقية، حيث استخدام أدوات التنقيب عن البيانات لتحديد مجموعات ذات مغزى في البيانات التاريخية كمعايير الاختيار للقوائم البريدية أو لتحديد الأسواق ذات الإمكانيات العالية أو الوسائط أو خصائص نمط الحياة التي تتوافق مع توجهات الزبائن المستهدفين (Thearling,2000:17)

لذا ترى الباحثة بان نمذجة سلوك الزبون هو عملية ديناميكية يمكن ان تتبناها المصارف الباحثة عن الزبون المالي والمستقبلي من خلال بقاء نموذج مستقبلي قادر على توقع سلوكياتهم وكيفية الحفاظ على فهم ومعرفة الزبائن الذين يكونوا اكثر ربحية بالنسبة للمصرف والتركيز على سماته من خلال تفعيل المعرفة الزبونية المستقبلية، وبوجود المكونين (تجزئة الزبائن – و ملف تعريفهم) يمكن للمسوقين تحديد الإجراءات التسويقية التي يجب اتخاذها لكل شريحة ثم تخصيص الموارد النادرة للقطاعات من أجل تلبية أهداف العمل المحددة.

5-3: التحديات التي تواجه عملية التجزئة : The Challenges Facing The Retail Process (Bounsaythip& Rinta-Runsala:2001:4) هناك العديد من التحديات التي تواجه عملية التجزئة وهي كالآتي:-

1. أهمية البيانات وجودتها : **Relevance and quality of data** تعد البيانات وجودتها ضروريان لتطوير شرائح ذات مغزى إذا كان لدى المصرف بيانات عن الزبائن وتكون غير كافية أو بيانات كثيرة جداً، فقد يؤدي ذلك إلى تحليل معقد ويستغرق وقتاً طويلاً، وإذا كانت هذه البيانات بشكل غير جيد (تنسيقات مختلفة، وأنظمة مصادر مختلفة)، إضافة الى انه يمكن أن يكون التقسيم الناتج معقداً للغاية بحيث يتعذر على المصرف تنفيذه بفعالية على وجه الخصوص، قد يكون استخدام عدد كبير جداً من متغيرات التجزئة أمرًا مربكًا، مما يؤدي إلى ظهور قطاعات غير صالحة لاتخاذ القرارات الإدارية قد لا يمكن تحديد المتغيرات الفعالة ظاهرياً، وترجع العديد من هذه المشكلات إلى عدم كفاية قاعدة بيانات الزبائن.
2. الحدس **Intuition**: على الرغم من أن البيانات يمكن أن تكون مفيدة للغاية، يحتاج المسوقون إلى تطوير فرضيات التجزئة من أجل تحديد البيانات الصحيحة للتحليل.
3. عملية مستمرة **Continuous process**: يتطلب التقسيم التطوير والتحديث المستمر مع الحصول على بيانات الزبائن الجديدة، وتؤثر استراتيجيات التجزئة الفعالة على سلوك الزبائن المتأثرين بها، ويستوجب ضرورة المراجعة وإعادة تصنيفهم.
4. التجزئة المفرطة **Over-segmentation**: يمكن أن يكون تقسيم الزبائن الى شرائح او تقسيمات صغيرة جداً و متميزا بالشكل غير كافٍ لتبرير المعالجة كشرائح منفصلة ومن ثم فإن التجزئة المفرطة للزبائن يمكن ان تؤدي الى نتائج سلبية او عكسية ، والشكل (3) يوضح تلك التحديات



الشكل (3) التحديات التي تواجه التجزئة

المصدر: الباحثة بالاعتماد على (Bounsaythip, C., & Rinta-Runsala, E Overview of data mining for customer behavior modeling. VTT Information Technology Research Report, Version, 1, 2001)

ترى الباحثة بان هناك العديد من التحديات التي من الممكن ان تؤثر على تجزئة الزبون ومنها ان تكون هنالك بيانات شاملة وواقعية عنهم للوصول الى المعلومات المقدره للمسوق لمعرفةهم بشكل اكثر دقة وان يتصف متخذ القرار التسويقي بالحدس التسويقي العالي الذي يمكنه في قراره المستقل والخاص بالزبون وفقاً لشرائحهم وهذه العملية تتسم بالاستمرار والتحديث والاضافة بسبب التغيرات في ادواقهم ، وهنا لا بد ان يكون متخذ القرار التسويقي حذر جداً من التجزئة المفرطة التي من الممكن ان تسبب

4-5: نماذج نمذجة سلوك الزبون : customer behavior modeling

هنالك العديد من نماذج السلوك الزبون وهو كما موضح في ادناه:

أ. النموذج الاقتصادي لمارشال : Marshallian economic model

تم صياغة هذا النموذج من قبل الفريد مارشال بناءً على خيار اقتصادي عقلائي يوضح ويشرح ويتنبأ بالخدمات والسلع التي سيشتريها الزبائن بكميات وأسعار مختلفة (Hoyer , 2004:33) وتبعاً لهذا النموذج، تستند قرارات الشراء إلى إجراءات اقتصادية، عقلانية مدروسة وما يتم انفاقه من الزبائن على الخدمات والسلع التي تقدم مقدار أكبر من الرضا لهم بالاعتماد على اذواقهم أولاً وأسعارها النسبية ثانياً، (Anyanwu 2010:24) ، ان الدالة لهذا النموذج $C = f(X)$ هنا هو الاستهلاك والـ X هي الدخل، يفترض الاقتصاديون أن الزبون يتبع مبدأ تعظيم المنفعة من أجل زيادة رضاه ومن ثم يصور النموذج الزبون بأنه شخص عقلائي إلى حد كبير يؤسس بوعي وادراك سلوكه الشرائي على الاعتبارات الاقتصادية (Ladipo، 2006:75)، كما أن العوامل الاقتصادية وحدها لا تستطيع تفسير الاختلافات في عملية البيع والشراء للخدمات والسلع وأن أساسيات كيفية تكوين تفضيلات العلامة التجارية والمنتجات والخدمات يتم تجاهلها في هذه النظرية، وهو أيضاً نموذج معياري أكثر من كونه نموذجاً وصفيًا، وذلك لأنه لن يتم فيه مشاركة الزبائن كافة في التحليل الاقتصادي، وتستند نظرية مارشال على ثلاثة جوانب (Omotoyinbo,2017: 40):-:

1. السعر .
 2. سلوك الشراء .
 3. مكاسب اقتصادية .
- ان هذه المكونات تنتبثق من كونها تعبر عن وجهات نظر مختلفة منها :

- إذا كان سعر المنتج او الخدمة المقدمة اقل فان الزبون سوف يقوم بالشراء.
 - إذا كانت الخدمة المقدمة او المنتج اقل من دخل الزبون فان هذا سوف يلهمه للشراء.
 - إذا كان سعر الخدمة او المنتج اعلى من السعر البديل هذا يدفع الزبون الى تفضيل أكبر لشراء البديل.
- وترى الباحثة انه من خلال نظرية مارشال عندما يبقى مستوى إنفاق الزبون يتأثر بتغير السعر تبقى المنفعة الحدية بدون تغير حيث ان معدل النفقات التي يتحملها الزبون قد ترتفع خلال فترات زمنية لاحقة بسبب ارتفاع السعر او الزيادة في الشراء لذلك يجب على الزبائن التحكم في طريقة انفاقهم على الخدمات التي تقدمها المصارف بما يتلائم مع مقدراتهم وما يلائم دخولهم الشخصية.

2-نموذج التعلم بافلوفيان : Pavlovian learning model

وهي نظرية العالم الروسي بافلوفيان وتتعلم بالآلي أو الانعكاس تعد من العلوم النفسية والتي يذصب تركيزها الرئيسي على ربط الحافز بالاستجابة المشروطة للزبون ومغزاها القيام العالم الروسي بتجربة عملية وتطبيقها على كلب حيث قام بأحضار الطعام للكلب مع قرع الجرس وجد انه في وقت لاحق من تكرار نفس العملية كان لعاب الكلب يسيل بدون (Moore,2011:43) احضار الطعام بمجرد قرعه وباستخدام هذه النظرية في جانب التسويق يقوم المسوقين باعتماد استراتيجيات التسويق وذلك من خلال العلامة التجارية التي يمكن ان تؤثر على قرار الشراء للزبون (Shankar,2010:63)

3-نموذج لوين : Lewin's model

عد لوين ان الزبون كمنطقة مقسمة إلى ثلاث مناطق رئيسية: المنطقة الشخصية الداخلية، والمنطقة الإدراكية الحركية، والبدن الأجنبي لمساحة الحياة (Hoyer,2004:17)، تالشكل رغباته في المنطقة الداخلية الشخصية كما المنطقة الحسية الحركية تحيط بالمنطقة الشخصية الداخلية حيث انها داخلية بالنسبة له ولكن في نفس الوقت الآلية التي تربط ذلك بينه وبين بيئته عن طريق الصوت والضوء والنوق والحركة والكلام وغيرها، وقد أطلق على البيئة المحيطة به، البدن الأجنبي لمساحة الحياة، حيث ان ما يراه في البيئة يتغير باستمرار ويعدل تصوراته وان نموذج لوين له تطبيق على سلوك الزبون بالمعنى أنه من خلال التأكيد على التسلسل الهرمي للرغبات، فإننا نكتسب نظرة ثاقبة، ليس فقط سبب اختلاف سلوك الزبائن المختلفين، ولكن أيضاً سبب كون بعض المنتجات أكثر أهمية من غيرها للزبون نفسه، يؤكد النموذج أن الزبون لديه أكثر من طريق لتلبية حاجة خاصة وسلط الضوء على التفاعل بين الفرد وبيئته (Kassarjian&Robertson,1973:91).

من خلال ما تقدم ترى الباحثة هنالك العديد من النظريات التي فسرت نمذجة سلوك الزبون ، ولكل نظرية فلسفتها وهيكلتها في العمل قد تختلف من نظرية الى أخرى وكل منها لها محدثاتها وتفاوت في التطبيق حسب نوع المصرف وحسب نوع الخدمة

5-5: ابعاد نمذجة سلوك الزبون Dimensions of customer behavior modeling

ان ابعاد نمذجة سلوك الزبون يمكن تحديدها بالآتي: (Ma,2012:579)

ج. العوامل السيكوجرافية : Psychographic factors :-

- تعد المواقف، ونمط الحياة، والهوايات، والنفور من المخاطرة، والسمات الشخصية، والسمات القيادية، والمجالات المقروءة، والبرامج التلفزيونية التي تمت مشاهدتها، وغير هاهي بمثابة سلوكيات وعوامل تؤدي الى نمذجة سلوك الزبائن نحو العمليات التسويقية، (Singh & Gupta, 2021: 23) كما ان علم النفس يهتم ويدرس الصفات النفسية والمعرفية للزبائن التي تكشف عن معتقداته وقيمه وأهدافه في التسويق، تُستخدم التخطيطات السيكوجرافية جنباً إلى جنب مع التركيبة السكانية لفهم وتسويق العادات الشرائية للزبائن، كما توضح سبب شرائها لهذا الخدمة او المنتج والتي تشمل الخصائص الديمغرافية بيانات موضوعية مثل الجنس والعمر والدخل والحالة الاجتماعية، في حين تتضمن المعلومات السيكوجرافية بيانات ذاتية مثل أنظمة المعتقدات والقيم والأهداف والمواقف وتشمل (Zhou & Krishnan, 2019 : 590) :-
- ث. خصائص الشخصية : تحدد الطريقة التي يتفاعل بها الشخص مع العالم من حوله. من المحتمل أن يشترك الأشخاص في جمهورك المستهدف في بعض السمات الشخصية التي يمكنك تخصيص حملتك التسويقية وفقاً لها.
 - ج. أسلوب الحياة : تحكي الرسوم البيانية لنمط الحياة قصة كيف ينظر الشخص إلى نفسه داخل المجتمع. يمكن أن يتأثر هذا العامل بالعلاقات والمهنة وخيارات الحياة المهمة الأخرى.
 - ح. الطبقة الاجتماعية : يصنف للزبائن أحياناً أنفسهم إلى طبقات دنيا ومتوسطة وعالية ويتخذون قرارات شراء مبنية عليها بشكل واسع.
 - خ. العادات : هي عوامل سيكوجرافية اعتاد عليها الشخص في حياته اليومية. لا يتم كسر العادات بسهولة، لذلك يميل المسوقون إلى أخذها بالحسبان بشدة عند إنشاء الحملات والإعلانات.
 - د. السلوكيات : تعني تصرف الشخص وهو عامل سلوكي سيكوجرافي يتم عرض السلوكيات من خلال أنماط شرائه، واستخدام المنتج، وحتى تكرار شراء المنتج.
 - ذ. الاهتمامات : يمكن أن يؤثر هذا العامل النفسي على الطريقة التي يتفاعل بها الشخص مع العلامة التجارية تختلف الاهتمامات من شخص لآخر، ولكن بالشكل عام، سيشارك الجمهور المستهدف في الاهتمامات المشتركة التي يمكن دمجها في الحملات التسويقية للحصول على استجابة معينة.

2.العوامل السلوكية Behavioral factors: تعد العوامل السلوكية ركن أساسي من اركان نمذجة سلوكيات الزبائن، لذا فان أي سلوك أو نمط سلوك معين له تأثير سلبي قوي على الأداء او العمل فانه يزيد من فرص الفشل، كما تشمل الأمثلة على هذه العوامل استخدام والنشاط البدني للزبائن، والنشاط الأخرى ذات طابع سلوكي متعلق بالبيئة التسويقية كالولاء للعلامة التجارية، ومستوى الاستخدام، والفوائد المطلوبة، وقنوات التوزيع المستخدمة، والتفاعل مع عوامل التسويق، (McLennan, et al., 2019 : 488)، في حين أضاف (Chen, 2020:2) أن العوامل نابعة من سلوك الإنسان قد تكون بسبب الشخصية أو الموقف أو رد فعل على البيئة، كما تتم مراجعة العديد من السلوكيات التي لها تأثير قوي على الممارسات ، على الرغم من توفر البيانات حول العلاقات التسويقية بين هذه السلوكيات والنتائج المختلفة ، تم تعزيز الاستنتاجات السببية من خلال تصميمات بحثية أكثر تعقيداً، وتم توضيح العلاقات التسويقية لسلوكيات الزبائن، وتم تحديد تأثير العديد منها بالشكل عام. (Shahi, 2020 : 117)

3.البعد الجغرافي Geographical distance: يقيس سلوك الاختيار الفعلي عندما يكون للزبائن الاختيار بين المنتجات أو الخدمات التي تكون من منطقة معينة الى أخرى كما إن السعر والجودة وتصميم الخدمات في المصارف قد يختلف أيضاً بين المناطق وحسب فروع المصرف الواحد، كما أن المؤشرات الجغرافية تشير إلى جودة الخدمات المقدمة، ويمكن تمييز الخدمة أيضاً من حيث الأسواق وتجزئة الزبائن، قد تختلف أيضاً من حيث أصل الخدمة والمعلومات والمهارات والتكنولوجيا، تواجه معظم المصارف الازدواجية من حيث هيكل السوق بينما يواجه الزبائن من حيث إشباع الرغبات أو الاحتياجات التي تلبها تلك الخدمات على استراتيجيات التنسيق والتسويق.

المبحث الرابع

الجانب العملي

6 : التحليل الوصفي لمتغيرات البحث على وفق آراء المستجيبين في المصارف عينة البحث:

6-1 التحليل الوصفي لمتغير استراتيجيات التسويق المصرفي : للإطلاع على مستوى ظهور هذا المتغير في المصارف عينة البحث ، سيتم إستعراض إختبارات التحليل الوصفي المتمثلة ب(الوسط الحسابي والإنحراف المعياري والتباين)، وذلك فيما يتعلق بأبعاده وهي : (استراتيجيات النمو ، الاستراتيجيات التنافسية)، وجرى تعيين مستوى الظهور بالمقارنة مع الوسط الفرضي لمقياس ليكرت الخماسي

الجدول (7) التحليل الوصفي لبعث استراتيجيات النمو

الفقرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التباين
GS1	3.734	0.896	.807
GS2	3.692	0.885	.787
GS3	3.687	0.854	.733
GS4	3.706	0.892	.800
GS5	3.771	0.891	.797
GS6	3.579	0.943	.893
GS7	3.631	0.952	.910
GS8	3.668	0.941	.889
GS9	3.715	0.966	.937
GS10	3.71	0.922	.855
المعدل	3.689	0.914	0.840

المصدر: الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.26

في ضوء نتائج الجدول (7)، يتضح إن هذا البعد يعد موجوداً في المصارف عينة البحث ، إذ إن الوسط الحسابي لجميع فقراته قد بلغ 3.689 هو أعلى من الوسط الفرضي البالغ (3)، في ظل إنحراف معياري عام بلغ (0.914) وتباين عام بلغ (0.840) وهذا ما يشير إلى إنخفاض مستوى تشتت إجابات أفراد (العينة عن وسطها الحسابي).

أ. الاستراتيجيات التنافسية:

من الجدول (8)، تظهر النتائج المتعلقة بالوسط الحسابي والانحراف المعياري والتباين، باللجوء إلى آراء القيادات في المصارف عينة البحث.

الفقرة	الوسط الحسابي	الإتحراف المعياري	التباين
CS1	3.724	0.944	.895
CS2	3.724	0.949	.905
CS3	3.603	1.003	1.011
CS4	3.678	0.964	.933
CS5	3.645	0.945	.897
CS6	3.701	0.944	.896
CS7	3.654	0.943	.894
CS8	3.687	0.927	.864
CS9	3.593	0.971	.947
CS10	3.738	0.941	.889
المعدل	3.674	0.953	0.913

المصدر: الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.26.

في ضوء نتائج الجدول (8)، يتضح إن هذا البعد يعد متوافر في المصارف عينة البحث ، إذ إن الوسط لجميع فقراته قد بلغ (3.674) فهو أعلى من الوسط الفرضي في ظل إنحراف معياري عام بلغ (0.953) وتباين عام بلغ (0.913)، وهذا مايشير إلى انخفاض مستوى تشتت إجابات أفراد العينة عن وسطها الحسابي.

الجدول (9) الأهمية الترتيبية لأبعاد متغير استراتيجيات التسويق المصرفي

الأبعاد	الوسط الحسابي	الإتحراف المعياري	الأهمية الترتيبية
استراتيجيات النمو	3.689	0.914	1
استراتيجيات التنافسية	3.674	0.953	2

المصدر: الباحثة بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي

يظهر من الجدول (9)، إن أبعاد استراتيجيات التسويق المصرفي في المصارف عينة البحث جاءت بمستويات متباينة، إذ ظهر بعد استراتيجيات النمو بالمركز الأول في حين ظهر بعد استراتيجيات التنافسية بالمركز الثاني.

6-2 التحليل الوصفي لمتغير نمذجة سلوك الزبون :

لمعرفة مستوى توافر هذا المتغير في المصارف عينة البحث ، سيتم إستعراض إختبارات التحليل الوصفي المتمثلة بـ(الوسط الحسابي والإتحراف المعياري)، لهذا المتغير وذلك فيما يتعلق بأبعاده الثلاثة وهي:(الأبعاد السايكوجرافية والأبعاد السلوكية والبعد الجغرافي)، وتم تحديد مستوى التوافر بالمقارنة مع الوسط الفرضي لمقياس ليكرت الخماسي Likert Five Point البالغ (3)، وعلى النحو الآتي:

1- الأبعاد السايكوجرافية :

من الجدول (10)، تظهر النتائج المتعلقة بالوسط الحسابي والإتحراف المعياري والتباين، على وفق آراء القيادات في المصارف عينة البحث.

الجدول (10) التحليل الوصفي لبعد الأبعاد السايكوجرافية

التباين	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرة
.978	0.97	3.603	PSD1
.828	0.908	3.748	PSD2
.793	0.888	3.701	PSD3
.798	0.891	3.71	PSD4
.730	0.852	3.668	PSD5
0.8254	0.9018	3.686	المعدل

المصدر: الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.26.

ان نتائج الجدول (10)، تظهر إن هذا البعد يعد موجوداً في المصارف عينة البحث، وذلك بالإعتماد على الوسط الحسابي العام لفقراته البالغ (3.686) فهو أعلى من الوسط الفرضي البالغ (3)، في ظل إنحراف معياري عام بلغ (0.9018) وتباين عام بلغ (0.8254)، وهذا مايشير إلى إنخفاض مستوى تشتت إجابات أفراد العينة عن وسطها الحسابي.

2- الأبعاد السلوكية:

من الجدول (11)، تظهر النتائج المتعلقة بالوسط الحسابي والانحراف المعياري والتباين، بالاعتماد على آراء القيادات في المصارف عينة البحث.

الجدول (11) التحليل الوصفي لبعد الأبعاد السلوكية

التباين	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرة
.851	0.914	3.551	BED1
.917	0.955	3.738	BED2
.888	0.94	3.776	BED3
.976	0.985	3.589	BED4
.885	0.938	3.706	BED5
0.9034	0.9464	3.672	المعدل

المصدر: الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.26.

في سياق نتائج الجدول (11)، يتضح إن هذا البعد يعد متوافراً في المصارف عينة البحث، وذلك بالإعتماد على الوسط الحسابي العام لفقراته البالغ (3.672) فهو أعلى من الوسط الفرضي البالغ (3)، في ظل إنحراف معياري عام بلغ (0.9464) وتباين عام بلغ (0.9034)، وهذا مايشير إلى إنخفاض مستوى تشتت إجابات أفراد العينة عن وسطها الحسابي.

1- البعد الجغرافي:

ان الجدول (12)، يوضح النتائج المتعلقة بالوسط الحسابي والانحراف المعياري والتباين، باللجوء إلى آراء القيادات في المصارف عينة البحث.

الجدول (12) التحليل الوصفي لبعد الجغرافي

الفترة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	التباين
GED1	3.71	0.927	.467
GED2	3.678	0.893	.531
GED3	3.668	0.874	.513
GED4	3.696	0.884	.539
GED5	3.757	0.905	.591
GED6	3.777	0.923	.588
المعدل	3.714	0.901	0.538

المصدر: الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.26.

في ضوء نتائج الجدول (12)، يتضح أن هذا البعد يعد منتشرراً في المصارف عينة البحث، وذلك بالاعتماد على الوسط الحسابي العام لفتراته البالغ (3.714) فهو أعلى من الوسط الفرضي البالغ (3)، في ظل إنحراف معياري عام بلغ (0.901) وتباين عام بلغ (0.538)، وهذا مايشير إلى انخفاض مستوى تشتت إجابات أفراد العينة عن وسطها الحسابي.

استناداً إلى النتائج الخاصة بالتحليل والتشخيص الوصفي لبيانات الدراسة الحالية على وفق آراء المستجيبين في المصارف عينة البحث ، يظهر الجدول (13) ترتيب أبعاد متغير نمذجة سلوك الزبون على وفق معامل التوافق.

الجدول (13) الأهمية الترتيبية لأبعاد متغير نمذجة سلوك الزبون

الأبعاد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية الترتيبية
الابعاد السايكوجرافية	3.686	0.9018	2
الابعاد السلوكية	3.672	0.9464	3
البعد الجغرافي	3.714	0.901	1

المصدر: الباحثة بالاعتماد على نتائج التحليل الإحصائي.

يظهر من الجدول (13)، إن أبعاد نمذجة سلوك الزبون في المصارف عينة البحث جاءت بمستويات متباينة، إذ ظهر البعد الجغرافي بالمركز الأول وجاءت الابعاد السايكوجرافية بالمركز الثاني في حين ظهرت الابعاد السلوكية بالمرتبة الثالثة.

3-6: اختبار فرضيات الارتباط:-

- 1- اختبار الفرضية الرئيسية الاولى مع فرضياتها الفرعية
تنص الفرضية الرئيسية الاولى (H1) على ما يأتي: " توجد علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة معنوية بين استراتيجيات التسويق المصرفي ونمذجة سلوك الزبون" وتفرع عن هذه الفرضية فرضيتين فرعيتين هما :
 - H1-1 توجد علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة معنوية بين استراتيجيات النمو ونمذجة سلوك الزبون.
 - H1-2 توجد علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة معنوية بين الاستراتيجيات التنافسية ونمذجة سلوك الزبون.
 ولغرض اختبار هذه الفرضيات فانه تم اجراء تحليل مصفوفة الارتباط (بيرسون) اذ يعرض الجدول (14) نتيجة الفرضية الرئيسية الأولى مع فرضياتها الفرعية

الجدول (14) نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الثانية مع فرضياتها الفرعية

الفرضية	العلاقة	معامل الارتباط (بيرسون)	المعنوية	النتيجة
H2	BMS ↔ CBM	.747**	.000	قبول

قبول	.000	.641**	GS ↔ CBM	H2-1
قبول	.000	.616**	GS ↔ CBM	H2-2
** Correlation is significant at the 0.01 level (Pearson 2-tailed).				

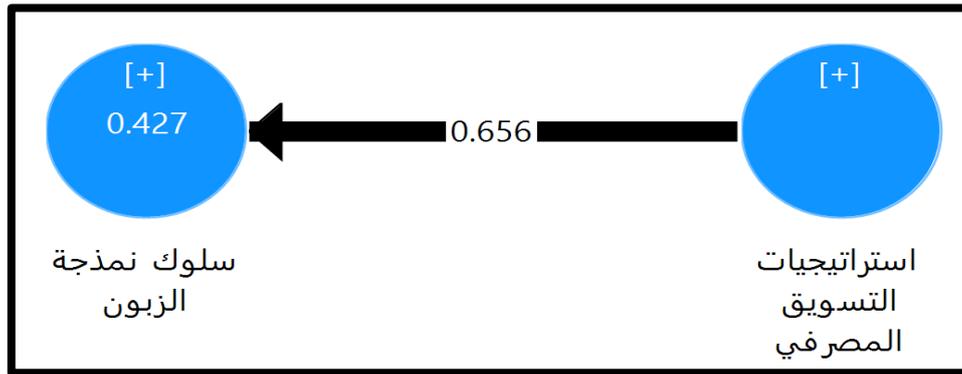
المصدر: الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS V.26.

من خلال الجدول (14) يتضح وجود علاقة ارتباط معنوية ما بين متغير استراتيجيات التسويق المصرفي ومتغير نمذجة سلوك الزبون والتي بلغت (0.747) ومن ثم تقبل الفرضية الرئيسية الثانية، اما بالنسبة الى ابعاد متغير استراتيجيات التسويق المصرفي فان هنالك علاقة ارتباط معنوية وموجبة لكافة ابعاد متغير استراتيجيات التسويق المصرفي مع متغير نمذجة سلوك الزبون ومن ثم تقبل جميع الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية الثانية.

4-6 : اختبار فرضيات التأثير:-

1. اختبار الفرضية الرئيسية الأولى :-

نصت الفرضية الرئيسية الثانية على انه "توجد علاقة تأثير موجبة ذات دلالة معنوية لاستراتيجيات التسويق المصرفي في نمذجة سلوك الزبون" واختبار هذه الفرضية فقد تم بناء الانموذج الهيكلي الظاهر في الشكل (4) والذي يستعرض نتائجه الجدول (15).



الشكل (4) الانموذج الهيكلي لاختبار الفرضية الرئيسية الثانية

المصدر: الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SmartPLS 3.3.3

ملاحظة: الارقام في الاسهم تمثل معامل المسار في حين الارقام في الدوائر فتمثل معامل التحديد، ويشير الرمز [+] الى اخفاء الفقرات التابعة للمتغير بسبب انتفاء الحاجة لها في تقييم الانموذج الهيكلي.

الجدول (15) نتائج تقييم الانموذج الهيكلي الخاص بالفرضية الرئيسية الثانية

الفرضية	المسار	VIF	معامل المسار	t Value	p Value	النتيجة	حجم التأثير f ²	معامل التحديد R ²	R ² المعدل
H2	BMS → CBM	1	0.656	24.715	0	قبول	2.58	0.429	0.427

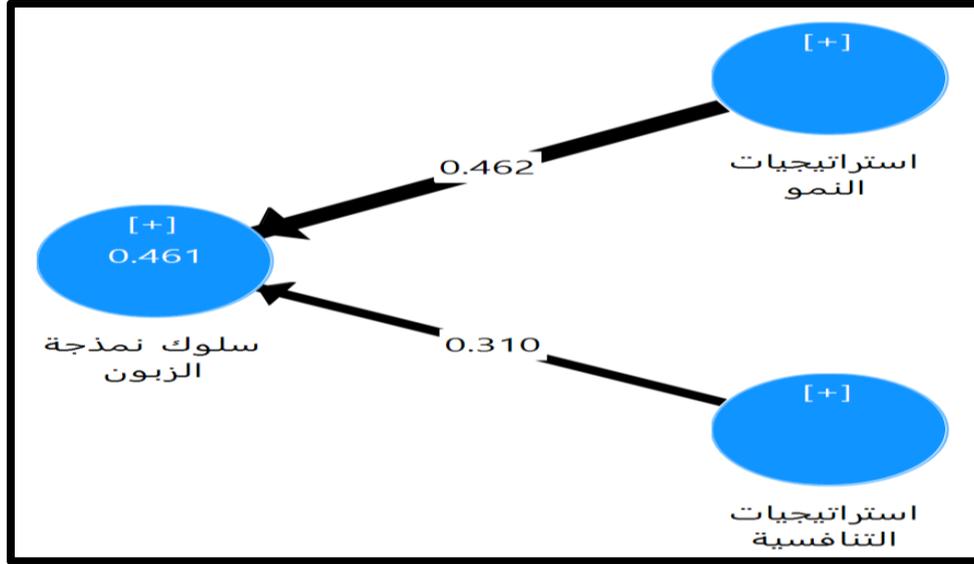
المصدر: الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SmartPLS 3.3.3

يستعرض الجدول (15) نتائج تقييم الانموذج الهيكلي الخاص بالفرضية الثانية الرئيسية، وقد بلغ معامل المسار (0.656) والذي يحقق المعايير المطلوبة من قيم t و p مما يشير الى معنوية علاقة التأثير ومن ثم فان تقبل الفرضية الرئيسية الثانية، كذلك فقد بلغ

معامل التحديد R^2 43% ومن ثم فان المتغير المستقل يفسر المتغير التابع بنسبة 43% وبقيمة القيمة 57% تمثل عوامل أخرى لم تتناولها البحث الحالية.

6-5: اختبار الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية الثانية

قامت الباحثة ببناء الانموذج الهيكلي الذي يظهر في الشكل (5) وذلك لغرض اختبار الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية الثانية (H2-1, H2-2)، ويستعرض نتائجه الجدول (16).



الشكل (5) الانموذج الهيكلي لاختبار الفرضية الفرعية الثانية

المصدر: الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SmartPLS 3.3.3

ملاحظة: الارقام في الاسهم تمثل معامل المسار في حين الارقام في الدوائر فتمثل معامل التحديد، ويشير الرمز [+] الى اخفاء الفقرات التابعة للمتغير بسبب انتفاء الحاجة لها في تقييم الانموذج الهيكلي.

الجدول (16) نتائج تقييم الانموذج الهيكلي الخاص بالفرضيات الفرعية الثانية

الفرضية	المسار	VIF	معامل المسار	t Value	p Value	النتيجة	حجم التأثير f^2	معامل التحديد R^2	المعدل R^2
H2-1	GS → CBM	1.201	0.462	9.592	0	قبول	0.154	0.473	0.461
H2-2	CS → CBM	1.276	0.310	4.753	0.004	قبول	0.095		

المصدر: الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج SmartPLS 3.3.3

يستعرض الجدول (16) نتائج تقييم الانموذج الهيكلي الخاص بالفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية الثانية ، وقد حققت معاملات المسار للفرضيات الفرعية (H2-1, H2-2) المعايير المطلوبة من قيم t و p مما يشير معنوية هذه العلاقات ومن ثم فان تقبل الفرضيات الفرعية، كذلك فقد بلغ معامل التحديد R^2 46% ومن ثم فان ابعاد متغير استراتيجيات التسويق المصرفي قد فسرت 46% من العوامل التي تفسر متغير نمذجة سلوك الزبون وبقية النسبة 54% تمثل عوامل لم تتناولها البحث الحالية.

7. الاستنتاجات والتوصيات

7.1 الاستنتاجات

1. اتضح من خلال التحليل الإحصائي والمعايشة الميدانية للباحثة بان القيادات المصرفية تهتم بعمليات التسويق المستهدف نحو الزبون والسعي لفهم أفضل خصائص قاعدتهم الزبونية.

2. حقق بعد السايكوجرافية أهمية واسعة لدى عينية البحث والتي ركزت على معرفة نمط حياة الزبون من أجل تصميم الخدمات المصرفية التي تتلاءم مع زبائنها.
3. أما البعد السلوكي حقق أهمية جيدة لدى العينة وركزوا على أهمية استخدام تقنيات متطورة ومستدامة لتوزيع خدمات المصرف على الزبون.
4. في حين البعد الجغرافي ركز على أهمية توافر نقاط جغرافية للتحويل المالي الإلكتروني في المناطق الجغرافية المتباعدة.
5. من خلال التحليل الإحصائي اتضح بان استراتيجيات التسويق المصرفي لها دور مؤثر في نمذجة سلوك الزبون .
6. ركزت عينة البحث على أهمية إستراتيجية النمو والتي تعد البعد الأول لمتغير الاستراتيجيات التسويقية وخصوصا التركيز على إستراتيجية تخفيض التكلفة من خلال توظيف الوسائل الرقمية في تقديم الخدمة المصرفية للزبون وحصلت هذه الفقرة على أعلى قبول لدى العينة .
7. حصلت استراتيجيات النمو على أعلى تجانس في الإجابة للعينة المبحوثة والاتفاق على أهمية وضع خطط وتكتيكات إستراتيجية متكاملة ومتناسقة مع الوظائف التي يقوم بها المصرف من أجل التميز على المنافسين .
8. من خلال نتائج التحليل الإحصائي تقبل فرضية التأثير والتي تنص على (توجد علاقة تأثير موجبة ذات دلالة معنوية لاستراتيجيات التسويق المصرفي في نمذجة سلوك الزبون) .

7.2 التوصيات:

1. تعزيز الاهتمام باستراتيجيات النمو في المصارف قيد البحث لما تحقق من التوسع في تقديم الخدمات المصرفية واستهداف أسواق جديدة والعمل على أفتاح الزبون بخدمات المصرف المقدمة اليه .
2. العمل على تعزيز القدرة التنافسية من خلال تبني استراتيجيات تنافسية متنوعة والعمل على زيادة الحصة السوقية لهذه المصارف وترصين السمعة المصرفية والتركيز على تقديم خدمات مصرفية بفائدة اقل لكسب اكبر شريحة من للزبائن .
3. تعزيز البعد السايكوجرافية وخصوصا الاهتمام بالمواقف السابقة واتخاذها خارطة الطريق للعمل المستقبلي لإرضاء الزبون وتدريب الملاكات القيادية في المصارف من أجل التعامل مع الزبون وفقا لسلوكيات الزبائن.
4. التركيز على الأبعاد السلوكية وخصوصا العمل على غرس الولاء لعلامة المصرف في نفسية الزبون وتشجيع التفاعل الايجابي باستخدام أدوات مصرفية جديدة تتطابق مع سلوكيات الزبائن وتقبلها .
5. تعزيز البعد الجغرافي والعمل على تقسيم مناطق تقديم الخدمة المصرفية للزبون الحالي والمرتبب والسعي الجاد الى تنظيم العمليات التسويقية المصرفية لجذب زبائن جدد وفي مناطق جغرافية جديدة.

المصادر :

اولاً- المصادر العربية :

1. الاسطة ، عبد القادر محمد، اساسيات الإدارة الاستراتيجية الحديثة، اكاديميون للنشر والتوزيع، 2016.
2. صرن، رعد وصقور، مجد، استراتيجيات وسياسات التسويق، الجامعة الافتراضية السورية، 2020.

ثانياً- المصادر الأجنبية:

1. Andersen, H., Andreasen, M. D., & Jacobsen, 1999 The CRM Handbook-from group to multi-individual. Norhaven: PricewaterhouseCoopers.
2. Anyanwu , A. (2010). Marketing management (2nd ed.). Benin, Nigeria: Barloz Publishers Ltd
3. Bidoni, Z. B., & Montreuil, B. (2021). Enabling Scientific Assessment of Large Scale Hyperconnected Urban Parcel Logistics: Scenario-based Demand and Customer Behavior Modeling. In IIE Annual Conference. Proceedings , Institute of Industrial and Systems Engineers (IISE).
4. Bounsaythip, C., & Rinta-Runsala, E.2001 . Overview of data mining for customer behavior modeling. VTT Information Technology Research Report, Version, 1.
5. Chen, C. F., de Rubens, G. Z., Noel, L., Kester, J., & Sovacool, B. K. 2020 Assessing the socio-demographic, technical, economic and behavioral factors of Nordic electric vehicle adoption and the influence of vehicle-to-grid preferences. Renewable and Sustainable Energy Reviews.
6. De Kluyver, C. A., & Pearce, J. A. 2015 Strategic management: an executive perspective. Business Expert Press..

7. East, R., Singh, J., Wright, M., & Vanhuele, M. 2021 . Consumer behaviour: Applications in marketing. Sage.
8. Fekadu, Y. (2018). Effects Of Marketing Strategy On Market Performance From Employee Perspctive Of Lion Bank.
9. Gontareva, I., Chorna, M., Pawliszczy, D., Barna, M., Dorokhov, O., & Osinska, O. 2018 . Features of the entrepreneurship development in digital economy. TEM Journal.
10. Haag, L., & Sandberg, E. 2020 . Exploring key logistics characteristics supporting embeddedness in retailers' geographical expansion. The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, 30(1).
11. Hill, C. W., Jones, G. R., & Schilling, M. A. 2014. Strategic management: Theory & cases: An integrated approach. Cengage Learning.
12. Holmes, P. 2010 Customer Profiling and Modeling. DMG Direct, Direct marketing Association.
13. Hoyer, M. (2004). Consumer behaviour. Houghton: Mifflin Company.
14. Kassarian, H. H., & Robertson, T. S., 1973. Perspectives in consumer behaviour. Scott: Forestman and Company.
15. Kaulika, M. K. (2019). Efektivitas Strategi Pt. Campina Ice Cream Industry Sebagai Market Challenger Terhadap Dominasi Pangsa Pasar Market Leader Dalam Industri Eskrim Di Indonesia.
16. Ladipo, P. K. 2006. The marketing management process. Shomolu, Lagos, Nigeria: Solna PalyCommercial Printing Press Ltd.
17. Li, C., Zhang, C., Li, Y., & Lv, R. (2022). In-House Or Outsourcing R&D? Manufacturer Technology Strategy In The Presence Of Market Follower Encroachment. Journal Of Systems Science And Systems Engineering, 31(1), 64-88.
18. Li, F., Larimo, J., & Leonidou, L. C. 2021 . Social Media Marketing Strategy: Definition, Conceptualization, Taxonomy, Validation, And Future Agenda. Journal Of The Academy Of Marketing Science, 49(1).
19. Ma, J. (2012). The Study on Data Mining for Customer Behavior Modeling in Electronic Commerce. In Communications and Information Processing (pp. 575-582). Springer, Berlin, Heidelberg.
20. McLennan, J., Ryan, B., Bearman, C., & Toh, K. 2019 . Should we leave now? Behavioral factors in evacuation under wildfire threat. Fire technology.
21. Midwa, J. M. 2018 . Intensive growth strategies adopted by Total Kenya Limited in response to competition in the oil industry in Kenya (Doctoral dissertation).
22. Moore, M. 2011 . Psychological theories of crime and delinquency', Journal of Human Behavior in the Social Environment.
23. Olson, E. M., Slater, S. F., Hult, G. T. M., & Olson, K. M. 2018. The Application Of Human Resource Management Policies Within The Marketing Organization: The Impact On Business And Marketing Strategy Implementation. Industrial Marketing Management.
24. Omotoyinbo, C., Worlu, R., Ogunnaike, O. 2017. CONSUMER BEHAVIOUR MODELLING: A MYTH OR HEURISTIC DEVICE? Perspectives of Innovations, Economics & Business.
25. Shahi, T., Farroksheresht, B., Taghipourian, M. J., & Aghajani, H. A. 2020 . Behavioral Factors Affecting Talent Management: Meta-Synthesis Technique. Iranian Journal of Management Studies.
26. Shankar, V. et al. 2010. Mobile marketing in the retailing environment: current insights and future research avenues', Journal of interactive marketing.
27. Sheth, J. 2021. New Areas Of Research In Marketing Strategy, Consumer Behavior, And Marketing Analytics: The Future Is Bright. Journal Of Marketing Theory And Practice.
28. Singh, I., & Gupta, D. D. 2021 . Emerging dimensions of women leisure traveler: a review of motivation and psychographic factors. Academy of Marketing Studies Journal.

29. Syarifah, S. (2019). Strategi Market Follower Pt. Global Teknik Sejahtera Di Industri Panel Listrik (Doctoral Dissertation, Universitas Gadjah Mada).
30. Thearling, K. 2002 ' Data mining and customer relationships. Building data mining applications for CRM. New York, NY: McGraw Hill. Available.
31. Yasin, S. 2022' Strategic Marketing Concept And Cases (A Book Summary).
32. Zhou, X., & Krishnan, A. 2019' What predicts exercise maintenance and well-being 'Examining the influence of health-related psychographic factors and social media communication. Health communication.

Reports

1. Denison, Edward & Yu Ren, Guang , 2012' The Reluctant Architect: An Interview with Wang Shu of Amateur Architects Studio , Architectural Design , 4Volume 82, Issue 6.

الملحق (1)

استبانة

م / استمارة استبيان

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

نضع بين أيديكم الكريمة الاستبانة الخاصة بالدراسة الموسومة (استراتيجيات التسويق المصرفي ودورها في نمذجة سلوك الزبون لتحقيق الاستدامة المصرفية- دراسة تطبيقية لعينه من القيادات المصرفية في محافظة ذي قار) وهي جزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير في العلوم المالية والمصرفية ، ونظراً لما تتمتعون به من خبرة ودراية في هذا المجال ، نرجو قراءة العبارات والتفضل بإبداء رأيكم حول الأبعاد والفقرات الواردة في الاستبانة.

شاكرين تعاونكم معنا
نسأل الله التوفيق والسداد

الباحثة

فصون ناصر حليم

جامعة الكوفة / كلية الإدارة والاقتصاد

المشرف

الاستاذ الدكتور

أ.د صفاء تايه محمد حسين

جامعة الكوفة / كلية الإدارة والاقتصاد

المحور الأول: المعلومات التعريفية

* معلومات خاصه بالمصرف

اسم المصرف:

المعلومات العامة *

النوع الاجتماعي	ذكر	انثى
الفئة العمرية	29-20	39-30
	49-40	50 فأكثر

	20-16		اقل من 5	
	25- 21			
	26 فأكثر		15-11	
	ماجستير		دبلوم	مستوى التعليم
	دكتوراه		دبلوم عالي	
			بكالوريوس	

المتغير الأول : استراتيجيات التسويق المصرفي : خطة هدفها صنع التكامل في قرارات المنتج والسعر والمكان والترويج فضلا عن التنسيق والترابط بينها بحيث تتطابق وتتكامل مع الاستراتيجية الشاملة للمنظمة وتساهم في تحقيقها .

ت	الفقرات	اتفق تماماً	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق إطلاقاً
<p>أولاً : استراتيجيات النمو: عبارة عن خطة استراتيجية تهدف الى تعزيز ودعم نمو المنشأة من خلال زيادة مبيعاتها صعوداً، أي تحقيق معدل مبيعات أعلى من ذي قبل، في زيادة الحصة السوقية للمنشأة أو دعم مشاركتها في أسواق جديدة أو اتباع استراتيجية اختراق السوق أو خفض التكاليف.</p>						
1	نهدف الى التوسع في تقديم الخدمات المصرفية لتحقيق الاستدامة والنمو.					
2	نحاول اختراق السوق لكسب زبائن جدد من السوق.					
3	نسعى الى استهداف أسواق جديدة لطرح الخدمات المصرفية المختلفة .					
4	لدينا القدرة على زيادة الرافعة التشغيلية باستخدام أنظمة تحويل الكترونية جديدة					
5	نركز على استراتيجية تخفيض التكلفة من خلال توظيف الوسائل الرقمية في تقديم الخدمة المصرفية للزبون.					
6	نعمل على اقناع الزبون بخدماته ليكون مدركاً للفائدة المتوخاة منها.					
7	لدينا القدرة على اختراق السوق بالخدمات الحالية لتحقيق اعلى قيمة للزبون من الخدمات المنافسة.					
8	نستخدم استراتيجيات تسويقية تخدم الزبون من خلال خفض التكاليف للتأثير في سلوكه .					
9	نركز على استهداف الزبائن من خلال اختراق السوق .					
1	يكون تركيز المصرف على استهداف الزبائن من خلال التوسع في مناطق جغرافية .					
0						

ت	الفقرات	اتفق تماماً	اتفق	محايد	لا اتفق	اتفق تماماً
<p>ثانياً : الاستراتيجيات التنافسية : عبارة عن الخطة التي يتم تصميمها من أجل ترويج المنتج الخاص بالشركة، والدخول للسوق، والتمكن من جذب عملاء جدد للشركة، والتي يسمح من خلالها توظيف الموارد المتاحة في الشركة وخلق فرص جديدة لزيادة المبيعات والوصول إلى ميزات تنافسية، تجعلها مميزة وسط الشركات الأخرى في نفس مجالها.</p>						
1	نسعى دائماً إلى تقديم خدماتنا لزيادة الحصة السوقية من الزبائن.					
2	نعد من المصارف الرائدة في السوق من حيث الحجم والسمعة .					
3	نعتمد على أساليب تسويق قوية من أجل تحقيق الأفضلية على المنافسين.					
4	نسعى دائماً إلى تطبيق استراتيجية الحفاظ على الزبون وكسب حصة جديدة					
5	نحاول تحقيق استراتيجية السوق الأفضل لتجنب الصراع التنافسي .					
6	نطمح إلى تقديم الخدمات مصرفية أفضل مقارنة بالمنافسين .					
7	نقوم بمحاولة تحقيق استراتيجية أتباع السوق المناسب لتجنب خسارة زبائننا.					
	نركز على تقديم خدمات بمعدلات فائدة أقل من المنافسين.					
9	نؤكد على مواكبة التطورات في البيئة الخارجية المحيطة به.					
10	نضع خطة وتكتيكات استراتيجية متكاملة ومتناسقة مع الوظائف التي نقوم بها للتغلب على المنافسين.					

المتغير الثاني : نمذجة سلوك الزبون : هو أداة لمساعدة القيادات المصرفية التي تهتم بالشأن التسويقي المستهدف على فهم أفضل الخصائص لقاعدة زبائنهم.

ت	الفقرات	اتفق تماماً	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق إطلاقاً
<p>أولاً : الابعاد السايكوجرافية : عبارة عن مجموعة من المتغيرات النفسية والسمات الشخصية التي تمتلكها القيادات المصرفية التي قد تؤثر سلبا او إيجابا على القاعدة الزبونية في كيفية جذبها للخدمات المقدمة من المصارف .</p>						
1	اهتم بمواقف الزبائن السابقة واتخاذها خريطة عمل مستقبلي .					
2	نركز على نمط حياة الزبون من اجل تصميم خدمات تتلائم معه.					
3	نحلل دائما المخاطر التي نتعرض اليها ومدى انعكاسها على نمذجة سلوك الزبون					
4	نمتلك من الملاكات القيادية التي تؤثر على سلوكيات الزبون .					
5	نهتم بإسعاد زبائننا من خلال وضع الخطط واتخاذ القرار التسويقي المناسب لها .					
<p>ثانياً : الابعاد السلوكية : عبارة عن القدرة على قراءة أفكار الزبائن ومدى ولانه للعلامة التجارية الخاصة بالمصرف وما هي الخدمات التي تلبى طموحهم لجذبهم وكسب رضاهم .</p>						
1	نعمل على غرس الولاء لعلامتنا التجارية في نفسية الزبون .					
2	نركز على مستوى استخدام الخدمات المصرفية وأثرها في سلوكيات الزبون					
3	نستخدم تقنيات متطورة ومستدامة لتوزيع خدماتنا المصرفية للزبون .					
4	نشجع على التفاعل الايجابي باستخدام أدوات تسويق مصرفية حديثة.					
5	نهتم بنمذجة سلوك الزبون باعتبارها مدخل للتميز والريادة والاستدامة .					
<p>ثالثاً: البعد الجغرافي : عبارة عن مجموعة من المتغيرات التي توفر معلومات حول خصائص مكان ما ، بدلاً من مجرد موقع ذلك المكان.</p>						
1	نعمل على تقسيم مناطق تقديم الخدمة المصرفية للزبائن الحاليين والمستقبليين					
2	نسعى الى تنظيم العمليات التسويقية لجذب الزبائن بشكل أفضل وعلى حسب المناطق الجغرافية .					
3	نقوم بتقديم الخدمات المصرفية للزبائن اعتماداً على طبيعة الاعمال في المناطق الجغرافية .					
4	نسعى الى وضع معايير خاصة لجعل الزبائن يستخدمون الرمز البريدي عند تقديم خدماتنا على مستوى المناطق المتعددة .					
5	نهتم بالفروق للإمكانيات المالية وطبيعة الاعمال للشركات او الزبائن عند تقديم الخدمات المصرفية لهم .					
6	نوفر نقاط للتحويل المالي الالكتروني في المناطق الجغرافية المتباعدة .					

المتغير الثالث: الاستدامة المصرفية : إمكانية المصرف على تحقيق البقاء والنمو في الأمد الطويل وتحقيق التفوق والاستدامة الاقتصادية والبيئية والاجتماعية لخدمة الزبون الحالي والمستقبلي وتعني المحافظة على موارد المنظمة وأصولها وأموالها التي تعتبر أحد موارد المجتمع بشكل عام وعلى المدى البعيد .

ت	الفقرات	اتفق تماماً	اتفق	محايد	لا اتفق	لا اتفق إطلاقاً
<p>أولاً: البعد الاقتصادي: عبارة عن قدرة المصرف على تحقيق الأرباح الاقتصادية التي من شأنها أن تعظم أرباحه على المدى الطويل لخدمة الزبون الخارجي وتطبيق الاستراتيجيات التسويقية .</p>						
1	لدينا القدرة على توفير الأموال اللازمة للاستدامة وتحقيق الأرباح في المدى الطويل					
2	نسهم في تحقيق وفورات مالية يمكن استخدامها لجذب الزبون					
3	نحقق أرباح عالية يمكن توظيفها لتحسين خدماتنا المصرفية.					
4	نسعى الى تحسين البيئية الاقتصادية العامة من خلال أسهمنا الفعلي لتقبل حالات البطالة (منح قروض لمشاريع صغيرة او متوسطة) .					
5	نطبق جميع الممارسات الاقتصادية التي من شأنها ان تعظم مواردنا وتهتم بالزبون الخارجي (زيادة الموارد او التوسع في القروض) .					
<p>ثانياً: البعد البيئي: عبارة عن قدرة المصرف على تخطي المخاطر البيئية بكافة أشكالها وتطويع استراتيجيات التسويق المصرفي لاقتناص الفرص التسويقية وكسب ود الزبون</p>						
1	نقوم بتهيئة المعلومات المتعلقة بتأثير مصرفنا على البيئة وكيفية قياسها والإفصاح عنها والهدف منها هو تحسين أداء المصرف .					
2	التحدي البيئي الذي يواجهنا هو كيفية وضع الاستراتيجيات التسويقية المصرفية التي تحافظ على الموارد المتنوعة .					
3	نضع الخطط التسويقية التي من شأنها ان تحافظ على الاستدامة البيئية .					
4	ندعم التوجهات العامة التي تسهم في إيجاد الحلول البيئية لفائدة الزبون والمجتمع					
5	نراقب البيئية التنافسية ومخاطرها ونركز على كيفية جذب الزبون ونمذجه سلوكه ليتوافق مع البيئة المحيطة .					
<p>ثالثاً: البعد الاجتماعي : عبارة عن مجموعة من العوامل التي تؤدي تحقيق المنافع الاجتماعية للمجتمع من خلال الاستراتيجيات التسويقية التي تخدم شرائح الزبائن وجذبهم والتأثير بهم اجتماعياً.</p>						
1	من وجه نظرنا يعد الزبون هدف اجتماعي ولا بد من دراسة سلوكياته ورغباته المتنوعة وتوفير الخدمات المصرفية المناسبة لاحتياجاته .					
2	نسعى دائما إلى خدمة المجتمع من خلال وضع استراتيجيات تسويقية مصرفية تخدم المجتمع .					
3	نسعى الى وضع الحلول التسويقية التي تعظم مواردنا من اجل خدمة زبائننا .					
4	نسعى للوصول إلى أكبر شريحة من الزبائن لأنهم جزء من المجتمع الذي يعيش فيه المصرف.					
5	نحقق الاستدامة الشاملة لخدماتنا من خلال ترابط بين البعد الاجتماعي والبيئي والاقتصادي ونمذجة الزبون .					

تسويق متعدد الثقافات ودوره في نمذجة سلوك الزبون
 بحث تحليلي لآراء عينة من العاملين في مدينة سيد الاوصياء للزائرين بمحافظة كربلاء
 المقدسة

**Multicultural marketing and its role in modeling customer behavior
 Analytical research for the opinions of a sample of workers in the city
 of Sayed Al-Awsiya for visitors in the Holy Karbala Governorate**

أ.م.د سحر عباس مهدي (3)
 A.p.D Sahar Abbas Mahdi
 جامعة كربلاء
 Karbala University
 Sahar.a@uokerbala.edu.iq

أ.د علاء فرحان طالب (2)
 P. D Alaa Farhan Taleb
 جامعة كربلاء
 Karbala University
 Alaa.a@uokerbala.edu.iq

م . ياسمين قاسم الخفاجي (1)
 M . Yasmine Qassem Al-Khafaji
 جامعة وارث الانبياء (ع)
 University of Warith Al-Anbiya
 yasmine.qa@.uowa.edu.iq

المستخلص :

يهدف البحث الحالي الى التعرف على طبيعة العلاقة بين تسويق متعدد الثقافات ونمذجة سلوك الزبون من خلال استطلاع آراء عينة من العاملين في مدينة سيد الاوصياء للزائرين في محافظة كربلاء المقدسة . وان اهم مشكلة كانت تواجهها المدينة هو ضعف الحملات التسويقية مما يولد فقدان الربحية ، والميزة التنافسية. لذلك لابد من نمذجة سلوك هؤلاء الزبائن لكونهم يعدون القيمة المستقبلية للسوق . ولتحقيق هذا الهدف تم توزيع (60) استبانة على العاملين في مدينة سيد الاوصياء للزائرين، وبعد تحليلها احصائيا توصلت نتائج البحث الى وجود علاقة ارتباط بين تسويق متعدد الثقافات ونمذجة سلوك الزبون، وكذلك وجود تاثير معنوي لتسويق متعدد الثقافات في نمذجة سلوك الزبون ، وبناءً على ذلك توصل البحث الى العديد من الاستنتاجات والتوصيات أهمها ان مدينة سيد الاوصياء للزائرين تهتم بتسويق متعدد الثقافات وتعمل على تحقيق ما يرغبون اليه ، وتقديم خدمات تلائم جميع اذواق الزبائن ذو الجنسيات المختلفة ، وتعمل على نمذجة سلوكهم بما يلائم حاجاتهم ورغباتهم. واهم توصية تتمثل بمعرفة نقاط القوة والضعف ، وإيجاد الحلول السريعة للمشاكل التي يواجهها الزبائن بسبب اختلاف اللغات والعادات والتقاليد ، والاستماع الى شكاوي الزبائن بشكل صحيح والتأكد من حلها، عن طريق وضع افراد يمتازون بالقدرة والخبرة على التعامل مع مزاجيات الزبائن وامتصاص غضبهم.

الكلمات الرئيسية : تسويق متعدد الثقافات ، نمذجة سلوك الزبون.

Abstract:

The current research aims to identify the nature of the relationship between multicultural marketing and customer behavior modeling through a survey of the opinions of a sample of workers in the city of Sayed Al-Awsiya for visitors in the holy province of Karbala. and the most important problem the city was facing is the weakness of marketing campaigns, which leads to a loss of profitability and competitive advantage. Therefore, it is necessary to model the behavior of these customers because they consider the future value of the market. To achieve this goal, (60) questionnaires were distributed, and after analyzing them statistically, the results of the research concluded that there is a correlation between multicultural marketing and customer behavior modeling, as well as the presence of a significant effect of multicultural marketing

on customer behavior modeling, and based on that, the research reached many conclusions and recommendations. The most important of them is that the city of the master of guardians for visitors is interested in multicultural marketing and works to achieve what they desire, Providing services that suit all tastes of customers of different nationalities, and modeling their behavior to suit their needs and desires. The most important recommendation is to know the strengths and weaknesses, to find quick solutions to the problems faced by customers due to different languages, customs and traditions, and to listen to customers' complaints correctly and ensure their solution, by placing individuals with the ability and experience to deal with customers' moods and absorb their anger.

Keywords: multicultural marketing, customer behavior modeling.

1 المقدمة :

أدت التغييرات الجذرية في التكنولوجيا والبنية التحتية والتنمية الاقتصادية وتقل الزبائن إلى زيادة كبيرة في عدد الأماكن متعددة الثقافات كآلية متميزة لتبادل السلع والخدمات والأفكار ، و تعد نمذجة سلوك الزبون مهمة للشركات من أجل فهم الزبائن وجذبهم والاحتفاظ بهم. ومن الأهمية بمكان أن تكون النماذج قادرة على تتبع ديناميكيات سلوك الزبون بمرور الوقت الافتراض الأكثر انتشاراً وتأثيراً في أبحاث سلوك الزبون هو أن عمليات الشراء تسبقها عملية اتخاذ القرار، وإن عملية صنع القرار هذه عبارة عن سلسلة من مراحل منفصلة من التفكير مرتبطة ببعضها البعض بمرور الوقت عندما يمر الزبون خلال هذه المراحل (قبل الاختيار) ، تؤثر عليه عدة عوامل وهي (المعرفة والمعتقدات والمواقف والقيم والعوامل الشخصية والاجتماعية والظرفية).

2 المنهجية

2.1 مشكلة البحث

إن تسويق متعدد الثقافات يمثل فهم أوضح للطريقة التي يتوافق بها الزبائن من الثقافات المختلفة، إذ إن فهم هذه الاختلافات الثقافية يعد أحد أهم الاستراتيجيات التي يجب تطويرها لاكتساب ميزة تنافسية في الأعمال ، وإن أهم مشكلة كانت تواجهها الشركات هو ضعف الحملات التسويقية مما يولد فقدان الربحية ، والميزة التنافسية. لذلك لا بد من نمذجة سلوك هؤلاء الزبائن لكونهم يعدون القيمة المستقبلية للسوق وتحقيق التوافق مع متغيرات البيئة المختلفة، واحتياج الشركات إلى اتباع مدخل أكثر استباقية لتوجيه السوق وتكون لديه القدرة على توقع احتياجات الزبائن المستقبلية، والقدرة على المنافسة والبقاء في السوق . ويمكن للباحث صياغة التساؤلات الفكرية للبحث.

أ. ما هو تسويق متعدد الثقافات ما بين متغير البحث نمذجة سلوك الزبون ؟

ب. ما هي نمذجة سلوك الزبون ، ومفهومه ، ومستويات تحليله ؟

ت. هل للتسويق متعدد الثقافات دوراً في بناء نمذجة سلوك الزبون؟

1.1.2 أهمية البحث

يستمد البحث أهميته من كونه تناول متغيرات أساسية تسهم في تحقيق النجاح التنظيمي في العينة المبحوثة المتمثلة بـ (مدينة سيد الأوصياء للزائرين) إذ يساعد تسويق متعدد الثقافات على خلق وتهيئة مناخ نفسياً آمناً في فهم وتقدير الاختلافات الثقافية والاجتماعية والتي تعد مفتاحاً للنمو في السوق العالمية شديدة التنافس ، وإن تبنيه أصبح ضرورة لتحقيق الإنتاجية والابداع ، وفهم

المواقف الجديدة، ومهارات اللغة وتحقيق أعلى درجات العدالة الاجتماعية والمساواة، و الدور الذي يلعبه الدين كمجال من الممارسات داخل تسويق متعدد الثقافات يعد جانباً مهماً لديه القدرة على هيكلة ممارسات المسوقين والزبائن والتأثير فيهم. و تساعد نمذجة سلوك الزبون على بناء ثقافة خاصة في الزبون وتحقق استراتيجية عمل تعزز من ربحية الشركة ، و رضا الزبائن ، وتحقق رؤيا اعمق واشمل عن طريق استخدام التنبؤات المستقبلية .

2.1.3 أهداف البحث

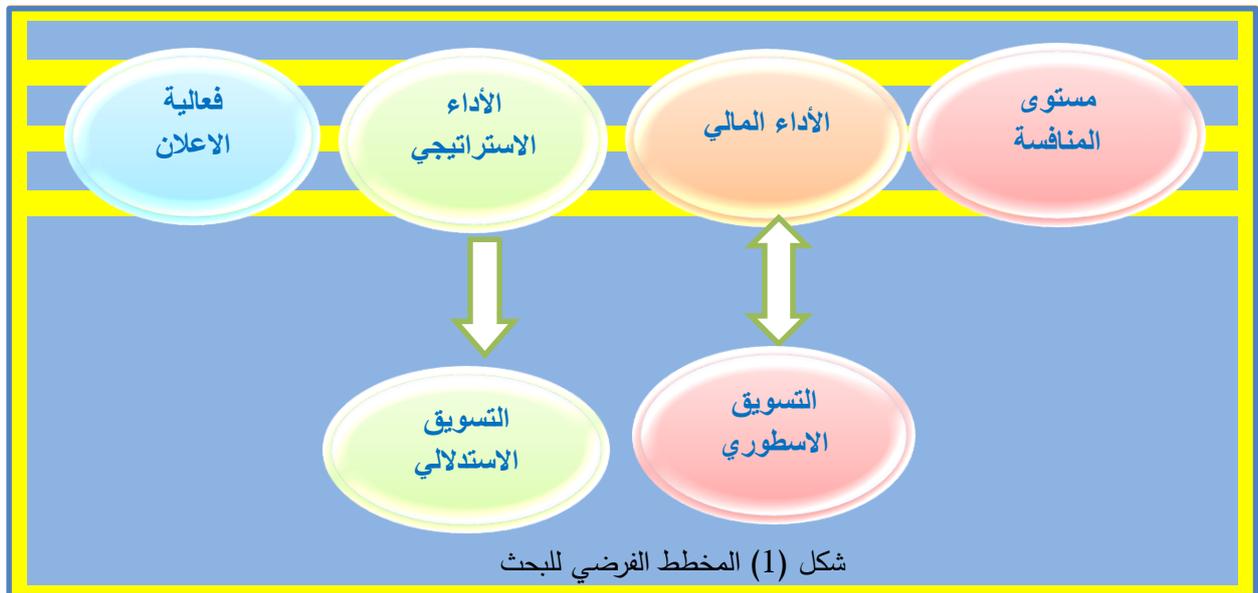
- التحقق فيما اذا كان هنالك تبايناً بين مدينة سيد الاوصياء للزائرين عينة البحث في ضوء متغيرات البحث .
- تشخيص دور تسويق متعدد الثقافات في معالجة مشكلات سلوك الزبون في مدينة سيد الاوصياء الزائرين .
- اختبار علاقات الارتباط والتأثير للمتغير المستقل (تسويق متعدد الثقافات) ، والمتغير التابع (نمذجة سلوك الزبائن) في مدينة سيد الاوصياء وتحديد طبيعة العلاقة هل هي علاقة إيجابية او سلبية.
- وضع الحلول لأي مشكلة تواجه تسويق متعدد الثقافات، والاستفادة من المرجعيات الثقافية المختلفة للمجموعة العرقية مثل اللغة والتقاليد والاحتفالات والدين.

2.1.4 فرضيات البحث

ان الفرضيات تمثل المبادئ الأولية للمتغيرات المدروسة، اذ تُستساغ اذا كانت مختبرة عملياً ليتم اثباتها بالفعل ليستدل من خلالها الباحث على طبيعة العلاقة بين متغيرات البحث ، لذلك وللوقوف على طبيعة العلاقة بين متغيرات البحث تتجسد فرضيات البحث بالآتي:

- الفرضية الأولى : توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تسويق متعدد الثقافات ونمذجة سلوك الزبون.
- الفرضية الثانية : يوجد تأثير ذو دلالة معنوية لتسويق متعدد الثقافات في نمذجة سلوك الزبون .

2.1.5 المخطط الفرضي للبحث



شكل (1) المخطط الفرضي للبحث

ارتباط
تأثير

2.1.6 عينة البحث

تم تطبيق البحث في مدينة سيد الاوصياء للزائرين ، اذ تم توزيع (60) استمارة استبانة على العاملين ، وتم استرجاعها جميعها للاستفادة منها في الجانب العملي للبحث والجدول (1) يوضح تلك العينة.

جدول (1) وصف عينة البحث

النوع الاجتماعي									
انثى					ذكر				
%		العدد		%		العدد		العدد	
30		2		96		58			
الفئات العمرية(من-الى)									
30 سنة فأقل		40-31		50-41		60-51		60- فأكثر	
العدد		العدد		العدد		العدد		العدد	
20		15		15		5		5	
33		25		2		8		8	
%		%		%		%		%	
10		45		75		5		8	
16		45		75		5		8	
المؤهل العلمي									
دبلوم			بكالوريوس			ماجستير			
العدد		العدد		العدد		العدد		العدد	
10		45		75		5		8	
16		45		75		5		8	
مدة الخدمة الفعلية									
أقل من 5 سنوات		10-5		20-10					
العدد		العدد		العدد		العدد		العدد	
10		30		50		20		33	
16		30		50		20		33	
%		%		%		%		%	

المصدر: اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج استمارة الاستبانة

2.1.7 الأدوات الإحصائية المستخدمة

استخدم الباحث مجموعة من الأدوات الإحصائية والمتمثلة بـ الآتي:

- الوسط الحسابي ، الانحراف المعياري، معامل الاختلاف.
- الارتباط البسيط استعمل لتحديد طبيعة العلاقة بين متغيرات البحث ، فضلاً عن تحديد الاتساق والتناغم الداخلي لقرارات الاستبانة.
- تحليل الانحدار المتعدد لاختبار التأثير بين متغيرات البحث.
- اختبار F تختبر معنوية علاقات التأثير وقياسها بين متغيرات البحث الرئيسية.
- اختبار T لاختبار معنوية علاقات الارتباط وقياسها بين متغيرات البحث الرئيسية.
- معامل الصدق والثبات .

3. الجانب النظري للبحث

تمهيد :

تمثل الأسواق متعددة الثقافات وحدات مكانية منفصلة ، سواء كانت مادية أو افتراضية والتي يعتبرها الأفراد ذات معنى مهم لهم ، وفيها الزبائن والمسوقون والعلامات التجارية وبشكل عام تتفاعل أفكار الثقافات المتعددة بشكل مستمر. تقليدياً ، كان المنظور

الافتراضي و الضمني للتسويق متعدد الثقافات هو النظر إلى المسوقين على أنهم كيانات متنقلة تتحرك عبر الحدود من أجل التعامل مع الأسواق الجديدة المضمنة في ثقافات مختلفة (Demangeot&Craig,2015:6).

3.1 تسويق متعدد الثقافات

3.1.1 مفهوم تسويق متعدد الثقافات

في الفكر الإداري التسويقي يعرف تسويق متعدد الثقافات بأنه عملية الترويج للمنتجات والخدمات المحايدة على أساس العرق ، اذ يكون له قيمة للزبائن المحددين عرقياً ، و يمثل الخصائص الديمغرافية (الأصل ،مكان الميلاد ،واللغة ،وعضوية المجموعة) . يختلف تسويق متعدد الثقافات من الناحية المفاهيمية ويعرف على انه ممارسة تسويقية على نطاق واسع و استراتيجيات وأساليب عمل متكاملة تحدد وتستهدف الزبائن المحتملين حسب العرق، والإعاقة والعمر ،والدين والتوجه الجنسي (Pires,1999:33). ويتطلب تسويق متعدد الثقافات مزيداً من التوضيح فيما يتعلق بمزيج التسويق (المنتج ، السعر ، المكان، التوزيع والترويج). نظراً لأن تسويق متعدد الثقافات يتم تنفيذه داخل الحدود المحلية لبلد ما (James,2017:1). كما ويشير مصطلح تسويق متعدد الثقافات إلى التعايش بين مجموعات مختلفة في نفس المجتمع. يمكن أن يختلفوا حسب ثقافتهم ولغتهم ودينهم. يعتبر هذا التعايش حذراً ويعتمد على السياسة التطوعية. والهدف من هذه السياسات هو الابتكار وإحداث تقدم وتفاعل بين المسوقين والزبائن ، عبر ثقافات فرعية متنوعة (Jamal,2015:13). وان الأسواق متعددة الثقافات كمواقع تستضيف تفاعلات الزبائن وبالتالي فهي لا تمثل "مجتمعات متخيلة" وانما مناطق موجودة فعلاً يتفاعل فيها الزبائن والمسوقون والعلامات التجارية من عدة ثقافات مختلفة مع بعضهم البعض،و ينظر إليها المتفاعلون في السوق على أنها تستضيف تفاعلات مستمرة متعددة الثقافات (Demangeot&Craig,2015:17). كما يعرف على انه ممارسة التسويق لجمهور واحد أو أكثر من عرق معين عادة ما يكون عرقاً خارج ثقافة الأغلبية في بلد ما ، والذي يطلق عليه أحيانا "السوق العامة". وعادة ما يستفيد تسويق متعدد الثقافات من المرجعيات الثقافية المختلفة للمجموعة العرقية مثل اللغة والتقاليد والاحتفالات والدين وأي مفاهيم أخرى للتواصل مع الجمهور وإقناعهم (Carter,2009:46) . او انه ممارسة الإعلان والتواصل مع التركيبة السكانية للزبائن الذين يختلف تاريخهم الثقافي عن تاريخ البلد الذي يقيمون فيه. يجذب التسويق الناجح الأفراد على المستوى الشخصي ، ويربطهم بعلامة تجارية أو منتج أو خدمة. لكن بطبيعة الحال، في السوق العالمية المتزايدة ، يتنوع الزبائن وتتنوع حاجاتهم ورغباتهم وبالتالي ، فإن الطريقة التي تتحدث بها إلى مجموعة تختلف عن الطريقة التي تتحدث بها مع مجموعة أخرى (Athique,2008:3) . كما يعرف على انه حالة لا يتعايش فيها الأفراد والجماعات فحسب، بل يكونون أيضاً قادرين وراغبين في الاستفادة من تكوينهم الثقافي (Demangeot &Best, 2019:1). او انه التفاعل بين ثقافتين أو أكثر يمكن تحديدهما من خلال الإعلان نظراً لطبيعة العرق والثقافة (Hathorn, 2019:24).

وبناءً على ما سبق يعرف مصطلح تسويق متعدد الثقافات بأنه "عملية توليد محتوى لمنتجات وخدمات وإعلانات وحملات ومواد أخرى تعالج بشكل فعال اهتمامات الزبائن في مجتمع متعدد الثقافات. يتطلب من المسوقين أن يكونوا شاملين ومحترمين لجمهورهم من خلال إنشاء اتصالات خالية من التحيز او الاساءة إلى مجموعات ثقافية معينة".

3.1.2 ابعاد تسويق متعدد الثقافات

أ. مستوى المنافسة:

ان المنافسة تعود بالفائدة على كل من الزبائن والشركات والاقتصاد ، ويمكن للزبائن الاختيار من بين مجموعة واسعة من المنتجات عالية الجودة بأسعار معقولة. تستفيد الشركات من الأسعار المنخفضة كمستهلكين للمواد الخام أو المنتجات الوسيطة ، مما يزيد من قدرتها التنافسية، و يستفيد الاقتصاد من خلال التخصيص الفعال للموارد النادرة التي تعزز الابتكار المؤدي إلى الكفاءة الديناميكية (Stucke&Grunes,2016:5). تحدد مستوى المنافسة عندما تكون الشركات قادرة على تقديم نفس الفوائد التي يقدمها المنافسون ولكن بتكلفة أقل (ميزة التكلفة) ، و تقديم مزايا تتجاوز منافع المنتجات المنافسة (ميزة التمايز) ، تعد الميزة التنافسية ضرورية للزبائن الراضين الذين يحصلون على قيمة أعلى في المنتجات التي يرغبون في الحصول عليها (Wang&Chu,2011:100). وان مستويات المنافسة تتحقق من خلال :

(Sigalas& Georgopoulos, 2013:9)

- استغلال كافة فرص السوق.
- الاستغلال الكامل لفرص السوق .
- استغلال فرص السوق أكثر من المنافسين.

ب. الأداء المالي:

يمثل الأداء المالي الوضع المالي للشركات خلال فترة معينة والذي يتضمن جمع واستخدام الأموال المقاسة من خلال عدة مؤشرات لنسبة كفاية رأس المال والسيولة والرافعة المالية والملاءة المالية والربحية. الأداء المالي هو قدرة الشركات على إدارة مواردها والتحكم فيها (Fatihudin,2018:554). او هو عملية تحديد نقاط القوة والضعف المالية للشركات من خلال إقامة علاقة مناسبة بين بنود الميزانية العمومية وحساب الأرباح والخسائر. يتضمن تحليل الأداء المالي الاختيار الدقيق للبيانات المالية لغرض التنبؤ بالصحة المالية للشركات ، كما يتضمن تقييم الوضع المالي لها في الماضي والحاضر و المستقبل (Tekatel,2019:6).

ت. الأداء الاستراتيجي:

يعرف الأداء الاستراتيجي على أنه العملية التي يتم فيها توجيه الشركات لا اداء مهامها ،واستراتيجيتها وأهدافها ، مما يجعلها قابلة للقياس من خلال عوامل النجاح الحاسمة ومؤشرات الأداء الرئيسية ، تتكون عملية إدارة الأداء الاستراتيجي من عمليات فرعية مختلفة وهي (تطوير الاستراتيجية ، وإعداد الميزانية ، تحديد الهدف والتنبؤ ، وقياس الأداء ومراجعتة ، وتعويض الحوافز والمكافآت) (Ana&catalina,2009:273) . ويعمل الأداء الاستراتيجي على مواءمة اتخاذ القرارات والموارد والأنشطة بشكل أفضل مع استراتيجيات العمل لتحقيق الأهداف المرغوبة ، وخلق قيمة للمساهمين (Rajnoha&Lesnikova,2016:108).

ث. فعالية الإعلان:

غالبًا ما يتم تمييز القنوات الإعلامية بين وسائل الإعلام مثل التلفزيون والراديو ووسائل الإعلام المطبوعة مثل الصحف والمجلات، ووسائل الإعلام الإذاعية تكون منخفضة المشاركة وتشارك بشكل عاطفي القنوات ، في حين أن وسائل الإعلام المطبوعة بشكل عام عالية المشاركة وتشارك بشكل عقلاني القنوات (Kim&Fesenmaier,2005:44). وان أكبر التحديات التي تواجه الشركات هو قياس مدى فعالية حملاتهم الإعلانية، وعادة ما تكون واحدة من أكبر العناصر في ميزانية التسويق، ويزداد الوضع تعقيداً بسبب ظهور أشكال ومنصات إعلانية جديدة تؤثر على أداء الشركات (Estevez&Fabrizio,2014:180).

3.2 نمذجة سلوك الزبون

3.2.1 مفهوم نمذجة سلوك الزبون

تعرف نمذجة سلوك الزبون بأنها بحث عمليات التبادل التي ينطوي عليها اكتساب واستهلاك السلع والخدمات ، و إنه يمثل عملية تبادل السلع والخدمات، و تبادل الخبرات و الأفكار واتخاذ القرار، ومن خلال السبعينيات وأوائل الثمانينيات من القرن الماضي ركز الباحثون على أن الزبائن هم صناع القرار العقلانيون لعملية تبادل السلع والخدمات (Saeed,2019:3). و ان السلوك الذي يظهره الزبائن في البحث عن المنتجات والخدمات والأفكار وشرائها واستخدامها وتقييمها والتخلص منها، هو سلوك الزبون كونه يمثل بحث كيفية اتخاذ الأفراد قرارات لإنفاق مواردهم المتاحة (الوقت ، المال ، الجهد) على العناصر المتعلقة بالاستهلاك. ويشمل بحث ماذا ومتى وأين وكم مرة يشترون وكيف يستخدمون المنتج الذي تم شراؤه (Imiru,2017:46). لذلك يعد سلوك الزبون مجالاً دراسياً جديداً لاسيما وان المفهوم مشتقاً من التخصصات الأخرى مثل علم النفس (بحث الفرد) ، وعلم الاجتماع (بحث المجموعات)، وعلم النفس الاجتماعي (بحث كيفية عمل الأفراد في مجموعات) ، وعلم الأنثروبولوجيا (تأثير المجتمع والثقافة على الفرد) ، والاقتصاد (بحث الجنس البشري في الأعمال العادية للحياة). و أن Sheth كان أول من طور نظرية سلوك الزبون التي انبثقت بشكل طبيعي من نظرية مفاهيم التسويق التي وصفت جهد المنظمات لتحقيق الأسواق المستهدفة (الحدراوي، 2021: 110). او انه زيادة تعزيز أنشطة التصميم ، مثل تحديد العميل المستهدف ، وتوليد الأفكار ، وتوليد محتوى المعلومات لشركات الخدمة. أشار Huang (2013) إلى أن شركات الخدمات يمكنها الاستفادة من بيانات سلوك الزبون وتحويلها إلى معلومات مفيدة عن الزبون من أجل التخطيط الاستراتيجي للسوق (Kim&Choi,2018:6). اما مفهوم نمذجة سلوك الزبون فانه يستخدم برامج متخصصة في نمذجة السلوك ، وعرض السلوك المطلوب عبر فيلم أو شريط فيديو، و بعد مشاهدة نموذج السلوك المصور ، يمارس كل متدرب نقاط التعلم لدمجها في أسلوبه السلوكي. وبالتالي ، فإن العنصر الحاسم هو الممارسة وليس مشاهدة النموذج المصور (Grissom,1986:6).

وبناءً على ما سبق نذكره انفاً يمكن تعريف نمذجة سلوك الزبون على انه إطار عمل يوضح لماذا وكيف يتخذ الزبائن قرارات الشراء. ويساعد في التخطيط والتنبؤ لتلك القرارات ، ويوجه الزبائن في جميع مراحل عملية الشراء، و بشكل عام يبين العادات الشرائية للفرد بناءً على عدة تأثيرات منها خلفيته التعليمية، ومعتقداته الشخصية ، و فهم سلوكه الشرائي عن طريق التحليل النوعي والكمي للسوق المستهدف.

3.1.2 ابعاد نمذجة سلوك الزبون

أ. التسويق الأسطوري :

عرّف Shremp & William (2002) التسويق الاسطوري على أنه حكايات يعتقد أنها حقيقية ، ومقدسة في العادة ، وتدور أحداثها في الماضي البعيد أو في عوالم أو أجزاء أخرى من العالم ، وبشخصيات غير بشرية ، و غير إنسانية ، و بطولية. ويعد التسويق الاسطوري مميز بسبب وظيفته وانعكاساته على النحو الذي يحدده بعض أفراد المجتمع الفردي (Bangerter & Salvisberg, 2009:2). واختص التسويق الاسطوري في قضايا التمييز في الأجور ، اذ يخضع أصحاب العمل للتحيز الضمني الذي يجعلهم يقدرّون الموظفين الذكور أكثر من الإناث لأسباب لا علاقة لها بالمهارة و الإنتاجية (Monopoli, 2016:870). عادة ما يتم تصور التسويق الاسطوري على أنه موارد ثقافية تجذب الزبائن إلى نشاط أو علامة تجارية استهلاكية. عموماً أن الزبائن يبحثون عن التسويق الاسطوري الرنان للمساعدة في تهدئة النزاعات الاجتماعية و الثقافية و التناقضات البارزة التي تؤثر على حياتهم اليومية ، ويستخدم الزبائن العلامات التجارية الشهيرة والمنتج كوسيلة لتقليل أعباء عملهم، و يختبرون التسويق الاسطوري باعتباره تهديداً لقيمة استثماراتهم في مجال الاستهلاك (Arsel & Thompson, 2011:2).

ب. التسويق الاستدلالي :

الاستدلال هي كلمة يونانية تعني الاكتشاف، ينص قاموس Oxford على أن الاستدلال هو أي اداة تكون مفيداً في توفير حل عملي ، والذي يضاف إلى نظام حل المشكلات وتحسين الأداء. وبالمثل ، يرى قاموس Merriam Webster أنه اداة تعمل كمساعد للتعلم والاكتشاف والمتعلق بتقنيات حل المشاكل الاستكشافية التي تستخدم تقنية التعليم الذاتي لتحسين الأداء. ويرى علم النفس بأنه علم السلوك لحل المشاكل التي تركز على العمليات العقلية المعقولة (Omotoyinbo & Ogunnaik, 2017:114). كما يعرف بانه اختصار ذهني يساعد في اتخاذ القرارات والأحكام بسرعة دون الحاجة إلى قضاء الكثير من الوقت في البحث عن المعلومات وتحليلها ويمثل الميل للحكم على احتمالية وقوع الحدث . يعمل على افتراض أنه إذا كان من الممكن تذكر شيء ما ، فيجب أن يكون مهماً و أكثر أهمية من الحلول البديلة التي لا يتم تذكرها بسهولة. يعتمد صانع القرار على المعرفة المتوفرة بسهولة بدلاً من فحص البدائل و الإجراءات الأخرى ، يميل الأفراد إلى موازنة أحكامهم تجاه المعلومات الأحدث ، مما يجعل الآراء الجديدة منحازة تجاه أحدث الأخبار (Dale, 2015:3).

4. الجانب العملي للبحث

أ. الترميز والتوصيف للبحث :

يوضح جدول (2) ترميز وتوصيف متغيرات البحث وكما يأتي:

الجدول (2) الترميز والتوصيف للبحث

المتغير	البعد	عدد الفقرات	الرمز
تسويق متعدد الثقافات	مستوى المنافسة	10	Com
	الاداء المالي	6	Fin
	الاداء الاستراتيجي	7	Str
	فعالية الاعلان	8	Adv
نمذجة سلوك الزبون	تسويق الاسطوري	5	Leg
	تسويق الاستدلالي	5	Ind

المصدر: اعداد الباحثين باعتماد ادبيات مواضيع البحث الحالي

أ. التحليل العاملي الاستكشافي لمتغير تسويق متعدد الثقافات

ان متغير تسويق متعدد الثقافات وبحسب طريقة المكونات الأساسية حقق (PCA) (Principal Component Analysis) وطريقة فيرمكس للتدوير المتعامد (Orthogonal Rotation - Varimax) اربعة ابعاد و (31) سؤال، علما ان مقياس (Kaiser-Meyer-Olkin) لكفاية المجتمع بلغت قيمته (0.96) وهي اعلى من القيمة المقبولة للمقياس والبالغة (0.51) (Kaiser:1975). اما قيمة اختبار (Bartlett's) فلقد كانت (1757) بدرجة حرية (191) ومستوى معنوية ($P < 0.001$).

جدول (3) نتائج التحليل العاملي الاستكشافي لمتغير تسويق متعدد الثقافات

Alpha Chronbach's	فعالية الاعلان	الاداء الاستراتيجي	الاداء المالي	مستوى المنافسة	الاسئلة
0.90				.5769	1
				.5433	2
				.6352	3
				.5678	4
				.5533	5
				.7990	6
				.5138	7
				.5505	8
				.6312	9
				.7132	10
0.91			.8222		11
			.6729		12
			.6429		13
			.8222		14
			.6329		15
			.6329		16
0.95		0.721			17
		0.779			18
		0.533			19
		0.522			20
		0.702			21
		0.799			22
		0.554			23
0.96	.5569				24
	.5333				25
	.6652				26
	.6578				27
	.7733				28
	.5690				29
	.6738				30
	.7705				31

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات الحاسبة الالكترونية

ب. التحليل العاملي الاستكشافي لمتغير نمذجة سلوك الزبون

ان متغير نمذجة سلوك الزبون وبحسب طريقة المكونات الأساسية حقق (Principal Component Analysis) (PCA) وطريقة، فيرمكس للتدوير المتعامد (Orthogonal Rotation – Varimax) بعددين و (10) اسئلة. علما ان مقياس (Kaiser-Meyer-Olkin) لكفاية المجتمع بلغت قيمته (0.95) وهي اعلى من القيمة المقبولة للمقياس والبالغة (0.50) (Kaiser:1974). اما قيمة اختبار (Bartlett's) فلقد كانت (1550) بدرجة حرية (125) ومستوى معنوية ($P < 0.001$).

جدول (4) نتائج التحليل العاملي الاستكشافي لمتغير نمذجة سلوك الزبون

Alpha Chronbach's	التسويق الاستدلالي	التسويق الاسطوري	الاسئلة
0.94		.6371	1
		.6602	2
		.5788	3
		.7949	4
0.96		.622	5
	0.581		6
	0.677		7
	0.697		8
	0.633		9
	0.534		10

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات الحاسبة

ت. اختبار توزيع البيانات:

ان استمارة الاستبانة اخضعت لعدة اختبارات ، اذ يعتقد الباحثين انها ضرورية لضمان دقة البيانات الناتجة. و لتحديد نوع الاختبارات الإحصائية التي سيخضع الباحثين البيانات لها، وهل هي اختبارات معلميه او لا معلميه، قرر الباحثين استعمال اختبار التوزيع الطبيعي (Kolmogorov-Smirnov) الذي لابد ان يكون عند مستوى معنويه اكبر من (5%)، كما يوصي (Field,2009:139) ولتحديد فيما اذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي ام لا سيتم احتساب قيم (Z) لكل من الالتواء (Skewness) والتقرطح (Kurtosis)، فاذا كانت القيم محصورة بين ($1.96 \pm$) فالمتغير يتبع التوزيع الطبيعي.

جدول (5) اختبار التوزيع الطبيعي للمتغيرات

المتغير	Skewness	Std. Error	Z	Kurtosis	Std. Error	Z	Kolmogorov-Smirnov	مستوى معنوية اختبار Kolmogorov-Smirnov
تسويق متعدد الثقافات	-0.233	0.212	-1.08	-0.355	0.422	0.82	0.044	0.20
نمذجة سلوك الزبون	-0.080	0.213	-0.32	-0.745	0.424	-1.74	0.072	0.22

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات الحاسبة الالكترونية

وينضح من الجدول (4) خضوع كافة متغيرات البحث للتوزيع الطبيعي ، وهذا يجعلها مؤهلة للاختبار المعلمي .

4.2 وصف وتشخيص عينة البحث حول أبعاد تسويق متعدد الثقافات

يتم في هذه الفقرة وصف وتشخيص عينة البحث حول أبعاد تسويق متعدد الثقافات (بعد مستوى المنافسة ، بعد الأداء المالي، بعد الأداء الاستراتيجي، بعد فعالية الاعلان) إذ يبين الجدول (6) إجابات أفراد عينة البحث لتلك الأبعاد.

جدول (6)

وصف وتشخيص عينة البحث لأبعاد تسويق متعدد الثقافات

معامل الاختلاف%	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي الموزون	الفقرات	ابعاد تسويق متعدد الثقافات X
53.80	0.99	1.84	X1	بعد مستوى المنافسة X1
57.61	1.21	2.10	X2	
36.96	1.22	3.30	X3	
48.59	1.38	2.84	X4	
27.73	1.09	3.93	X5	
29.14	1.16	3.98	X6	
33.91	1.17	3.45	X7	
28.90	1.11	3.84	X8	
30.97	1.18	3.81	X9	
61.41	1.13	1.84	X10	
40.90	1.16	3.09	الوسط الحسابي الموزون العام	
37.24	1.30	3.49	X11	بعد الأداء المالي X2
46.55	1.15	2.47	X12	
25.62	1.02	3.98	X13	
32.10	1.13	3.52	X14	
25.39	.96	3.78	X15	
30.52	1.16	3.8	X16	
32.90	1.12	3.50	الوسط الحسابي الموزون العام	
25.75	1.03	4.00	X17	بعد الأداء الاستراتيجي X3
27.63	1.05	3.8	X18	
24.87	1.02	4.10	X19	
27.29	1.04	3.81	X20	

27	1.08	4.00	X21	
31.80	1.18	3.71	X21	
27.72	1.07	3.86	X22	
27.43	1.06	3.89	الوسط الحسابي الموزون	
22.25	.89	4.00	X23	بعد فعالية الإعلان X4
28.38	1.09	3.84	X24	
25.88	1.02	3.94	X25	
23.69	.95	4.01	X26	
26.20	1.03	3.93	X27	
29.50	1.13	3.83	X28	
23.69	.95	4.01	X29	
29.50	1.13	3.83	X30	
26.13	1.02	3.92	الوسط الحسابي الموزون	
31.84	1.09	3.6	الوسط الحسابي الموزون الكلي للمتغير X	

N=60

المصدر: اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج الحاسبة الإلكترونية

يتضح من النتائج الواردة في الجدول (6) أنّ هنالك ارتفاع نسبي في الوسط الحسابي الموزون الكلي إذ بلغ (3.6) وهو أكبر من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3) وبانحراف معياري (1.09) ومعامل اختلاف (31.84). وفيما يلي توضيح تفصيلي لآراء عينة البحث حول أبعاد تسويق متعدد الثقافات :

• **بُعد مستوى المنافسة :**

يتضح من النتائج الواردة في الجدول (6) أنّ الوسط الحسابي الموزون العام لبعده مستوى المنافسة (X1) بلغ (3.09) وهو أكبر من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3) والانحراف المعياري (1.16) ومعامل الاختلاف (40.90).

• **بعد الأداء المالي :**

يتضح من النتائج الواردة في الجدول (6) أنّ الوسط الحسابي الموزون العام لبعده الأداء المالي (X2) بلغ (3.50) وهو أكبر من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3) والانحراف المعياري (1.12) ومعامل الاختلاف (32.90).

• **بعد الأداء الاستراتيجي**

يتضح من النتائج الواردة في الجدول (6) أنّ الوسط الحسابي الموزون العام لبعده الأداء الاستراتيجي (X3) بلغ (3.89) وهو أكبر من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3) و الانحراف المعياري (1.06) ومعامل الاختلاف (27.43).

• بعد فعالية الاعلان

يتضح من النتائج الواردة في الجدول (6) أن الوسط الحسابي الموزون العام لبعدها فعالية الاعلان (X4) بلغ (3.92) وهو أكبر من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3) و الانحراف المعياري (1.02) ومعامل الاختلاف (26.13).

4.2: وصف وتشخيص عينة البحث حول ابعاد نمذجة سلوك الزبون

سيتم في هذه الفقرة وصف وتشخيص عينة البحث حول ابعاد نمذجة سلوك الزبون وهما (التسويق الأسطوري، والتسويق الاستدلالي). ويوضح الجدول (7) إجابات افراد العينة لتلك الأبعاد.

جدول (7) وصف وتشخيص عينة البحث لأبعاد نمذجة سلوك الزبون

معامل الاختلاف %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي الموزون	الفقرات	ابعاد نمذجة سلوك الزبون Y
24.88	.99	3.98	Y1	بعد التسويق الأسطوري Y1
28.18	1.01	3.61	Y2	
25.19	1.01	4.03	Y3	
27.92	1.12	4.01	Y4	
23.02	.94	4.11	Y5	
25.84	1.01	3.95	الوسط الحسابي الموزون العام	
29.65	1.13	3.81	Y6	التسويق الاستدلالي Y2
27.19	.99	3.64	Y7	
24.18	.97	4.01	Y8	
29.65	1.13	3.81	Y9	
27.93	1.12	4.01	Y10	
27.72	1.06	3.85	الوسط الحسابي الموزون	
26.78	1.03	3.9	الوسط الحسابي الموزون الكلي للمتغير X	

N=60

المصدر: اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج الحاسبة الإلكترونية

يتضح من النتائج الواردة في الجدول (7) أنّ هنالك ارتفاع نسبي في الوسط الحسابي الموزون الكلي إذ بلغ (3.9) وهو أكبر من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3) وبانحراف معياري (1.03) ومعامل اختلاف (26.78). وفيما يلي توضيح تفصيلي لآراء عينة البحث حول أبعاد نمذجة سلوك الزبون:

• **بُعد التسويق الاسطوري :**

يتضح من النتائج الواردة في الجدول (7) أنّ الوسط الحسابي الموزون العام لبعد التسويق الاسطوري (Y1) بلغ (3.95) وهو أكبر من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3) والانحراف المعياري (1.01) ومعامل الاختلاف (25.84).

• **بعد التسويق الاستدلالي :**

يتضح من النتائج الواردة في الجدول (7) أنّ الوسط الحسابي الموزون العام لبعد التسويق الاستدلالي (Y2) بلغ (3.85) وهو أكبر من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3) والانحراف المعياري (1.06) ومعامل الاختلاف (27.72) .

4.3 اختبار فرضيات الارتباط بين متغيرات البحث

يتم في هذه الفقرة قياس علاقة الارتباط بين المتغير المستقل (تسويق متعدد الثقافات) والمتغير المعتمد (نمذجة سلوك الزبون) باستخدام معامل الارتباط البسيط (بيرسون) ومن ثم اختبار معنوية معاملات الارتباط باستخدام الاختبار (T) ، إذ توجد علاقة معنوية إذا كانت قيمة (T) المحسوبة أكبر أو مساوية لقيمتها الجدولية ، ولا توجد تلك العلاقة إذا كانت القيمة المحسوبة أصغر من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (0.01) ، ولتحقيق هذا الهدف لابد من التحقق من مدى إمكانية قبول الفرضية الرئيسة الاولى والفرضيات الفرعية المنبثقة عنها.

اختبار فرضيات البحث

(توجد علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين تسويق متعدد الثقافات بأبعاده، ونمذجة سلوك الزبون بأبعاده).

في هذه الفقرة نقيس علاقة الارتباط بين المتغير المستقل (تسويق متعدد الثقافات) والمتغير المعتمد (نمذجة سلوك الزبون) باستخدام معامل الارتباط البسيط (بيرسون) ومن ثم اختبار معنوية معاملات الارتباط باستخدام الاختبار (T) إذ توجد علاقة معنوية إذا كانت قيمة (T) المحسوبة أكبر أو مساوية لقيمتها الجدولية ، ولا توجد تلك العلاقة إذا كانت القيمة المحسوبة أصغر من قيمتها الجدولية عند مستوى معنوية (0.01) ولتحقيق هذا الهدف لابد من التحقق من مدى إمكانية قبول الفرضية الرئيسة الاولى وكما يأتي:

اختبار الفرضية الرئيسة الأولى

(توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تسويق متعدد الثقافات بأبعاده، ونمذجة سلوك الزبون بأبعاده).

لغرض إثبات صحة الفرضية الرئيسة من نفيها سيتم أولاً اختبار الفرضيتين الإحصائيتين الآتيتين:

- فرضية العدم (H0): لا توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تسويق متعدد الثقافات بأبعاده، ونمذجة سلوك الزبون بأبعاده.
- فرضية الوجود (H1): توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تسويق متعدد الثقافات بأبعاده، ونمذجة سلوك الزبون بأبعاده.

من أجل قبول الفرضية الإحصائية من عدمه تم اختبار معاملات الارتباط البسيط باستعمال اختبار (t) للوقوف على معنوية العلاقة بين المتغير الرئيس المستقل تسويق متعدد الثقافات (X) والمتغير الرئيس المعتمد نمذجة سلوك الزبون (Y) من جهة، وعلاقتها بأبعادها (Y2, Y1) من جهة أخرى، وكما موضح في الجدول (8).

جدول (8)

نتائج علاقات الارتباط بين تسويق متعدد الثقافات بأبعاده، ونمذجة سلوك الزبون بأبعاده مع قيمة (T) المحسوبة

المتغير المعتمد		نمذجة سلوك الزبون (Y)		المتغير المستقل	
		التسويق الاسطوري Y1	التسويق الاستدلالي Y2	قيمة (T) الجدولية	
تسويق متعدد الثقافات (X)		0.523	0.530	2.39	
قيمة (T) المحسوبة		4.02	4.99	6.70	درجة الثقة
نوع العلاقة		توجد علاقة ارتباط موجبة وذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 1%			

المصدر : إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية

يتضح من النتائج الواردة في الجدول (8) ما يأتي:-

أ وجود علاقة ارتباط ايجابية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (1%) بين تسويق متعدد الثقافات (X) بأبعادها، ونمذجة سلوك الزبون (Y) بأبعاده، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط البسيط بينهما (0.526) وتشير هذه القيمة إلى قوة العلاقة بينهما، ومما يدعم هذه العلاقة، أن قيمة (t) المحسوبة بلغت (4.02) وهي أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (2.39) عند مستوى معنوية (1%) وبدرجة ثقة (0.99) يستدل من ذلك على رفض فرضية العدم (H0) وقبول فرضية الوجود (H1) وهذا يعني وجود علاقة ارتباط ايجابية ذات دلالة إحصائية بين تسويق متعدد الثقافات بأبعادها ونمذجة سلوك الزبون بأبعاده.

ب بلغت قيمة معاملات الارتباط بين تسويق متعدد الثقافات بأبعاده بوصفه متغيراً رئيساً مستقلاً (X)، وكل من (Y1، Y2) بوصفها أبعاداً للمتغير المعتمد كالاتي (0.530, 0.523) على التوالي، مما يدل على وجود علاقة ارتباط ايجابية ذات دلالة إحصائية بين تسويق متعدد الثقافات بأبعاده وهذه الأبعاد عند مستوى معنوية (1%) ومما يدعم هذه العلاقة أن قيمة (t) المحسوبة بلغت (6.70, 4.99). على التوالي، وجميعها أكبر من قيمتها الجدولية البالغة (2.39) وهذا يعني رفض فرضية العدم (H0) وقبول فرضية الوجود (H1) مما يشير إلى وجود علاقة ارتباط ايجابية ذات دلالة إحصائية بين المتغير الرئيس المستقل (X) وابعاد المتغير المعتمد (Y) (Y1، Y2) وبدرجة ثقة (0.99).

مما تقدم يتضح وجود علاقة ارتباط موجبة ذات دلالة إحصائية بين تسويق متعدد الثقافات بأبعاده ونمذجة سلوك الزبون بأبعاده، وهذا يعني قبول الفرضية الرئيسية الأولى التي تنص " توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بين تسويق متعدد الثقافات بأبعاده ونمذجة سلوك الزبون بأبعادها.

اختبار الفرضية الرئيسية الثانية

للتحقق من معنوية تأثير تسويق متعدد الثقافات في نمذجة سلوك الزبون وفق الفرضية الرئيسية الثانية والتي تنص " توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لتسويق متعدد الثقافات بأبعاده مع نمذجة سلوك الزبون بأبعاده " ولأجل قبول هذه الفرضية من عدم قبولها تم استخدام اختبار (F) لتحليل معنوية أنموذج الانحدار الخطي البسيط وكما هو موضح بالجدول (9) وفق الصيغة الآتية :

$$Y = 1.571 + 0.416 * X$$

إذ إن (Y) تمثل المتغير التابع (نمذجة سلوك الزبون).

(X) تمثل المتغير المستقل (تسويق متعدد الثقافات) .

جدول (9)

تقدير معاملات أنموذج الانحدار الخطي البسيط لقياس تأثير تسويق متعدد الثقافات في نمذجة سلوك الزبون

المتغير المستقل الرئيسي X	Constant	تسويق متعدد الثقافات X	قيمة (F)	معامل التفسير R2
A	B	المحسوبة	الجدولية 1%	
1.581	0.616	17.804	7.95	0.139

نمذجة سلوك الزبون Y

المصدر : إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية

من النتائج الواردة في الجدول (9) يتضح ما يأتي :

- أ- بلغ قيمة (F) المحسوبة لأنموذج الانحدار الخطي البسيط لتسويق متعدد الثقافات (X) (17.804) وهي اكبر من قيمتها الجدولية البالغة (7.95) عند مستوى معنوية (1%) ، مما يدل على ثبوت معنوية معامل الانحدار (b=0.616) أي ان تغير مقداره وحدة واحدة في تسويق متعدد الثقافات يؤدي الى تغير مقداره (61.6%) في نمذجة سلوك الزبون ، وهذا يعني ثبوت معنوية أنموذج الانحدار الخطي البسيط ، مما يعني ان تسويق متعدد الثقافات تأثير ذو دلالة معنوية في نمذجة سلوك الزبون .
- ب- بلغ قيمة معامل التفسير (R2) (0.139) مما يعني ان تسويق متعدد الثقافات (X) تفسر ما نسبته (13.9%) من التغيرات الكلية التي تطرأ على نمذجة سلوك الزبون ، اما النسبة المتبقية والبالغة (87.1%) فتعود الى متغيرات أخرى غير موجودة في مخطط البحث الحالية . وهذا يؤدي الى قبول الفرضية الرئيسية الثانية التي تنص " توجد علاقة تأثير ذات دلالة معنوية لتسويق متعدد الثقافات بأبعاده في نمذجة سلوك الزبون بأبعاده".

5.1 الاستنتاجات والتوصيات

5.1 الاستنتاجات

- أ. ان تسويق متعدد الثقافات من المواضيع المهمة في الفكر التسويقي ، لذا لابد من الاهتمام به وتوضيحه واثراء الباحثين الاخرين في الجانب النظري منه.
- ب. ان نتائج التحليل الاحصائي اثبتت قبول فرضية البحث الرئيسية الاولى (وجود علاقة ايجابية بين تسويق متعدد الثقافات ونمذجة سلوك الزبون وهذا يعني ادراك افراد العينة المبحوثة لأهمية التغيرات الثقافية وفهمها جيدا من اجل تحقيق المزيد من الأرباح.
- ت. ان مدينة سيد الاوصياء للزائرين تهتم بتسويق متعدد الثقافات وتعمل على تحقيق ما يرغبون اليه ،وتقديم خدمات تلائم جميع اذواق الزبائن ذو الجنسيات المختلفة ، وتعمل على نمذجة سلوكهم بما يلائم حاجاتهم ورغباتهم.
- ث. ان تسويق متعدد الثقافات لها تأثير ذو دلالة معنوية في نمذجة سلوك الزبون ، اذ ان معرفة الاختلافات الثقافية والعادات والتقاليد لها دور كبير في نمذجة سلوكهم .
- ج. معرفة الاختلافات الثقافية للزبائن يساعد مدينة سيد الاوصياء على تطويرها وكسب المزيد منهم من خلال السمعة الجيدة التي يتناقلها هؤلاء الزبائن في بلدانهم.

5.2 التوصيات

- أ. معرفة وتحليل البيئة التسويقية والاجتماعية لفهم تصرفات الزبائن ومعرفة سلوكياتهم.
- ب. معرفة نقاط القوة والضعف ، وإيجاد الحلول السريعة للمشاكل التي يواجهها الزبائن بسبب اختلاف اللغات والعادات والتقاليد .
- ت. اخضاع العاملين لدورات تدريبه في اللغة وفهم الثقافات المختلفة وفن التعامل مع سلوكياتهم من اجل تحقيق رضاهم .
- ث. إشاعة ثقافة التعامل مع الزبون في جميع اجراء المدينة والاهتمام بأذواقهم ورغباتهم المختلفة.
- ج. زيادة خبرات العاملين من خلال التعرف على الثقافات المختلفة لهم.
- ح. الاستماع الى شكاوي الزبائن بشكل صحيح والتأكد من حلها، عن طريق وضع افراد يمتازون بالقدرة والخبرة على التعامل مع مزاجيات الزبائن وامتناسص غضبهم.

المصادر

1. الحدراوي، باقر حيدر عبد العباس ،2021، تسويق السلام ودوره في تحقيق السيادة الإستراتيجية من خلال نمذجة سلوك الزبون: بحث تحليلية لأراء عينة من موظفي مؤسسة نور الكفيل للمنتجات الحيوانية والغذائية في محافظة كربلاء المقدسة،مقدمة الى مجلس كلية الإدارة والاقتصاد – جامعة الكوفة .
2. Ana-Maria, G., Constantin, B., & Catalina, R. (2009). The strategic performance management process. *Piața Romana*.
3. Arsel, Z., & Thompson, C. J. (2011). Demythologizing consumption practices: How consumers protect their field-dependent identity investments from devaluing marketplace myths. *Journal of consumer research*, 37(5), 791-806.
4. Athique, A. M. (2008). The 'crossover'audience: Mediated multiculturalism and the Indian film. *Continuum*, 22(3), 299-311.
5. Bangerter, A., König, C. J., Blatti, S., & Salvisberg, A. (2009). How widespread is graphology in personnel selection practice? A case study of a job market myth. *International Journal of Selection and Assessment*, 17(2), 219-230.
6. Carter, E. V. (2009). Deepening multicultural marketing instruction: the universal and temporal dimensions of ethnic diversity. *Journal for Advancement of Marketing Education*, 15(1), 46-66.

7. Dale, S. (2015). Heuristics and biases: The science of decision-making. *Business Information Review*, 32(2), 93-99.
8. Demangeot, C., Broderick, A. J., & Craig, C. S. (2015). Multicultural marketplaces: New territory for international marketing and consumer research. *International Marketing Review*.
9. Demangeot, C., Broderick, A. J., & Craig, C. S. (2015). Multicultural marketplaces: New territory for international marketing and consumer research. *International Marketing Review*.
10. Demangeot, C., Kipnis, E., Pullig, C., Cross, S. N., Emontspool, J., Galalae, C., & Best, S. F. (2019). Constructing a bridge to multicultural marketplace well-being: A consumer-centered framework for marketer action. *Journal of Business Research*, 100, 339-353.
11. Estevez, M., & Fabrizio, D. (2014). Advertising effectiveness: An approach based on what consumers perceive and what advertisers need. *Open Journal of Business and Management*.
12. Estévez, M., & Fabrizio, D. (2014). Advertising effectiveness: An approach based on what consumers perceive and what advertisers need. *Open Journal of Business and Management*
13. Fatihudin, D. (2018). How measuring financial performance. *International Journal of Civil Engineering and Technology (IJCIET)*, 9(6), 553-557.
14. Grissom, C. M. (1986). BEHAVIOR MODELING: THE EVALUATION OF A PROGRAM TO DEVELOP CONFLICT MANAGEMENT SKILLS (MANAGEMENT TRAINING) (Doctoral dissertation, The College of William and Mary).
15. Hathorn, O. (2019). TOWARDS A NEW THEORETICAL FRAMEWORK OF MULTICULTURAL MARKETING IN SOUTH AFRICA: A Thematic Analysis of SABC 1 Prime Time (Doctoral dissertation, The IIE).
16. Imiru, G. A. (2017). The effect of packaging attributes on consumer buying decision behavior in major commercial cities in Ethiopia. *International journal of marketing studies*, 9(6), 43-54.
17. Jamal, Ahmad, Lisa Peñaloza, and Michel Laroche. (2015), "Introduction to ethnic marketing." *The Routledge Companion to Ethnic Marketing*: 3.
18. James II, J. P. (2017). *Multicultural Marketing: An Investigation into Marketplace Diversity Across Two Essays*. Rutgers The State University of New Jersey-Newark.
19. James II, J. P. (2017). *Multicultural Marketing: An Investigation into Marketplace Diversity Across Two Essays*. Rutgers The State University of New Jersey-Newark.
20. Kim, D. Y., Hwang, Y. H., & Fesenmaier, D. R. (2005). Modeling tourism advertising effectiveness. *Journal of Travel Research*, 44(1).
21. Kim, M. J., Lim, C. H., Lee, C. H., Kim, K. J., Park, Y., & Choi, S. (2018). Approach to service design based on customer behavior data: a case study on eco-driving service design using bus drivers' behavior data. *Service Business*, 12(1), 203-227.
22. Monopoli, P. A. (2016). The Market Myth and Pay Disability in Legal Academia. *Idaho L. rev.*, 52, 867.
23. Omotoyinbo, C. A., Worlu, R. E., & Ogunnaike, O. O. (2017). Consumer behaviour modelling: A myth or heuristic device?. *Perspectives of Innovations, Economics & Business*, 17(2), 101-119.
24. Pires, G. D. (1999). Domestic cross cultural marketing in Australia: A critique of the segmentation rationale. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 7(4), 33-44.
25. Rajnoha, R., & Lesníková, P. (2016). Strategic performance management system and corporate sustainability concept-specific parameters in Slovak Enterprises. *Journal of Competitiveness*.
26. Saeed, Z. (2019). A study of theories on consumer behavior. *Journal of computing and management studies*, 2-29.

27. Sigalas, C., Economou, V. P., & Georgopoulos, N. B. (2013). Developing a measure of competitive advantage. *Journal of Strategy and Management*.
28. Stucke, M. E., & Grunes, A. P. (2016). *Introduction: big data and competition policy*. Big Data and Competition Policy, Oxford University Press (2016).
29. Tekatel, L. W. (2019). *Financial Performance Analysis: A study on Selected Private Banks in Ethiopia* (Doctoral dissertation, Masters Dissertation, University of Andhra).
30. Wang, W. C., Lin, C. H., & Chu, Y. C. (2011). Types of competitive advantage and analysis. *International Journal of Business and Management*, 6(5).

تأثير الإدارة الرشيقة في تعزيز جودة الخدمة التعليمية
 بحث تحليلي لآراء اساتذة وطلبة الدراسات العليا في كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة
 جامعة كربلاء

**The impact of lean management on the quality of educational service
 (Analytical research for the opinions of professors and graduate
 students in the College of Physical Education and Sports Sciences
 - University of Karbala)**

أ.م.د احمد عبد الله امانه
 Ahmed Abdullah Amanah

أ.د محمود فهد الدليمي
 Mahmoud Fahad Al-Dulaimi

م. حسين علي عبد الله
 Hussein Ali Aba Ullah

Ahmed.a@uokerbala.edu.iq
 كلية الإدارة والاقتصاد – جامعة كربلاء
 College of Administration
 and Economics - University
 of Karbala

Mahmod.Fahad@uokerbala.edu.iq
 كلية الإدارة والاقتصاد – جامعة كربلاء
 College of Administration
 and Economics - University
 of Karbala

Hussein.abdallah@uokerbala.edu.iq
 كلية الإدارة والاقتصاد – جامعة كربلاء
 College of Administration
 and Economics - University
 of Karbala

المستخلص:

هدف البحث للتعرف على تأثير الإدارة الرشيقة في تعزيز جودة الخدمة التعليمية، إذ اعتمد الباحثين على نموذج (Mensah et al., 2020) لقياس الإدارة الرشيقة والذي يتكون من ستة ابعاد (خفض المخزون، التركيز على مورد واحد، إشراك الموظفين وتدريبهم، القضاء على الهدر، تقليل وقت الدورة، استخدام التكنولوجيا الجديدة في العمليات). ونموذج (Abdullah، 2006) لقياس جودة الخدمة التعليمية والذي يتضمن خمسة ابعاد (الجوانب الأكاديمية، الجوانب غير الأكاديمية، السمعة، الوصول والبرامج)، وقد اعتمدت الاستبانة كأداة أساسية لجمع البيانات ومعلومات البحث، وتم الاعتماد على عدد من الاساليب الاحصائية والتي منها التحليل العاملي الاستكشافي وعدد من طرق التحليل الاحصائي الوصفي، إذ توصل البحث الى مجموعة من الاستنتاجات كان أهمها اهتمام الكلية عينة البحث بتطبيق ابعاد الإدارة الرشيقة ميدانياً والذي ساهم بتعزيز جودة الخدمة التعليمية، وقد جاء هذا البحث بمجموعة من التوصيات كان أهمها علننا

الكلية عينة البحث ان تولي اهتمام بتطوير ادوات الإدارة الرشيقة بصورة واضحة ودقيقة لكي تتمكنها من تعزيز جودة خدماتها التعليمية.

الكلمات المفتاحية: الإدارة الرشيقة، جودة الخدمة التعليمية

Abstract. The aim of the research is to identify the impact of lean management in enhancing the quality of educational service, as the researchers relied on the at al model. 2020 (Mensah) to measure lean management, which consists of six dimensions (reduce inventory, focus on one resource, engage and train employees, eliminate waste, reduce cycle time, use new technology in operations). And 2006 (Abdullah) model for measuring the quality of educational service, which includes five dimensions (academic aspects, non-academic aspects, reputation, access and programs). The exploratory factor and a number of descriptive statistical analysis methods, as the research reached a set of conclusions, the most important of which was the college's interest in the research sample in applying the dimensions of agile management in the field, which contributed to enhancing the quality of the educational service. To develop lean management tools in a clear and accurate manner to enable it to enhance the quality of its educational services.

Keywords: lean management , quality of educational service

ان التغيير المتسارع دفع العديد من المنظمات الى استخدام مناهج واساليب علمية حديثة، لمواجهة التطورات المتسارعة، خصوصاً في بيئة الاعمال التي تتسم بالمنافسة العالية، لذلك اذا ما ارادت المنظمات العمل في بيئة الاعمال الحالية و تحقق النجاح واستدامته لفترات طويلة، عليها ان تعزز من معارفها وتوسع عملية استخدام الاساليب التي تحقق الادارة الرشيقة، وبالتالي تعزز جودة الخدمات التي تقدمها، وهذا ما دعا المنظمات الى اعتماد مناهج متفوقة تتسم بالرشاقة، تميزها وتكسبها ميزة تجعلها مقدم خدمة افضل من المنافسين، فكلما كانت جهود المنظمات المعاصرة حديثة باتجاه اكتساب واستيعاب اساليب رشيقة وتحويلها وتطبيقها مع ما متوفر لديها من امكانيات، كلما اقتربت من تعزيز جودة خدماتها، ضمن البيئة التي تعمل فيها، فمن هذا المنطلق تنطلق فكرة البحث التي تؤكد على ضرورة اعتماد منهجية تساعد في تطوير مستوى الخدمات التعليمية داخل الكلية المبحوثة

المبحث الأول

2. منهجية البحث

2.1 مشكلة البحث :

يشهد العراق توسعاً كبيراً في المؤسسات الجامعية وهذا، يتطلب اتخاذ إجراءات حاسمة لكي يتم المحافظة على جودة الخدمات التي تقدمها، ومن هذا المنطلق يمكن تحديد مشكلة البحث في مستوى جودة الخدمة التعليمية، وكيفية تعزيزها في الكلية المبحوثة عن طريق اعتماد مناهج حديثة تمكنها من الاستمرار والنمو لمواجهة متطلبات سوق العمل. وبناء على ما ورد انفا يمكن تحديد مشكلة بالبحث بالتساؤلات الاتية :

- أ. ماهي المرتكزات الفكرية المتعلقة بمتغيرات البحث (الادارة الرشيقة، جودة الخدمة التعليمية)، بشكل عام؟
- ب. ماهي طبيعة العلاقة المفاهيمية (الفكرية)، لمتغيرات البحث؟ وما هو مستوى الجدل الفلسفي؟ وكيف يمكن استثمارها بالجانب التطبيقي (الميداني) للبحث؟
- ت. ما هو مستوى العلاقة الارتباطية لمتغيرات البحث الرئيسة، بأبعادها على مستوى الكلية عينة البحث؟
- ث. ما هو مستوى التأثير المباشر لـ الادارة الرشيقة بأبعادها في جودة الخدمة التعليمية على مستوى الكلية عينة البحث؟

2.2 اهداف البحث:

- أ. تحديد طبيعة العلاقات التي تربط بين الادارة الرشيقة وجودة الخدمة التعليمية.
- ب. تحديد مستوى تأثير منهجية الادارة الرشيقة في جودة الخدمة التعليمية احصائياً على مستوى الكلية عينة البحث.
- ج. تقديم مجموعة من التوصيات للكلية عينة البحث والتي يمكن ان تساهم في تعزيز جودة الخدمات التي تقدمها.

2.3 أهمية البحث:

- أ. يمكن تحديد أهمية البحث من خلال النقاط الاتية:
 - أ. لم يتم تناول متغيرات الادارة الرشيقة وجودة الخدمة التعليمية مجتمعاً من قبل الباحثين الاخرين، لذا فان هذا البحث يعد مادة خام من الممكن ان يكون منطلق لدراسة اخرى في بيئة جديدة.
 - ب. يعد قطاع التعليم من اهم القطاعات في البلد، الامر الذي يستوجب دراسة بعناية كاملة ومحاولة وضع اسس تحسن من اداءه.
 - ج. يمكن ان يساهم البحث في تعزيز جودة الخدمات التعليمية عن طريق استخدام منهجية الادارة الرشيقة.

2.4 متغيرات البحث ومقاييسه:

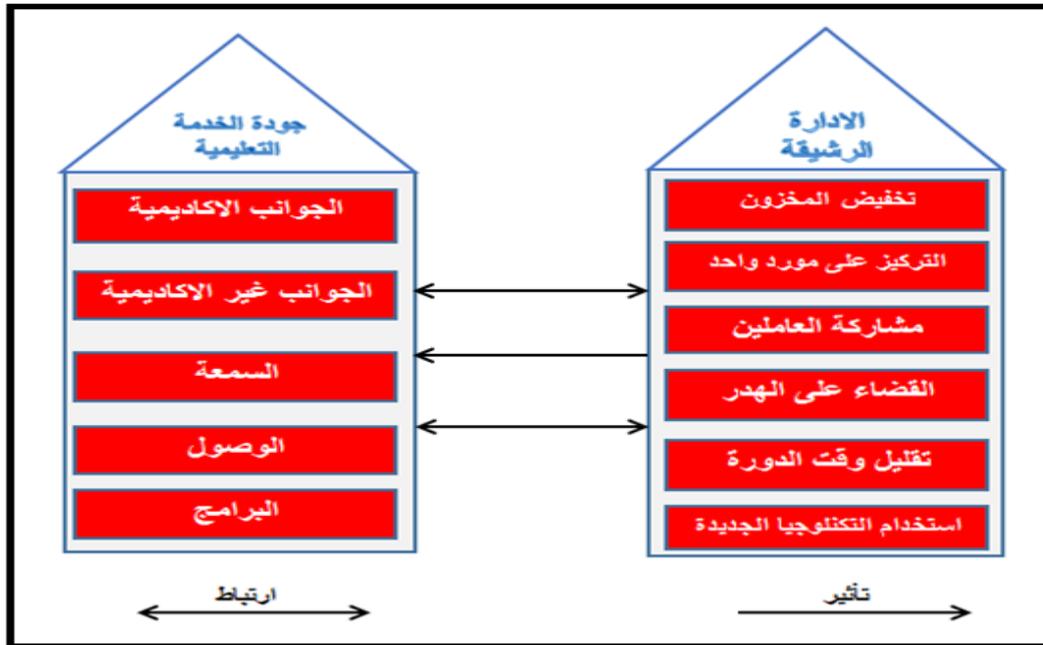
- أ- الادارة الرشيقة : منهجية قائمة على اساس تخفيض عمليات المنظمات (الخدمية) وتقليل وقت تنفيذها بهدف القضاء على كافة الاعمال التي لا تحقق قيمة للمنظمة. اذ اعتمد الباحثين على نموذج (Mensah at al., 2020) لقياس الادارة الرشيقة والذي يتكون من ستة ابعاد (خفض المخزون ،

التركيز على مورد واحد، إشراك الموظفين وتدريبهم ، القضاء على الهدر ، تقليل وقت الدورة ، استخدام التكنولوجيا الجديدة في العمليات)

ب- **جودة الخدمة التعليمية:** مدى قدرة المنظمات التعليمية على تقديم خدمة تعليمية متفوقة تهدف من خلالها الى تنمية قدرات وامكانية الطلبة والاساتذة والعاملين. وقد اعتمد الباحثين في قياس هذا المتغير مقياس (Abdullah , 2006) لقياس جودة الخدمة التعليمية والذي يتضمن خمسة ابعاد (الجوانب الاكاديمية ، الجوانب غير الاكاديمية ، السمعة ، الوصول والبرامج)

2.5 المخطط الفرضي:

يعطي المخطط الفرضي رؤيه عامة عن فكرة البحث ، ويوضح طبيعة العلاقات واتجاهات التأثير بين متغيراتها، اذ صمم وفقا لما جاء من مسح للنتائج المعرفية والفكرية للأدبيات العلمية ، ذات العلاقة بمتغيرات البحث، ومن اجل فهمه بشكل ادق فانه يتكون من جزأين متفاعلين كما في شكل (1) الاتي .:



شكل رقم (1) المخطط الفرضي للبحث

المصدر: اعداد الباحثين

2.6 فرضيات البحث:

تعد الفرضيات مجموعة من الادعاءات المتصورة، والتي تتسجم باتجاهاتها مع ما تشخيصه، مشكلة البحث الحالي، لذا ذهب الباحثين لوضع مجموعة من الفرضيات لاختبار المخطط الفرضي للبحث، مبينه اتجاهات العلاقة والتأثير بين المتغيرات ، وبما ينسجم مع اهداف البحث ، ويضع إجابة مناسبة عن تساؤلاته المطروحة ، اذ يمكن تحدد فرضيات البحث وفقا لما يأتي:

1. الفرضية الرئيسية الأولى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الادارة الرشيقة بأبعادها و جودة الخدمة التعليمية بأبعادها.

2. الفرضية الرئيسية الثانية : : تؤثر ابعاد الادارة الرشيقة بصورة معنوية في جودة الخدمة التعليمية بأبعادها.

2.7 حدود البحث

ان تحديد حدود البحث، ضمن عينة واضحة المعالم ضرورة اساسية، لأية بحث ضمن مجال علمي معين، ولذا يصبح امر رئيسي تشخيص الحدود المكانية والزمانية الملائمة للبحث الحالي، وهي كما يلي:

1. **الحدود المكانية:** تم اختيار كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة جامعة كربلاء كعينة للبحث، لغرض إجراء الجانب التطبيقي للبحث .

2. **الحدود الزمانية:** امتدت فترة اعداد البحث بجانبها النظري والميداني لمدة ثمانية اشهر، استغرقت هذه الفترة ل اعداد الاطار النظري ومنهجية البحث مع استكملت متطلبات الجهد الميداني.

2.8 عينة البحث :

لكل بحث مجتمع مكاني، يمكن إعمام نتائجه عليه وما توصل اليه من نتائج واستنتاجات واقتراحات مستقبلية، ذات فائدة علمية على المستوى الميداني، اذ تمثلت كلية التربية البدنية وعلوم الرياضة- جامعة كربلاء عينة للبحث الحالي، وموقعها الجغرافي في محافظة كربلاء ، فالعينة تمثل طلبة واساتذة الدراسات العليا في الكلية، وبذلك اجتهد البحث الى اختيار كامل العينة والتي بلغت عددها الكلي 60 استاذ وطالب ، فيما تم اعادة 55 استمارة، الصالح منها للتحليل 55 استمارة. علما ان عدد الاناث كان 11 وعدد الرجال 49 ،وان عدد طلبة الماجستير 26 طالب وعدد طلبة الدكتوراه 22 طالب وعدد الأساتذة 12 .

2.9 أدوات البحث والتحليل الإحصائية:

اعتمد الباحثين للحصول على البيانات المطلوبة في كتابة الجانب المعرفي على ما توفر من مصادر مكتبية والكترونية، وبالمقابل فان الجانب التطبيقي اعتمد على استمارة الاستبانة ، إذ تم مراعاة صياغة الاستبانة على قدرتها بتشخيص وقياس متغيرات البحث ، اذ تم اعتماد مقياس (Likert) الخماسي المرتب من عبارة، (أتفق تماما) التي كان وزنها (5) إلى عبارة، (لا أتفق تماماً) التي كان وزنها (1) وبمدى استجابة (1-5) اما الاساليب الاحصائية فتم الاعتماد على التحليل العاملي الاستكشافي، معامل ارتباط البسيط، و الانحدار الخطي عبر البرامج (Microsoft Excel) (SPSS V. 25).

المبحث الثاني – الجانب النظري

3. الادارة الرشيقة

3.1 مفهوم الادارة الرشيقة

تطور مفهوم الإدارة الرشيقة بشكل كبير على مر السنين اذ انتقل من أداة لخفض التكاليف وتعزيز الإنتاجية إلى فلسفة ، تنطبق معتقداتها الأساسية على المنظمة خارج أي مجال معين اذ بدأ مفهوم الادارة الرشيقة في صناعة السيارات اليابانية ثم تم استخدام جوهره الأساسي في العديد من المنظمات مع هذه الفكرة ، من اجل خلق قيمة أكبر بموارد أقل. اذ تعمل الإدارة الرشيقة على تعزيز الإنتاجية الإجمالية للمنظمة ، وتساعد على تجنب الهدر الزائد و تسلط الضوء على العوامل المهمة التي ستخلق قيمة أكبر وتعزز الميزة التنافسية للمنظمات . (Mohamed, 2016 : 5) , ويرى (Silva, 2011 : 6) ان الادارة الرشيقة هي عملية إزالة النفايات من أجل إنتاج أصغر حجماً وزيادة قيمة الزبون ، وتقليل النفايات والموارد ، اذ ان المنظمة الرشيقة تدرك ما يمثل قيمة للزبون وترتكز أهدافها على نمو الزبائن و من خلال استخدام عملية مثالية تخلق هذه القيمة ، فمن الممكن تطبيق الادارة الرشيقة على العديد من المنظمات سواء كانت انتاجية او خدمية . وبين (Roszell, 2013 : 15) بان الادارة الرشيقة هي مجموعة من الممارسات والأدوات المصممة للتخلص من النفايات عن طريق تقليل التباين في العمليات ، وهي تقوم على فلسفة التحسين المستمر طويل الأمد ، وحل المشكلات والتعمق في الاسباب الجذرية ،

والتصميم الفعال للعملية ، وتطوير الأشخاص ، في حين ذكر (Rasanen, 2017 :12) بان الادارة الرشيقية عبارة عن فلسفة إدارة تُستخدم كأداة للقضاء على كل ما قد يضيع اذ ان الفكرة هي أن العمل الذي لا ينتج قيمة لا فائدة منه لذا فان هدف الادارة الرشيقية هو تحسين الجودة وخفض التكاليف وتقصير مهل الإنتاج وزيادة رضا الزبائن . فضلا عن انها تشجع على المرونة والانفتاح على التغيير ، اذ ان الغرض من الرشاقة هو منح الموظفين الفرصة للمشاركة في أعمال التطوير وبالتالي تحسين ظروف العمل الخاصة بهم . وذكر (Rognlien,2007:24) بان الادارة الرشيقية عمليه تهدف الى تكوين عملية تتميز بالتدفق والسرعة والمرونة . ومن خلال ما تقدم يمكن ادرج اهم التعاريف التي قدمها الباحثون بخصوص الادارة الرشيقية وكما في جدول (1) التالي :

جدول (1) بعض تعاريف الادارة الرشيقية حسب اراء بعض الباحثين والكتاب

ت	المصدر	المفهوم
1	Pires , 2012	القيم والمواقف الإدارية الرئيسية اللازمة للحفاظ على التحسين المستمر على المدى الطويل .
2	Strzała,2015	مفهوم تتمثل رسالته الرئيسية في تجنب أي نوع من الهدر من خلال عملية مستمرة لترشيده المنظمة .
3	Sanders er al , 2017	نهج فكري يتكون من مجموعة من المبادئ والأساليب والتدابير التي عندما يتم تنفيذها بشكل صحيح فإنها تقوم بالقضاء على النفايات وخلق المزايا التنافسية للمنظمة .
4	Michail et al , 2019	طريقة للتطوير السريع لوحدة أو المنتجات التطبيقية بأقل قدر ممكن من العمليات والنفايات الرأسمالية ينصب تركيزها على خفض وقت تقديم الخدمة او المنتج .
5	Soderberg , 2021	فلسفة تهدف الى جعل المنظمة ذات كفاءة في استخدام الموارد قدر الإمكان من خلال استهداف توفير الكمية الدقيقة من المنتجات المطلوبة من قبل الزبائن في الوقت المناسب وبجودة عالية .

3.2.3 منافع الادارة الرشيقية

الادارة الرشيقية تحقق مجموعة من المنافع عند تطبيقها في المنظمات سواء كانت هذه المنظمات تقدم منتج او خدمة ومن هذه المنافع زيادة القدرة التنافسية من خلال خفض التكاليف والقضاء على الهدر وتحسين الجودة ، زيادة كفاءة العمل وتقليل عمليات صنع القرار ، زيادة التركيز على الاحتياجات الفعلية ورغبات الزبائن ، زيادة رضا الموظفين من خلال التواصل الأفضل بينهم وبين المديرين و دافع أقوى للموظفين ومباركة جهودهم على مساهمتهم في نجاح المنظمة ، (Strzała, 2015: 99) وبين (Mohamed,2020:30) بان الإدارة الرشيقية تساهم في تحقيق الكثير من الفوائد لمبتدئها كإنتاج عدد أقل من المنتجات المعيبة ، وتقليل احتمالية استلام الأجزاء المعيبة من المنظمات الموردة ، تحسين الإنتاجية وتحسين أداء المنظمات ، خلق فهم أفضل للعمليات التجارية من قبل العمالة ، وتقليل وقت دورة العمليات ، مطابقة تواريخ التسليم للزبائن ، زيادة معدلات الربحية ، تطوير الكفاءات الأساسية ، كما تساهم في تمكين الموظف ، وتطوير فرص التعلم التنظيمي و المساعدة في مراجعة الطريقة التي يتم بها هيكله الإدارة والأدوار وأنظمة المعلومات.

و اشار (Mohamed,2016:35) الى انه من فوائد الادارة الرشيقية للمنظمات هي تقليل استخدام المخزون ، والمزيد من المسؤوليات للموظفين ، ولها تأثير هائل على تحسين الخدمة وزيادة جودة الخدمة ، تفضلا عن التأثير الإيجابي على سلسلة التوريد من خلال تقليل وقت الدورة حتى 50% ، كما ان الفائدة الرئيسية التي تحققت وفقا لهذه المنهجية هي تمكين الموظف ، وإعطاء المزيد من السلطة والمسؤولية لاتخاذ القرار مما يؤدي إلى بروز موظفين متعددي المهارات ، كما تساعد على حل مشاكل المنظمات بطريقة مستدامة وسهلة . و اشار (Schwarz,2020:16) الى وجود مجموعة من المنافع او الفوائد لتطبيق منهجية الادارة الرشيقية وهذه الفوائد هي:

أ- تحديد معايير الوقت

ب- زيادة السلامة في مكان العمل
ت- تحسين بيئة العمل في مكان العمل

3.3 ابعاد الادارة الرشيقة

اعتمد الباحثين على مقياس (Mensah at al ., 2020) في تحديد ابعاد الادارة الرشيقة كونه الاقرب لمنطلقات بحثهم الحالي ، ويتكون هذا المقياس من ستة ابعاد يمكن ذكرها وفقا لما يلي :-

أ- خفض او تقليل المخزون :- يشكل المخزون أحد أهم العناصر لأي نظام يتعامل مع توريد وتصنيع وتوزيع السلع والخدمات ، اذ يعد الغرض الأساسي من المخزون في نظام تدفق المواد هو فصل المراحل المتعاقبة للنظام من خلال ادارة المخزون إلى المستويات المثلى ومن هذه العمليات هي تقليل المخزون أو إعادة توزيعه من اجل جعل العملية أكثر كفاءة من خلال تحسين العمليات وتقليل المهلة وإدارة العرض والطلب بشكل أفضل (205 : 2015) . ويرى (Lieberman & Demeester : 466 : 1999) ، بان المخزون اصبح غير ضروري للمنظمات لان المخزون يمنع اكتشاف المشكلات على الأرض وبالتالي يمكن أن يكون ضار بالإنتاجية . وفقاً لهذا المنظور الجديد قد تكشف تخفيضات المخزون العيوب في عملية التصنيع ، مما يجبر المديرين والعاملين على التخلص منها بدلاً من استيعابها.

ب- التركيز على مورد واحد : الكثير من المنظمات تحقق العديد من الفوائد ، كإخفاض التكاليف ، وانخفاض الاستثمارات ، وزيادة الإنتاجية ، وزيادة الكفاءة الأساسية ، عند استعانتها بمصادر خارجية للتوريد ، الا ان هذه الاستعانة قد صاحبها مجموعة من المخاطر والتحديات للمنظمات مما يؤدي الى انخفاض التحكم في جودة الموردين ، وهو جانب سلبي معروف عند الاستعانة بمصادر خارجية اذ ان ضعف جودة المنتج (الخدمة) يمثل خطراً على المستفيد (Chen, 2016 : 1) . ومن هذا المنطلق يرى (Pellegrino : 27-28 : 2010) بان التركيز على مورد واحد يعني تلبية جميع المتطلبات اللازمة لإنتاج منتج او خدمة في المنظمة ، اذ يتم بواسطة مورد واحد مختار من بين مجموعة من الموردين وفي حالة تقصير المورد ، يتم استبداله بمورد اخر يوفر نفس المتطلبات .

ت - مشاركة الموظفين وتدريبهم : مشاركة الموظفين هي العملية التي يتم من خلالها تمكين الموظفين للمشاركة في اتخاذ القرارات الإدارية وأنشطة التحسين المناسبة لعملهم في المنظمة ، فالموظف كإجراء يقوم بالربط بين المشاركة والتواصل واتخاذ القرار الذي يؤدي إلى تحفيز الموظف، وان مشاركة الموظفين في عمليات المنظمة تحفزهم وتمكنهم من إضافة قيمة للمنظمة بشكل فعال وناجح ، اي تدل مشاركة الموظف على فكرة السماح للموظفين بالمشاركة في القرارات ، وزيادة استقلاليتهم والتحكم في عملهم ، وتفويض المزيد من السلطة والمسؤولية لهم . (Obiekwe et al ., 2019: 2) . كما ان التدريب يعد عنصراً قيماً في العصر الحديث لإدارة الموارد البشرية اذ تُظهر الأبحاث الحديثة أن الاستثمار في رأس المال البشري بما في ذلك التدريب ، مرتبط بشكل إيجابي بالموارد التنظيمية فأنشطة التدريب تختلف من منظمة إلى أخرى ، ويرى (Srimannarayana, 2011:117) بان التدريب اداة استراتيجية لا غنى عنها لتحقيق الأداء الفردي والمؤسسي الفعال وبالتالي فإن المنظمة تتفق الأموال على هذه الأنشطة مع الثقة بأنها ستكسب ميزة تنافسية في عالم الأعمال ، ولكي تحقق أي منظمة أهدافها وأهدافها المعلنة في هذا العالم التنافسي ، يجب عليها التأكيد على التدريب الكافي للعاملين .

ث - القضاء على الهدر :- الهدر هو أي شيء لا يخلق أي قيمة للمالك والزيون ، وان الهدر قد يكون على شكل انتاج زائد ، الانتظار ، النقل ، المعالجة ، الحركة او صنع منتجات معيبة كما ان هنالك نوع اخر وهو الهدر السلوكي الخاص بالسلوكيات البشرية التي لا تضيف أي قيمة ويمكن أن تكون سبب في القضاء على المنظمة . (Mossman , 2009 : 14) وبين (Dekier , 2012 : 49) ، لاجل تقليل الهدر لا بد للإدارة ان تقوم بخلق جو جيد في مكان العمل اذ يتحتم على صاحب العمل بناء جو إيجابي في المنظمة لأنه يساعد الموظفين على إنجاز مهامهم اليومية ويعزز الروابط بين زملاء العمل والمنظمة ونتيجة لذلك ، يكون لدى الموظفين الحافز الكافي للتفاني المهني ، أي عندما يتعين عليهم العمل لوقت إضافي من أجل أداء المهمة الموكلة إليهم لا يمانعون في ذلك.

ج - تقليل وقت الدورة : الهدف من الإدارة الرشيدة هو تقليل الفاقد في الجهد البشري والمخزون ووقت التسويق ومساحة التصنيع لتكون قادرة على تلبية طلب الزبائن فضلاً عن انتاج منتجات عالية الجودة وبأكثر الطرق كفاءة ، اذا يركز هذا البعد على التخلص من النفايات وعلى جميع أشكالها والتي يمكن العثور عليها في أي وقت وفي أي مكان سواء كانت مخفية في السياسات والإجراءات او العمليات او في تصميمات المنتجات ، اذ تستهلك هذه النفايات الموارد ولكنها لا تضيف أي قيمة للمنتج او الخدمة (45 : 2005 , Sethy & Gupta), ويرى (Stevenson , 2018 : 270) بأن وقت الدورة هو الحد الأقصى للوقت المسموح به في كل عملية والمطلوب لإكمال مجموعة المهام الخاصة بتلك العملية .

ح - استخدام التكنولوجيا الجديدة في العمليات : يرى (سليمانى & احمد ، 2021 : 8) بأن التكنولوجيا الجديدة هي كل شيء مبتكر او أي شيء تم استخدامه في تحسين المنتجات ، او هي طرق وأساليب جديدة تستخدمها المؤسسة لتحسين الإنتاجية ويتم ذلك من خلال رفع كفاءة العملية الإنتاجية مما يؤدي الى تحسين جودة المنتجات والخدمات . وذكر (Heaton & Ashford, 1983:110) بان التكنولوجيا الجديدة هي تطبيق افكار جديدة تحقق النجاح للمنظمة وان هذه العملية غالبا ما تحدث في المؤسسات الهادفة للربح والتي تواجه منافسة في السوق .

4. جودة الخدمة التعليمية

4.1 مفهوم جودة الخدمة التعليمية

تعد الخدمات التعليمية ، وخاصة التي يتم تقديمها من خلال الجامعات ومؤسسات التعليم العالي ، من أهم مجالات الخدمة التي لعبت دورًا بارزًا في نمو المجتمعات وتطورها. لذا من الضروري الإشارة باستمرار إلى تعزيز جودة الخدمات التعليمية والبحثية ، فلا بد من إن يتم النظر إلى التعليم العالي وفق اهداف محسوسة ، اي يجب أن يكون لدى الطلاب والأستاذة إدراك كامل لأهداف وخصائص التعليم لأن مثل هذه الإدراك يتسبب في زيادة في دوافعهم نحو تحقيقها . فضلاً عن ذلك فإن معرفة الهدف ليسا كافياً بل من الضروري أيضاً أن يكون لدينا الأساس والتسهيلات التي تحقق هذا الهدف ، لذا فإن إدراك جميع العوامل المهمة والمؤثرة في جودة الخدمات التعليمية وضرورة إجراء تغييرات مرغوبة فيها قد يؤدي إلى تحقيق بعض النتائج الإيجابية العامة والفردية التي لا يمكن تحقيقها إلا من خلال إجراء أبحاث ودراسات واسعة النطاق في هذا المجال . (4325 ، 2012 : Hosseini) وأشار (Adams , 1993 : 7) ، الى انه يمكن تعريف الجودة التعليمية والتي تعني الدرجة التي يتم بها تحقيق الأهداف أو تحقيق مستويات الإنجاز المرغوبة، لذا فإن الجودة الأعلى تعني عادة زيادة حقيقية أو متوقعة في الفعالية ، او ناتج أو عملية أو مدخلات أو نتيجة أكبر للمنظمة . اذ تناول الباحثون في دراستهم موضوع جودة الخدمة التعليمية وناقشوه في أكثر من زاوية ومنظور واحد ، مما أدى إلى تنوع وتعدد تعريفات هذا المفهوم ، اذ عرّفها (et al., 2011 : 22) بأنها مقارنة توقعات الزبون (ما يشعر أنه يجب أن يكون) مع تصورات (ما حصل عليه) ، فإذا كانت التوقعات أكثر من التصورات ، من وجهة نظر الزبون ، فإن جودة الخدمة المتلقاة منخفضة وتؤدي إلى عدم رضاه . ومن خلال ما تقدم جدول (2) يوضح اهم التعاريف التي قدمها الباحثون بخصوص جودة لخدمة التعليمية .

جدول (2) بعض تعاريف جودة الخدمة التعليمية حسب اراء بعض الباحثين والكتاب

ت	المصدر	التعريف
1	Hamilton et al ., 1991 : 211	اداة لتلبية رغبات واحتياجات الزبائن أو تجاوزها باستمرار .
2	Caruana et al ., 2000 :1339	مقارنة الزبون بين توقعاته حول الخدمة وتصوره للطريقة التي تم بها أداء الخدمة .

3	Alamgir & Shamsuddoha , 2004	التركيز على تلبية الاحتياجات والمتطلبات ، ومدى توافق الخدمة المقدمة مع توقعات الزبائن
4	Munhurrun et al.,2010	حكم أو موقف عالمي يتعلق بالتميز العام أو التفوق العام للخدمة .
5	شراهي واخرون ، 2014	مستوى الامتثال للخدمات المقدمة مع توقعات الزبائن
6	Bibili, 2017	عملية ملائمة الخدمة للاستخدام ، أو مدى نجاح الخدمة في تحقيق اغراض الزبائن .

4.2 أهمية جودة الخدمة التعليمية

تعد جودة الخدمة من أهم الأدوات التي تعمل على تحسين الخدمات التعليمية ، إذ ان عملية التحسين تؤدي إلى مزيد من الإبداع لدى المتعلمين ، فضلا عن تطوير وتدريب المتعلمين مما يؤدي الى خلق موارد بشرية متخصصة تمتاز بأداء عالٍ تعمل على خدمة المجتمع . (160 : 2015 ، et al Seyedaskari). ويرى (2 : 2008 ، Aghamolaei & Zare) بان جودة الخدمة التعليمية هي اداة مهمة متعددة العناصر يمكن استخدامها لمعرفة تصورات وتوقعات جودة الخدمة كما يراها الزبائن والتي تلعب الخدمة دورًا مهمًا في تعزيز القيمة للمنظمة ، فضلا عن انها تؤثر بشكل إيجابي على نجاحها . وأشار (2 : 2022 ، Ighomereho et al) الى ان أهمية جودة الخدمة بأنها تساهم في تحقيق ميزة تنافسية وزيادة في ارباح المنظمات فضلا عن الزيادة في الحصة السوقية ومعدل العائد على الاستثمار وكذلك تحقق رضا الزبائن وتشجعهم للحصول على الخدمة في المستقبل ، كما ان تقديم خدمات عالية الجودة للسوق تزيد من كفاءة الخدمة المقدمة للزبائن مما يؤدي إلى تحقيق اهداف المنظمة . وذكر (229 : 2019 ، Fahim) بان جودة الخدمة تعد بشكل عام الجانب الأكثر حيوية الذي يساهم في إنشاء وتطور مصداقية وسمعة المنظمة لدى الناس ، كما انها تعد من أهم المعايير التي تستخدم لإرضاء الزبائن والتي تنعكس على تعزيز مستويات الأداء والنجاح.

4.3 ابعاد جودة الخدمة التعليمية

اعتمد الباحثين على مقياس (Abdullah ، 2006) في تحديد ابعاد جودة الخدمة التعليمية كونه المقياس الاكثر شيوعا لقياس البيئة الجامعية، ويتكون هذا المقياس من خمسة ابعاد يمكن ذكرها وفقا لما يلي :-

أ- الجوانب الاكاديمية للجامعة:

وتعني مجموعة العوامل المتعلقة بالاكاديميين واعضاء الهيئة التدريسية والتي تتمثل بمسؤوليات الاتصال ، وتمكين المناقشات بين الطلبة والاساتذة واعطاء الوقت الكافي في الحوار ، فضلا عن القدرة على تقديم تقييم منظم عن جودة الاستاذ ومدى قدرته في اصال المعلومات ، (53 : 2016 ، Fernandes)، ويرى (38 : 2006 ، Abdullah) . بأن هذا البعد يمثل مسؤوليات الاكاديميين ، ويسلط الضوء على السمات الرئيسية لهم كالسلوك الإيجابي ، ومهارات الاتصال الجيدة ، والسماح بالتشاور الكافي ، والقدرة على تقديم الملاحظات المنتظمة للطلاب وتحفيز قدرتهم على الاستيعاب .

ب- الجوانب غير الاكاديمية للجامعة :

تعني الجوانب غير الاكاديمية العناصر الضرورية والمهمة التي تسمح للطلاب بالوفاء بالتزاماتهم الدراسية ، والتي يقود بتأديتها العاملين من غير الأكاديميين وأعضاء هيئة التدريس ، (2011 ، Fortes : 45) ، ويرى (38 : 2006 ، Abdullah) بان الجوانب غير الاكاديمية تعد متغيرات ضرورية تمكن الطلاب من اداء التزاماتهم الدراسية المتعددة ، كما وانها تتعلق بالواجبات والمسؤوليات التي يقوم بها

أعضاء هيئة التدريس غير الأكاديميين من الموظفين داخل الجامعة ، كما ويرى (Baharuddin et al , 2388: 2022) بان الجوانب غير الأكاديمية عباره عن مجموعة من الخدمات تقدمها الجامعة ، كتوجيه الطلاب أو الاستشارات الأكاديمية ، وخدمات طباعة المحاضرات ، وخدمات تقديم المنح الدراسية.

ت- سمعة الجامعة :

تعد السمعة احد الابعاد التي تشير إلى أهمية الجامعات تكمن في إبراز صورتها المهنية امام الطالب (Kriswandani , 2016 :14). وذكر(صلاح الدين ، 2022 : 43) بانها اصول الجامعة غير الملموسة والتي تسهم في تحقيق ميزة تنافسية لها ، وعادتا ما تكون مدعومة بإجراءات وقواعد العمل داخل الجامعة ، والتي تترك انطباع جيد لدى الطالب نتيجة التفاعلات المتراكمة بينه وبين الجامعة. ويرى (et al , 2000, Gioia : 66) بان صورة المنظمة تشير الى تصور الزبون أو انطباعه عن المنظمة (الجامعة) وعادة ما يرتبط هذا التصور بفعل أو حدث معين .

ث- الوصول (الاتصال) :

يتكون هذا العامل من عناصر تتعلق بقضايا مثل القرب وسهولة الاتصال والجدوى والملاءمة ، (Chaim et al , 2012 : 2) ، كما يعني الوصول أو الاتصال، الإجراءات التي تقدمها المنظمات والتي تمكن الزبون من الوصول إلى الخدمة بسهولة ، اي تقليل وقت الانتظار لكي يتم الحصول على الخدمة ، كما وان الزبون يتلقى الخدمة في مكان محدد ليس واسع النطاق، فضلا عن ان مرافق الخدمة تكون في اماكن مناسبة، اذ ان الوصول يعني سهولة والراحة التي يمكن للزبائن الحصول عليها عند استخدام الخدمات التي تقدمها المنظمات، (Pakurár et al , 2019 : 6) .

ج- برامج الجامعة :

تعد البرامج الجامعية مجموعة من العناصر التي تؤكد على أهمية تقديم اشكالا متعددة وواسعة من البرامج ذات السمعة العالية والهيكل التي تمتاز بالمرونة في توصيفاتها المختلفة والتي تسهل على الزبون عمليات الاتصال، (Alvarez Tay , 2021 : 53) . كما وان هذه البرامج الاكاديمية يجب ان يتم تقديمها بالاعتماد على العديد من الأساليب في التخصصات الأكاديمية المختلفة مع وجود مناهج تعليمية مرنة غير معقدة تساعد على تحسين امكانيات الزبون وتزيد من كفاءته ، (Chagas , 2010 : 49) .

المبحث الثالث – الجانب العملي

5. تحليل البيانات:

5.1 التحليل العاملي الاستكشافي لمتغير الادارة الرشيقية

حقق متغير الادارة الرشيقية وحسب طريقة المكونات الأساسية (Principal Component Analysis) (PCA) وطريقة فيرمكس للتدوير المتعامد (Orthogonal Rotation – Varimax) اربعة ابعاد و (16) سؤال، علما ان مقياس(Kaiser-Meyer-Olkin) لكفاية المجتمع بلغت قيمته (0.91) وهي اعلى من القيمة المقبولة للمقياس والبالغة (0.50)(Kaiser:1974) . اما قيمة اختبار (Bartlett's) فلقد كانت (1747) بدرجة حرية (190) ومستوى معنوية ($P < 0.001$).

جدول (3) نتائج التحليل العاملي الاستكشافي لمتغير الادارة الرشيقية

الأسئلة	التركيز على مورد واحد	مشاركة الموظفين	القضاء على الهدر	تقليل وقت الدورة	استخدام التكنولوجيا الجديدة	خفض المخزون	Alpha Chronbach's
1	.5759						0.71
2	.5431						

						.6342	3	
						.5678	4	
0.80						.5521	5	
						.7989	6	
						.5137	7	
						.5503	8	
0.82					.6311		9	
					0.711		10	
					.6629		11	
					.6319		12	
حذف من التحليل			حذف من التحليل				13	
								14
								15
								16
0.86		0.701					17	
		0.789					18	
		0.553					19	
		0.562					20	
حذف من التحليل	حذف من التحليل							
0.93%					%63.22	النسبة التراكمية من %		

المصدر: إعداد الباحثين بالاستناد إلى مخرجات برامج الحاسوب

يتبين من الجدول أعلاه ان التحليل العاملي الاستكشافي حذف بعد (خفض المخزون و بعد تقليل وقت الدورة) من التحليل بسبب عدم توزيع الأسئلة على أي بعد، وضمن معامل تشبع (0.50 فاكتر)، ولذا لن يتم اعتماده في التحليلات الإحصائية اللاحقة.

5.2 التحليل العاملي الاستكشافي لمتغير جودة الخدمة التعليمية

حقق متغير جودة الخدمة التعليمية وحسب طريقة المكونات الأساسية (Principal Component Analysis (PCA) وطريقة، فيرمكس للتدوير المتعامد (Orthogonal Rotation – Varimax) خمسة ابعاد و (20) سؤال. علماً ان مقياس (Kaiser-Meyer-Olkin) لكفاية المجتمع بلغت قيمته (0.90) وهي اعلى من القيمة المقبولة للمقياس والبالغة (0.50) (Kaiser: 1974). اما قيمة اختبار (Bartlett's) فلقد كانت (1505) بدرجة حرية (121) ومستوى معنوية ($P < 0.001$).

جدول (4) نتائج التحليل العاملي الاستكشافي لمتغير جودة الخدمة التعليمية

Alpha Chronbach's	البرامج	الوصول	السمعة	الجوانب غير الاكاديمية	الجوانب الاكاديمية	الأسئلة
0.84					.6771	1
					.6802	2
					.5888	3
					.7929	4
0.86				0.622		5
				0.581		6

				0.678		7
				0.698		8
0.83			0.622			9
			0.581			10
			0.678			11
			0.698			12
0.82		0.588				13
		0.516				14
		0.508				15
		0.806				16
0.83	0.567					17
	0.521					18
	0.517					19
	0.805					20
0.91	.6920%					النسبة التراكمية %

المصدر: إعداد الباحثين بالاستناد الى مخرجات برامج الحاسوب
5.3 اختبار توزيع البيانات:

اخضع الباحثين استمارة الاستبانة لعدة اختبارات التي يعتقدون انها ضرورية لضمان دقة البيانات الناتجة عنها، وبالنتيجة دقة النتائج المتحصلة منها لاحقاً، الامر الذي سيؤدي الى دقة الاستنتاجات في البحث. و لتحديد نوع الاختبارات الإحصائية التي سيخضع الباحثين البيانات لها، وهل هي اختبارات معلميه او لا معلميه، قرر الباحثين استعمال اختبار التوزيع الطبيعي (Kolmogorov-Smirnov) الذي لابد ان يكون عند مستوى معنويه اكبر من 5%)، كما يوصي (Field,2009:139) ولتحديد فيما اذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي ام لا سيتم احتساب قيم (Z) لكل من الالتواء (Skewness) والتفرطح (Kurtosis)، فاذا كانت القيم محصورة بين (± 1.96) فالمتغير يتبع التوزيع الطبيعي.

جدول (5) اختبار التوزيع الطبيعي للمتغيرات

المتغير	Skewness	Std. Error	Z	Kurtosis	Std. Error	Z	Kolmogorov-Smirnov	مستوى معنوية اختبار Kolmogorov-Smirnov
الإدارة الرشيفة	-0.230	0.211	-1.09	-0.354	0.421	0.83	0.045	0.201
جودة الخدمة التعليمية	-0.070	0.211	-0.31	-0.743	0.423	-1.75	0.071	0.21

المصدر: إعداد الباحثين بالاستناد الى مخرجات برامج الحاسوب

ويتضح من جدول (5) خضوع كافة متغيرات البحث للتوزيع الطبيعي مما يجعلها مؤهلة للاختبار المعلمي .

6. التحليل الوصفي لمتغيرات البحث:

لغرض الاستدلال على مدى توافر متغيرات البحث في مجتمعها (كلية التربية النبوية وعلوم الرياضة) عمل الباحثين على تحليل استجابات افراد عينة البحث فيما يخص اسئلة (الإدارة الرشيفة ، وجودة الخدمة التعليمية) من حيث الوسط الحسابي الموزون، الانحراف المعياري ، كما ويمكن عرض الاوساط الحسابية الموزونة، الانحرافات المعيارية لمتغيرات البحث الإدارة الرشيفة ، جودة الخدمة التعليمية) كما في الوصف و الجدول ادناه:

الجدول رقم (6) الاوساط الحسابية الموزونة والانحراف المعياري للمتغيرات

الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	البعد	المتغير
1.26	3.37	التركيز على مورد واحد	الادارة الرشيقية
1.19	3.54	مشاركة الموظفين	
1.28	3.22	القضاء على الهدر	
1.24	3.51	استخدام التكنولوجيا الجديدة	
1.23	3.42	الجوانب غير الاكاديمية	
1.23	3.51	السمعة	
1.22	3.53	الوصول	
1.28	3.22	البرامج	

المصدر: اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية

6.1 المتغير المستقل الادارة الرشيقية:

أ. **التركيز على مورد واحد:** إن بعد التركيز على مورد واحد حقق وسط حسابي موزون بلغ (3.37). وهنا يستدل الباحثين ان الكلية عينة البحث تسعى لان تركز في مجال عملها على مورد واحد، لتحقيق الكفاءة في الخدمة المقدمة للطلبة ، لان معدل إجابات افراد عينة البحث كانت اعلى من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3). ويلاحظ ان هناك تشتت بين اجابات مجتمع البحث حول البعد اذ بلغت قيمة الانحراف المعياري (1.26).

ب. **مشاركة الموظفين:** ان بعد مشاركة الموظفين حقق وسط حسابي موزون بلغ (3.54). وهنا يستدل الباحثين ان الكلية عينة البحث لكي تحقق الرشاقة الادارية لا بد لها من تشجيع الموظفين وتحفيزهم للمشاركة في عملية اتخاذ القرارات ،اذ ان معدل إجابات افراد عينة البحث كانت اعلى من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3). ويلاحظ ان هناك تشتت بين اجابات عينة البحث حول البعد اذ بلغت قيمة الانحراف المعياري (1.19).

ت. **القضاء على الهدر :** يشير الجدول اعلاه ان بعد القضاء على الهدر حقق وسط حسابي موزون بلغ (3.22). وهنا يستدل الباحثين ان الكلية عينة البحث تحاول بمختلف الطرق القضاء على جميع العمليات التي لا تضيف قيمة وبالتالي القضاء على الهدر في الوقت والموارد والمعدات ، رغم ان معدل إجابات افراد عينة البحث كانت اعلى من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3) بقليل، الا ان هناك تشتت كبير بين اجابات مجتمع البحث حول البعد اذ بلغت قيمة الانحراف المعياري (1.28).

ث. **استخدام التكنولوجيا الجديدة:** ان بعد استخدام التكنولوجيا الجديدة حقق وسط حسابي موزون بلغ (3.51). وهنا يستدل الباحثين ان الكلية عينة البحث تعتمد بشكل كبير على ادخال التكنولوجيا الجديدة في عملياتها الخدمية ، حيث ظهر ان معدل إجابات افراد مجتمع البحث كانت اعلى من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3). الا ان هناك ضعف في الاتساق بين اجابات مجتمع البحث حول البعد اذ بلغت قيمة الانحراف المعياري (1.24).

6.2 المتغير التابع جودة الخدمة التعليمية :

أ. **الجوانب الاكاديمية:** حقق بعد الجوانب الاكاديمية وسط حسابي موزون بلغ (3.71). وهنا يستدل الباحثين ان الكلية عينة البحث تهتم بشكل كبير بالجوانب الأكاديمية وتحاول تهيئة الظروف التي تعزز الجوانب الاكاديمية للكلية، اذ ظهر ان معدل إجابات افراد عينة البحث كانت اعلى من الوسط الحسابي

الفرضي البالغ (3)، الا ان هناك ضعف في الاتساق بين اجابات مجتمع البحث حول البعد اذ بلغت قيمة الانحراف المعياري (1.18).

ب. **الجوانب غير الاكاديمية** : ان بعد الجوانب غير الاكاديمية حقق وسط حسابي موزون بلغ (3.42). وهنا يستدل الباحثين ان الكلية عينة البحث تهتم بشكل كبير بتوفير خدمات ادارية وبنى تحتية ووسائل راحة جيدة للزبائن، حيث ظهر ان معدل إجابات افراد عينة البحث كانت اعلى من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3)، الا ان هناك ضعف في الاتساق بين اجابات عينة البحث حول البعد اذ بلغت قيمة الانحراف المعياري (1.23).

ت. **السمعة**: ان بعد السمعة حقق وسط حسابي موزون بلغ (3.51). وهنا يتوصل الباحثين ان الكلية عينة البحث لديها سمعة جيدة في سوق العمل وهذا بدى واضح من خلال عدد الطلبة المقبولين فيها ، حيث ظهر ان معدل إجابات افراد عينة البحث كانت اعلى من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3)، وكان هناك نوع من التشتت بين اجابات مجتمع البحث حول البعد اذ بلغت قيمة الانحراف المعياري (1.23).

ث. **الوصول** : ان بعد الوصول حقق وسط حسابي موزون بلغ (3.53). وهنا يستدل الباحثين ان الكلية عينة البحث تعتمد على التواصل والتفاعل بين اساتذتها وطلبتها ، اذ ظهر ان معدل إجابات افراد عينة البحث كانت اعلى من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3)، وكان هناك نوع من التشتت بين اجابات مجتمع البحث حول البعد اذ بلغت قيمة الانحراف المعياري (1.22).

ج. **البرامج** : يشير الجدول اعلاه ان بعد البرامج حقق وسط حسابي موزون بلغ (3.22). وهنا يستدل الباحثين ان الكلية عينة البحث تعمل على ادخال برامج منوعة تساعد الطلبة وتحفزهم على انجاز ما مطلوب منهم بكفاءة، على رغم ان معدل إجابات افراد عينة البحث كانت اعلى من الوسط الحسابي الفرضي البالغ (3) بقليل، الا ان هناك تشتت كبير بين اجابات مجتمع البحث حول البعد اذ بلغت قيمة الانحراف المعياري (1.28).

7. اختبار فرضيات البحث:

بهدف اختبار فرضيات الارتباط اعتمد الباحثين معامل الارتباط البسيط (Pearson)، وكما مبين ادناه:

7.1 الفرضية الرئيسية الأولى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الادارة الرشيفة بأبعادها جودة الخدمة التعليمية بأبعادها . ويبين جدول (6) نتيجة اختبار الفرضية الرئيسية الاولى .

جدول (7) اختبار الفرضية الرئيسية الاولى

جودة الخدمة التعليمية	البرامج	الوصول	السمعة	الجوانب غير الاكاديمية	الجوانب الأكاديمية	
.747**0	.709**0	.698**0	.651**0	.737**0	.624**0	التركيز على مورد واحد
.706**0	.689**0	.711**0	.630**0	.669**0	.630**0	مشاركة الموظفين
.734**0	.736**0	.622**0	.698**0	.704**0	.642**0	القضاء على الهدر

.721**0	.667**0	.688**0	.631**0	.653**0	.698**0	استخدام التكنولوجيا الجديدة
.811**0	.704**0	.730**0	.729**0	.771**0	.724**0	الإدارة الرشيقة

المصدر: اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية
 **معنوي عند مستوى (1%).

يتبين من الجدول أعلاه ان جميع علاقات الارتباط بين المتغير المستقل (الإدارة الرشيقة)، والمتغير التابع (جودة الخدمة التعليمية) كانت موجبة وذات دلالة معنوية عند مستوى (1%). فعلى المستوى الفرعي كانت أقوى علاقة ارتباط بين التركيز على مورد واحد والجوانب غير الأكاديمية بمعامل ارتباط بلغت قيمته (0.737).

اما اضعف علاقة ارتباط على المستوى الفرعي فقد كانت بين بعد القضاء على الهدر وبعد الوصول بمعامل ارتباط بلغت قيمته (0.622). اما على المستوى الكلي بالنسبة للإدارة الرشيقة كانت أقوى علاقة ارتباط بينها الجوانب غير الأكاديمية بمعامل ارتباط تبلغ قيمته (0.771)، واضعف علاقة كانت بينها وبين بعد البرامج بمعامل ارتباط بلغت قيمته (0.704)، اما على المستوى الكلي بالنسبة لجودة الخدمة التعليمية فقد كانت أقوى علاقة ارتباط مع بعد التركيز على مورد واحد بمعامل ارتباط بلغت قيمته (0.747)، واضعف علاقة كانت مع بعد استخدام التكنولوجيا الجديدة بمعامل ارتباط بلغت قيمته (0.721). وبشكل عام بلغت قيمة معامل الارتباط بين الإدارة الرشيقة وجودة الخدمة التعليمية (0.811). من النتائج أعلاه يجد الباحثين انه اذا اهتمت الكلية عينة البحث باستخدام منهجية الإدارة الرشيقة وبشكل ملائم ، ستكون قادرة على تقديم خدمات تعليمية عالية الجودة في المستقبل . واستنادا الى ما تقدم يقوم الباحثين بقبول الفرضية القائلة بأنه (توجد علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الإدارة الرشيقة بأبعادها وجودة الخدمة التعليمية بإبعادها).

7.2 الفرضية الرئيسية الثانية: تؤثر ابعاد الإدارة الرشيقة بصورة معنوية في جودة الخدمة التعليمية .

استخدم الباحثين في إجراء الاختبار على استخدام معامل الانحدار الخطي (Linear regression) وباستخدام أسلوب الحذف التراجعي (Backward)، ومن اهم مزايا هذه الطريقة انها تقوم بحذف الابعاد التي يكون تأثيرها في المتغير المعتمد غير معنوي (Field,2009:213). وسيتم قياس القوة التأثيرية للمتغيرات المستقلة في المتغير المعتمد من خلال قيم (B) المحسوبة لمعامل الانحدار ، ويتم قياس معنوية هذا التأثير من خلال قيمة (t) المحسوبة لمعامل الانحدار، ومستوى معنويتها. وتم استخدام معامل (F) لقياس معنوية نموذج الانحدار بشكل كامل، كما تم استخدام معامل التحديد (R^2) الذي يقيس القوة التفسيرية للمتغيرات المستقلة في المتغير المعتمد، ومن خلال البرنامج الاحصائي (SPSS V.23). ويبين الجدول ادناه اختبار الفرضية الرئيسية الثانية

جدول (8) اختبار الفرضية الرئيسية الثانية

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0.687	0.195		3.498	0.001
	التركيز على مورد واحد	0.308	0.079	0.315	3.944	0.000
	مشاركة الموظفين	0.223	0.087	0.232	2.587	0.011
	القضاء على الهدر	0.231	0.087	0.271	2.714	0.008
	استخدام التكنولوجيا الجديدة	0.084	0.093	0.098	0.901	0.370
2	(Constant)	0.685	0.194		3.511	0.001
	التركيز على مورد واحد	0.312	0.076	0.322	4.004	0.000
	مشاركو الموظفين	0.263	0.074	0.274	3.677	0.000
	القضاء على الهدر	0.271	0.071	0.319	3.778	0.000
a. Dependent Variable : جودة الخدمة التعليمية :						
F=88.3						
R²=0.662						

المصدر: اعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج الحاسبة الالكترونية

- يتبين من الجدول المذكور انفاً ان الانموذج الأول ضم كل ابعاد الادارة الرشيقية، في حين تم حذف بعد استخدام التكنولوجيا الجديدة من الانموذج الثاني لعدم معنوية تأثيره ،وعليه يصبح انموذج التأثير كما يلي :
- 1- ان التركيز على مورد واحد يؤثر بمقدار (0.312) في جودة الخدمة التعليمية اذا تغير بمقدار وحدة واحدة، اذ ان هذا التأثير معنوي عند مستوى (1%) لان قيمة (t) المحسوبة بلغت (4.004) وهي قيمة معنوية عند المستوى المذكور.
 - 2- ان مشاركة الموظفين تؤثر بمقدار (0.263) في جودة الخدمة التعليمية اذا تغيرت بمقدار وحدة واحدة. علماً ان هذا التأثير معنوي عند مستوى (1%) لان قيمة (t) المحسوبة بلغت (3.677) وهي قيمة معنوية عند المستوى المذكور.
 - 3- ان القضاء على الهدر يؤثر بمقدار (0.271) في جودة الخدمة التعليمية اذا تغير بمقدار وحدة واحدة. علماً ان هذا التأثير معنوي عند مستوى (1%) لان قيمة (t) المحسوبة بلغت (3.778) وهي قيمة معنوية عند المستوى المذكور.
 - 4- بلغت قيمة (F) المحسوبة لانموذج الانحدار (88.3) وهي قيمة معنوية عند مستوى (1%).
 - 5- بلغت قيمة معامل التحديد (R²) (0.662) وهذا يعني ان انموذج الانحدار الثاني يفسر ما نسبته (66.2%) من التغيرات التي تحدث في جودة الخدمة التعليمية ، اما النسبة المتبقية البالغة (33.8%) فتعود لمساهمة عوامل أخرى غير داخلية في الانموذج.

ومما تقدم يستدل الباحثين بقبول فرضية الرئيسية الثانية القائلة بـ (تؤثر ابعاد الادارة الرشيقية في جودة الخدمة التعليمية) .

المبحث الرابع 8. الاستنتاجات والتوصيات

8.1 الاستنتاجات:

- 1- اظهر النموذج الذي تم بموجبه قياس جودة الخدمة التعليمية، انه من افضل النماذج التي تعتمد لقياس جودة اداء الجامعات في العراق .
- 2- تعتمد الكلية عينة البحث على تجديد مناهجها وطرقها العلمية و البحثية ، لكي يكون لديها قاعدة علمية متفوقة في اوصول رسالتها الى الزبائن، عن طريق ادخال ادوات تساعد الطلبة على البحث العلمي الرصين .
- 3- تهتم الكلية عينة البحث بأعداد منهج يساعد على اعتماد مبادئ الادارة الرشيقة بشكل ملائم والذي يعزز من جودة خدماتها بالمستقبل ، اذ تم الاستدلال على هذا بوجود علاقة ارتباط ذات دلالة معنوية بين الادارة الرشيقة بأبعاده وجودة الخدمة التعليمية بأبعاده.
- 4- تنفيذ الادارة الرشيقة في البيئة العراقية على وجه الخصوص ما تزال بعيدة عن ما يحصل من تطور في البيئة العالمية والعربية وبحاجة إلى المزيد من البحث، فضلا عن ، كونها تحتاج الى أساليب وطرق تسهل من عملية تطبيقها.
- 5- من مؤشرات البحث النظرية تبين أن التنفيذ الناجح لمنهجية الادارة الرشيقة يتطلب من المنظمات تهيئة مستلزمات ضرورية وملائمة تسهل من عملية تطبيقها بالشكل الصحيح .
- 6- لا يوجد اجماع لدى الباحثين حول مفهوم الإدارة الرشيقة، اذ تنوعت المفاهيم بتنوع التخصصات التي تستند اليه الدراسات (انتاج ، جودة ، تسويق) .
- 7- تهتم الكلية عينة البحث وبشكل متزايد بتعزيز جودة خدماتها التعليمية، وكذلك العمل على تحقيق حاجات ورغبات زبائنها (الطلبة)، والتي تؤدي الى الوصول لأهدافها المنشودة

8.2 التوصيات:

- 1- ينبغي على الكلية عينة البحث زيادة تركيزها في الاستمرار باعتماد منهج الادارة الرشيقة وبشكل علمي دقيق، لكي تكون منطلقاً لتحقيق مستوى عالي من تلبية رغبات الزبائن ، اذ من الضروري ان تكون واضحة وتحقق التطلعات المتزايدة و المستقبلية للكلية ، ويتم ذلك عن طري ق:
- 2- ان تقوم عمادة الكلية بدعم الاستمرار في تبني منهج الادارة الرشيقة وبشكل علمي رصين ..
- 3- إقامة الدورات والندوات والورش العلمية لتعزيز مدارك اساتذتها وطلبتها بأهمية منهج الادارة الرشيقة وتأثيراتها على مستوى خدماتها التعليمية .
- 4- تقديم الدعم الفني والمعنوي والمالي لزيادة مستويات البحث والتطوير في الكلية، لغرض مواكبة التطور الحاصل في قطاع التعليم العالي العالمي ، لكي تكون الكلية قادرة على تلبية حاجات السوق المحلية ومواجهة المنافسة الخارجية وتقديم الجودة المطلوبة .
- 5- تحسين جودة الخدمة التعليمية من حيث رضا الزبائن (الطلبة) كونها تؤثر بصورة رئيسية على سمعة الكلية . ويمكن ذلك من خلال:
- أ- إعطاء المجال للأساتذة والطلبة من اجل بيان آرائهم عن طريق تخصيص قنوات اتصال مباشرة مع العمادة.
- ب- تنظيم وتصنيف الاساتذة والطلبة في قاعدة بيانات محوسبة لقياس مستوى رضاهم وقناعتهم عن ما تقدمه الكلية من خدمات تدعم العملية التعليمية .

- 1- قداري، سليمان، باسيدي، أحمد، قويدري & عبد الرحمان/مؤطر. (2021). دور الابتكار التكنولوجي في تحقيق الميزة التنافسية لدى المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، (Doctoral dissertation, جامعة احمد دراية-ادرار.
- 2- شراهي بهمن ياسبلاغي . بيكي ، فاطمه هواسب & بور موسوي سعيد.(2010). قياس جودة الخدمات التعليمية المقدمة لطلبة جامعة أراك . مجلة التعليم والتقييم العلمي والبحث العلمي ، اراك ايران
- 3- صلاح الدين ، نسرين صالح محمد . (2022) . دور الرشاقة التنظيمية كمتغير وسيط في العلاقة بين براعة الجامعة وسمعتها التنظيمية: دراسة تطبيقية على جامعة السلطان قابوس .مجلة كلية التربية -جامعة الإسكندرية .
- 4- Adams, D. (1993). Defining educational quality. *Improving Educational Quality Project Publication, 1*.
- 5- Alvarez Tay, R. C. (2021). Evaluación del nivel de satisfacción del servicio educativo de los estudiantes en las universidades públicas socias que integran la Alianza Estratégica de la Universidad Peruana que implementaron el mecanismo de licenciamiento institucional.
- 6- Agyabeng-Mensah, Y., Ahenkorah, E., Afum, E., & Owusu, D. (2020). The influence of lean management and environmental practices on relative competitive quality advantage and performance. *Journal of Manufacturing Technology Management*
- 7- Aghamolaei, T., & Zare, S. (2008). Quality gap of educational services in viewpoints of students in Hormozgan University of medical sciences. *BMC medical education, 8*(1), 1-6.
- 8- Alamgir, M., & Shamsuddoha, M. (2004). Service quality dimensions: A conceptual analysis. *The Chittagong University Journal of Business Administration, 19*.
- 9- Angelopoulos, M., Kontakou, C., & Pollalis, Y. (2019). Digital Transformation and Lean Management. Challenges in the Energy Industry of Utilities. A Review.
- 10- Ashford, N. A., & Heaton Jr, G. R. (1983). Regulation and technological innovation in the chemical industry. *Law & Contemp. Probs., 46*, 109.
- 11- Abdullah, F. (2006). Measuring service quality in higher education: HEDPERF versus SERVPERF. *Marketing Intelligence & Planning*.
- 12 - Baharuddin, S. H., Hamid, A., Mutalib, A. A., & Dalle, J. (2022). 11. Dilemma Between Applying Coherent Principle and Signaling Principles In Interactive Learning Media. *Artikel Akademis, 129*.
- 13- Bibili, K. (2017). An Assessment of Service Quality Dimensions on Customer Loyalty: A Case Study of Tanzania Port Authority (Doctoral dissertation, The Open University of Tanzania).
- 14- Caruana, A., Money, A. H., & Berthon, P. R. (2000). Service quality and satisfaction—the moderating role of value. *European Journal of marketing*
- 15- Chen, J. (2016). Sourcing for Quality: Cooperating with a Single Supplier or Developing Two Competing Suppliers?. *Mathematical Problems in Engineering, 2016*.
- 16- Costantino, N., & Pellegrino, R. (2010). Choosing between single and multiple sourcing based on supplier default risk: A real options approach. *Journal of Purchasing and Supply Management, 16*(1), 27-40.
- 17- CHAIM, D. F., MARTINELLI, C. R., & DE AZEVEDO, M. M. (2012). Educação superior tecnológica: diagnóstico da qualidade por meio da escala HEDPERF. In *Anais do VII WORKSHOP Pós-Graduação e Pesquisa do Centro Paula Souza, Guaratinguetá, São Paulo, Brasil*.
- 18- Chagas, L. R. (2010). Mapeamento da percepção dos alunos de uma escola de idiomas: uma adaptação ao modelo HEDPERF.
- 19- Dekier, Ł. (2012). The origins and evolution of Lean Management system. *Journal of International Studies, 5*(1), 46-51.

- 20- Fernandes, F. M. V. (2016). Análise da percepção da imagem das casas de cultura estrangeira da UFC por meio da correlação entre o grau de expectativa e satisfação de seus alunos.
- 21- Fahim, M. G. A. (2019). The Relationship between Service Quality Dimensions And Customer Satisfaction in Public Service Organizations With Application to EgyptAir. , 39(1), 229-259
- 22- Fortes, V. C., Correia, M. R., Barros Filho, A. C., & dos Santos, R. B. C. (2011, August). Avaliação da qualidade no Ensino Superior: aplicação do modelo HedPerf em uma IES Privada. In CONGRESSO NACIONAL DE excelência em gestão (Vol. 7).
- 23- Gioia, D. A., Schultz, M., & Corley, K. G. (2000). Organizational identity, image, and adaptive instability. *Academy of management Review*, 25(1), 63-81.
- 24- Hamilton, J. A., Crompton, J. L., & More, T. A. (1991). Identifying the dimensions of service quality in a park context. *Journal of Environmental management*, 32(3), 211-220.
- 25- Ighomereho, S. O., Ojo, A. A., Omoyele, S. O., & Olabode, S. O. (2022). From Service Quality to E-Service Quality: Measurement, Dimensions and Model. *arXiv preprint arXiv:2205.00055*.
- 26- Janczyk-Strzała, E. (2014). Governance Structure of Non-Public Higher Education Institutions (HEIs) in Poland. *International Journal of Business and Social Science*, 5(12).
- 27- Kriswandani, H. P. (2016). Analisis Kualitas Layanan Pendidikan Tinggi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa dengan Menggunakan Instrument HEDPERF Studi Kasus: Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Islam Indonesia.
- 28- keramat Hosseini, S. (2012). Designing a model for measuring the quality of educational services of universities and evaluating the quality of educational services of master of art fields in Tarbiat Moallem University in Iran by using a designed model. *Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology*, 4(21), 4325-4332.
- 29- Lieberman, M. B., & Demeester, L. (1999). Inventory reduction and productivity growth: Linkages in the Japanese automotive industry. *Management science*, 45(4), 466-485.
- 30- Mohamed, A. (2016). Employee perspective on lean implementation-a qualitative study in a Finnish pension insurance company (Master's) thesis.
- 31- Mohamed, S. G. (2020). Lean Management and Management Accounting System: An Actor-Network Conceptualisation (Doctoral dissertation, University of Leicester).
- 32- Mohammad , Shibbir . Ahmad, Shibbir . Iqbal ,Mohammad and Alauddin, Md .(2015). Inventory Reduction by Applying Inventory Management Tools of a Selected Tannery Factory. *Journal of Business and Economics*, Volume 6, No. 1, pp. 204-210 .
- 33- Mossman, A. (2009). Creating value: a sufficient way to eliminate waste in lean design and lean production. *Lean Construction Journal*
- 34- Obiekwe, O., Zeb-Obipi, I., & Ejo-Orusa, H. (2019). Employee involvement in organizations: benefits, challenges and implications. *Management and Human Resource Research Journal*, 8(8), 1-11
- 35- Pires, S. M. B. G. (2012). Lean management in healthcare enterprise project: Beatriz Ângelo Hospital's Cardiology Department (Doctoral dissertation).
- 36- Pakurár, M., Haddad, H., Nagy, J., Popp, J., & Oláh, J. (2019). The service quality dimensions that affect customer satisfaction in the Jordanian banking sector. *Sustainability*, 11(4), 1113.
- 37- Rasanen, T. (2017). Lean Management metalliteollisuudessa. opinnäytetyö - ylempi ammattikorkeakoulututkinto , Savonia-ammattikorkeakoulu .
- 38- Roszell, S. S. (2013). *Measuring lean management penetration on the hospital nursing frontline: instrument development* (Doctoral dissertation, The University of North Carolina at Chapel Hill).
- 39- Ramseook Munhurrun, P., Naidoo, P., & Lukea-Bhiwajee, S. D. (2010). Measuring service quality: Perceptions of employees. *Global journal of business research*, 4(1), 47-58.

- 40- Rognlien, U. K. (2007). " *Towards a Better Patient Care*": how does the coordination of the use of resources within an out-patient and day treatment department at the National University Hospital work? (Master's thesis).
- 41- Sanders, A., K Subramanian, K. R., Redlich, T., & Wulfsberg, J. P. (2017, September). Industry 4.0 and lean management—synergy or contradiction?. In IFIP international conference on advances in production management systems (pp. 341-349). Springer, Cham.
- 42- Schwarz, Adam (2020). lean management of selected parts of the production system . thesis master's thesis , faculty of mechanical engineering , Brno university of technology , Czech .
- 43- Seth, D., & Gupta, V. (2005). Application of value stream mapping for lean operations and cycle time reduction: an Indian case study. *Production Planning & Control*, 16(1), 44-59.
- 44- Seyedaskari , Seyed Mostafa. Shafa ,Mohammad Ali. Iranmanesh ,Farhad. Beyzadeh , Amin . Mohammadpour , Mehboobe . (2015), Evaluation of the quality of educational services for assistants in the teaching hospitals of the University of Medical Sciences Kerman based on the SERVQUAL model . *Journal of the Center for Studies and Development of Medical Education* , 12th period, special issue number 1 .
- 45- Silva, M. H. V. D. (2011). Lean Management numa linha de produção de pegadeiras na IETA- Indústria de Estofos e Transformação de Automóveis .
- 46- Sh, T., Sadeghifar, J., Hamouzadeh, P., Afshari, S., Foruzanfar, F., & SM, T. S. (2011). Quality of educational services from the viewpoints of students SERVQUAL model. *Education Strategies in Medical Sciences*, 4(1), 21-26.
- 47- Soderbärg, K. (2021). Industry 4.0 to enhance lean resource efficiency. examensarbete inom industriell ekonomi, avancerad nivå, 30 HP Stockholm, Sverige
- 48- Srimannarayana, M. (2011). Measuring training & development. *Indian Journal of Industrial Relations*, 117-125.
- 49- Stevenson , William J.(2018). *Operations Management* , book is, thirteenth edition , Rochester Institute of Technology , New York , United States .

توظيف بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة في قياس الاداء الاستراتيجي المستدام
Employing the sustainable balanced scorecard in measuring
sustainable strategic performance

دراسة تطبيقية في مجموعة من الشركات الصناعية المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية للفترة من
(٢٠١٩-٢٠٢٠)

م.م. آلاء سالم مهدي السعدي

Alaa Salim Mahdi Al-Saadi

كلية الادارة والاقتصاد، جامعة وارث الانبياء، كربلاء، العراق

University of Warith Alanbiyaa

alaa_al_saadi@g.uowa.edu.iq

م.م. أحمد ناصر عباس الدعي

Ahmed Naser Abbas Aldaimi

كلية الادارة والاقتصاد، جامعة كربلاء، كربلاء، العراق

University of Karbala

ahmed.naser@uokerbala.edu.iq

م.م. علي رزوقي عبود

Ali Rzooqi Abood

مديرية تربية بابل، بابل، العراق

Directorate of Education, Babylon

alirzooqiabood1988@gmail.com

المستخلص: يهدف البحث الى إبراز دور بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة كأحدى ادوات المحاسبة الادارية الاستراتيجية في تقييم الأداء الاستراتيجي المستدام للوحدات الاقتصادية وذلك لشمولها على المؤشرات المالية وغير المالية بالإضافة لمؤشرات الاستدامة وبالنتيجة فإنها تستوعب جميع جوانب الاداء الاستراتيجي للوحدات الاقتصادية. ولغرض تحقيق هدف البحث تم صياغة فرضية رئيسية مفادها ان استخدام بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة في تقييم الاداء الاستراتيجي المستدام للوحدات الاقتصادية تعزز من قيمة الوحدة الاقتصادية و تقويم الاداء الاستراتيجي المستدام للوحدات الاقتصادية بشكل أكثر فعالية وذلك لشمولها على المقاييس المالية وغير المالية ومؤشرات الاستدامة التي تغطي جميع جوانب الوحدات الاقتصادية. وفي نهاية البحث توصل الباحثون الى مجموعة من النتائج أهمها ان تقنية بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة احدى اهم التقنيات الحديثة للمحاسبة الادارية الاستراتيجية التي ثبت تفوقها على الأسلوب التقليدي لتقويم الاداء بسبب تغطيتها لمساحة واسعة من الاداء الاستراتيجي، إذ انها تشمل على المقاييس المالية وغير المالية بالإضافة الى المقاييس المرتبطة بالاستدامة. كما يوصي الباحثون بضرورة توفر معايير او مقاييس مستهدفة تساعد في تطبيق تقنية بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة في الشركات الصناعية العراقية وبالشكل الذي يساهم في اعطاء صورة واضحة وشاملة عن الاداء الاستراتيجي المستدام لتلك الشركات.

الكلمات المفتاحية: الاداء الاستراتيجي المستدام، بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة.

Abstract: The research aims to highlight the role of the sustainable balanced scorecard as one of the strategic management accounting tools in evaluating the sustainable strategic performance of economic units, due to its inclusion on financial and non-financial indicators in addition to sustainability indicators. As a result, it absorbs all aspects of the strategic performance of economic units. For the purpose of achieving the goal of the research, a main hypothesis was formulated that the use of the sustainable balanced score card in evaluating the sustainable strategic performance of economic units enhances the value of the economic unit and evaluates the sustainable strategic performance of economic units more effectively so as to include it on financial and non-financial measures and sustainability indicators that cover all aspects of economic units. At the end of the research, the researchers reached a set of results, the most important of which is that the sustainable balanced scorecard technique is one of the most important modern techniques for strategic management accounting, which has proven its superiority over the traditional method of performance evaluation because it covers a wide area of strategic performance as it includes financial and non-financial measures in addition to the associated measures. with sustainability. The researchers also recommend the necessity of providing targeted criteria or standards that help in applying the sustainable balanced scorecard technology in the Iraqi industrial companies in a way that contributes to giving a clear and comprehensive picture of the sustainable strategic performance of these companies.

Key words: Sustainable strategic performance, sustainable balanced scorecard.

1- المقدمة Introduction :

في ضوء عصر العولمة واشتداد حالة التنافس الكبيرة بين الوحدات الاقتصادية لأبد من وجود أداة تستخدم في تقييم أداء الوحدات الاقتصادية بما يعزز من الموضع التنافسي للوحدة الاقتصادية و يجعلها في موقع ريادي، وهناك عدد كبير من أدوات تقييم الأداء لكن أغلبها يعاني من بعض أوجه القصور، إذ أن بعضها يركز على الجوانب المالية غافلاً للجوانب غير المالية في الوحدة، أو يغفل جوانب التنمية المستدامة التي باتت تحتل موقعا متميزا في بيئة الأعمال المعاصرة. فمن التقنيات المهمة التي تأخذ بعين الاعتبار الاستراتيجية التنافسية للوحدات الاقتصادية هي تقنية بطاقة العلامات المتوازنة التي تم تطويرها لتستوعب جوانب ومؤشرات الاستدامة لنتج لنا تقنية بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة كونها تعكس أداء الوحدات الاقتصادية ومدى تطبيقها للاستراتيجية المرسومة فضلا عن استدامتها، إذ أن قيام الوحدات الاقتصادية بالإفصاح عن جوانب الاستدامة يعزز من سمعتها في المجتمع ويدعم انشطتها الاقتصادية، وبالنتيجة فهي تراعي جميع المؤشرات المالية و غير المالية بالإضافة لمؤشرات الاستدامة. أن بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة تعد تقنية من بين اهم التقنيات الحديثة للحاسبة الادارية الاستراتيجية التي ثبت تفوقها على المدخل التقليدي لتقويم الاداء بسبب تغطيتها لمساحة واسعة للأداء الاستراتيجي والتي لا تشمل على المقاييس المالية فحسب كما هو مطبق في المدخل التقليدي وانما تعدته لتشمل المقاييس غير المالية أيضا والتي تهتم في العمليات الداخلية للوحدة الاقتصادية، وفي العلاقة مع الزبون، والنمو الابتكار في مجال تقديم المنتجات والخدمات. بالإضافة لمقاييس تتعلق بالاستدامة في جوانب البيئية والاجتماعية.

ومن هنا جاء هذا البحث لتوضيح دور تقنية بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة في عملية تقويم الاداء الاستراتيجي المستدام لمجموعة من شركات القطاع الصناعي المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية.

2- المبحث الأول: دراسات سابقة ومنهجية البحث

2-1 دراسات سابقة

تمهيد: تمثل الدراسات السابقة نقطة الانطلاق لكل باحث وحجر الأساس الذي يستند عليه في فهم جوانب البحث الذي يروم الخوض فيه، وفهم الأفكار العامة ذات العلاقة بمتغيرات دراسته، لكي لا يبدأ من الصفر، لأن العلم سلسلة متتابعة الحلقات، وتراكم تدريجي للتطورات والخبرات. ومن هنا ولتسليط الضوء على ما ورد في الأدبيات والدراسات المحاسبية المرتبطة بموضوع الدراسة الحالية يستحسن بنا الاطلاع على تلك الدراسات بهدف الاستفادة منها في اعداد البحث الحالي و معرفة موقع هذا البحث من بين تلك الابحاث والدراسات السابقة. وسيتم عرض تلك الدراسات حسب تسلسلها الزمني، و كما يلي:

1-1-2 دراسة (Kalender and Vayvay, 2016) بعنوان (The Fifth Pillar of the Balanced Scorecard: Sustainability):

تهدف هذه الدراسة الى النظر الى قضية الاستدامة باعتبارها ركيزة خامسة لبطاقة الاداء المتوازن التي تجمع بين القضايا المالية وغير المالية في نظام شامل لإدارة الاداء. وبالنتيجة يمكن اعتبارها بمثابة الجسر لتنفيذ استراتيجية الاستدامة وربط اهداف الاستدامة المؤسسية بالإجراءات ونتائج الاداء.

ناقش البحث كيفية مساهمة هذه الابعاد غير الملموسة في استراتيجيات الاستدامة. إذ يعد دمج الجوانب البيئية والاجتماعية مع الادارة الاساسية للشركات جزء مهم من حياة الاعمال اليوم، وتوفر بطاقة الاداء المتوازن المستدامة امكانيه عالية لحل هذه المشكله. من ناحية اخرى ليس من السهل عمليا تنفيذ بطاقة الاداء المتوازن المستدام كما هو موضح على الرغم من ان هذا يمكن اعتباره خطوة كبيرة للإدارة البيئية والاجتماعية.

2-1-2 دراسة (Lu, et al., 2018) بعنوان (A hybrid MCDM and sustainability-balanced scorecard model to establish sustainable performance evaluation for international airports):

اجريت هذه الدراسة بالاستفادة من بيانات ثلاثة مطارات دولية في تايوان من خلال مسح آراء عدد من المتخصصين و تبحث في مشكلة استدامة المطارات. وتوصي بنهج مقترح جديد لتقدير و اختيار معايير الاداء المستدام باستخدام نهج SBSC الذي يمثل المدخل الوحيد لتقييم اداء المطارات في تايوان. إذ تم ابتكار مدخل هجين لمعالجة علاقات الاعتماد المتبادل و انتاج اطار هرمي بين وجهات نظر ومعايير SBSC وبالنتيجة اذا كانت صناعات المطارات ترغب في الاستفادة من المزيد من النماذج العلمية مثل عروض هذا المدخل يجب تصميم التطبيقات الاقليمية لتحسين القدرة التنافسية في السوق الموضوعية.

إذ تضع هذه الدراسة نموذج قرار جديد يعتمد على SBSC لتعزيز مستوى التنمية المستدامة. ويهدف هذا المدخل الى دمج تقييم اداء التنمية المستدامة باستخدام المعلومات النوعية والكمية في بطاقه قياس الاداء المتوازنة. إذ تم استخدام نموذج اتخاذ القرار متعدد المعايير لأول مره لتقدير التأثيرات الرئيسية لأداء المطارات الدولية في ما يتعلق بالاستدامة وتم تطبيقها على ثلاثة مطارات دوليه في تايوان كدراسة حالة. وتشير النتائج الى ان صورة المطار هي العامل الاكثر اهمية في تقييم الاداء وان المنظور الاجتماعي له اعلى درجة من التأثير الصافي. وان اكبر نقطة ترجيحية عندك اختبار الميزة التنافسية التي تطمح بها المطارات تتمثل في النقل العام وشفافية التمويل.

3-1-2 دراسة (Junior, et al., 2018) بعنوان (Sustainability evaluation model for manufacturing systems based on the correlation between triple bottom line dimensions and balanced scorecard perspectives):

تضمنت هذه الدراسة تطوير نموذج مفاهيمي لربط الاستدامة والأداء في نظام التصنيع ، مع الأخذ في الاعتبار جميع الارتباطات بين أبعاد مفهوم خط الأساس الثلاثي TBL ومناظير بطاقة العلامات المتوازنة BSC. تسمح هذه الارتباطات الـ 12 للمؤسسات بتقييم مستوى الالتزام بكل متطلب لتحقيق التكامل الكامل بين الاستدامة وأداء نظام التصنيع ، مع كون هذا هو الفارق الرئيسي للنموذج المقترح عن النماذج

الموجودة مسبقاً. وبالنتيجة تهدف هذه الدراسة الى اقتراح نموذج تقييم الاستدامة بناءً على مصفوفة الارتباط بين أبعاد مفهوم خط الاساس الثلاثي TBL ومناظير بطاقة العلامات المتوازنة BSC (التعلم والنمو ، والعملية ، والسوق ، والمالية). تم تطبيق النموذج المقترح على مصنع برازيلي في سوق الأغذية والمشروبات ، من خلال الزيارات والمقابلات. ومن النتائج التي ظهرت من تطبيق هذا النموذج أن الارتباطات الـ 12 لمصفوفة TBL X BSC تسمح بإجراء تقييم شامل ومفصل لنظام التصنيع ، لأنه يتضمن أبعاد TBL ومناظير BSC ، ويتيح تحديد المؤشرات لكل ارتباط. يمكن أن يكون النموذج مفيداً أيضاً في تحديد مؤشرات الأداء لنماذج تقييم الاستدامة ويمكن تكامله مع طرق اتخاذ القرار متعددة المعايير لتحسين الاستدامة والأداء التنظيمي. ومن التوصيات التي قدمتها الدراسة هو استخدام هذا النموذج لتحديد المؤشرات المرتبطة بـ 12 ارتباطاً لمصفوفة TBL ، ودمج هذه المؤشرات في طريقة القرارات المتعددة المعايير لتحسين الاستدامة والأداء التنظيمي.

4-1-2 دراسة (Sarraf, and Nejad, 2019) بعنوان (Improving performance evaluation based on balanced scorecard with grey relational analysis and data envelopment analysis approaches: Case study in (water and wastewater companies):

يمثل هذا البحث دراسة حالة على 35 شركة مياه ومياه صرف صحي بلدي في إيران لعام 2017. وذلك باستخدام التحليل العلائق الرمادي (GRA) الذي هو احد الاساليب المتعددة لاتخاذ القرار. وكذلك باستخدام تحليل تطويق البيانات (DEA) لحساب الكفاءة بناءً على معايير بطاقه الاداء المتوازن كأدوات لقياس الاداء.

واظهرت نتائج الدراسة ان التحليل العلائق الرمادي هو طريقة أكثر دقة من طريقة تحليل تطويق البيانات لقياس أداء شركات المياه والصرف الصحي، وذلك لان الاخير توجد عليه عده قيود منها: أنه يفضل ان يتجاوز عدد وحدات اتخاذ القرار بمرتين او ثلاثة مرات عدد المدخلات والمخرجات . بينما GRA لا تضع افتراضات حول عدد المؤشرات. وكذلك تُصنّف DEA وحدات اتخاذ القرار الى وحدات فعالة وغير فعالة فقط. بينما استخدام GRA يمكن من الحصول على رتبة كاملة من وحدات اتخاذ القرار وتقديم تمييز افضل بينها. علاوة على ذلك فان GRA قادر على تحديد درجة كل منظور لبطاقة الاداء المتوازن بشكل منفصل.

ومن التوصيات التي جاءت بها الدراسة هو وجوب إنشاء إدارة وطنية للمياه توفر الأطر التنظيمية والسياسات العامة في إدارة موارد المياه. ومن الأهمية بمكان تحقيق الكفاءة الاقتصادية (أسعار المياه) والبيئية (خسائر المياه) والاجتماعية (مياه الشرب ومعالجة مياه الصرف الصحي) من خلال الإدارة الجيدة للمياه. في الواقع ، تدمج إدارة المياه الإدارة المستدامة لمراد وخدمات المياه في التنمية الاجتماعية والاقتصادية من ناحية ؛ وإشراك أصحاب المصلحة للمساهمة بطريقة مجدية لتصميم سياسة المياه من ناحية أخرى. وهذا من شأنه تعزيز الشفافية والمساءلة في هذه الصناعة. مع تنفيذ جميع القضايا المذكورة أعلاه بشكل فعال ، يمكن اتخاذ خطوة مهمة نحو أهداف التنمية المستدامة.

5-1-2 دراسة (Tsai, et al., 2019) بعنوان (A performance assessment approach for integrated solid waste management using a sustainable balanced scorecard approach):

تهدف هذه الدراسة إلى استكشاف العلاقات الهرمية للإدارة المتكاملة للنفايات الصلبة باستخدام مدخل بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة. ان التحليل المقترح باستخدام طريقة دلفي الضبابية لاستبعاد السمات غير الصالحة ، والنمذجة الهيكلية التفسيرية لترتيب السمات في نموذج هرمي واسع النطاق ، واستخدام تجربة اتخاذ قرار ضبابي ومختبر تقييم لفحص العلاقات السببية بين السمات.

تستند هذه الدراسة إلى بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة SBSC وتحقق في كيفية هيكلية الأطر الهرمية والعلاقات المتبادلة في ظل عدم اليقين ، والتي لم يتم استكشافها بعد في سياق مدخل الإدارة المتكاملة للنفايات الصلبة ISWM. المعرفة المكتسبة من هذه الدراسة لا تكمل فقط المعلومات الموجودة لتنفيذ SBSC ولكنها تدعم أيضاً جهود الاستدامة التشغيلية لتحقيق ISWM المستدامة.

تقيس هذه الدراسة خمسة جوانب و أربعة وعشرون معياراً. أظهرت النتائج أن الاستثمار المالي ومشاركة أصحاب المصلحة والقدرة على الابتكار هي جوانب سببية حاسمة ترتبط فيها مشاركة أصحاب المصلحة والقدرة على الابتكار. يتم تحديد كفاءة التكلفة ، وتعاون أصحاب المصلحة ، والمرونة / القدرة على التكيف مع التغيرات البيئية ، وتوافر المهارات التقنية المحلية ، واكتساب المعرفة وتقنيات الاتصال على أنها معايير الارتباط التي تقدم أعلى قوى القيادة والاعتماد لمساعدة صانعي القرار على تحقيق أداء تشغيلي أفضل.

6-1-2 دراسة (Guix & Font, 2020) بعنوان (The Materiality Balanced Scorecard: A framework for stakeholder-led integration of sustainable hospitality management and reporting):

تطور هذه الدراسة بطاقة الأداء المتوازن النسبية (MBSC)، وهي إطار متكامل يربط بين بطاقة الأداء المتوازن، وبطاقة قياس الأداء المتوازن للاستدامة، ومبادئ معيار إشراك أصحاب المصلحة AA1000SES، أي الشمولية والأهمية النسبية والاستجابة لمساعدة المنظمة على الاستجابة لتوقعات أصحاب المصلحة، إذ تم اختبار إطار العمل بالبيانات التي أبلغت عنها عشرون مجموعة فنادق من أكبر مجموعات الفنادق في العالم ، وقد توصلت هذه الدراسة الى استنتاج مفاده: أن تقارير الاستدامة الحالية تفتقر إلى سلاسل السبب والنتيجة الهرمية والأدلة القوية على التأثير على مستوى النظام. ومن التوصيات التي قدمتها هي: بأن منظمات الضيافة يمكنها تحسين ضوابط إدارتها من خلال معالجة الجودة والشفافية والاتساق في استجابتها للاستدامة ، وبالنتيجة الاستجابة لتحديات التنمية المستدامة دون تقويض جدواها التنظيمية.

7-1-2 دراسة (Mio., et al., 2021) بعنوان (Performance measurement tools for sustainable business: A systematic literature review on the sustainability balanced scorecard use):

اجريت هذه الدراسة من خلال مراجعة منهجية للأدبيات مع الأخذ في الاعتبار 65 مقالة منشورة في مجلات مصنفة حسب ABS في الفترة 2000-2020، وتهدف إلى تنظيم المعرفة في مرحلة من مراحل هيكلية تقنية بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة وهي مرحلة الاستخدام، إذ ان هيكلية البحث حول SBSC يمر بعدة مراحل هي: التصميم والتنفيذ والاستخدام والتطور. على وجه التحديد ، تتناول هذه الدراسة المحددات

التي تؤثر على استخدام SBSC ، والمداخل التي تستخدمها الشركات في تطبيق SBSC والنتائج التي تولدها من إذ التأثيرات على ادارة الاستدامة وراقبتها. ومن اهم استنتاجات الدراسة هو ان استخدام SBSC يميل بشكل أساسي إلى أن يُنظر إليه على أنه جزء من عملية أوسع تبدأ بمبادرات واستراتيجيات الاستدامة التي تؤدي إلى استخدام SBSC لدمج الاستدامة في استراتيجية الشركة الشاملة وزيادة أداء الاستدامة. إلى جانب ذلك ، كشفت الدراسات السابقة أن SBSC هي أداة يمكن تطبيقها ليس فقط على الأعمال التجارية بشكل عام ولكن يمكن تخصيصها لوحدات الأعمال أيضاً.

8-1-2 دراسة (Li, 2021) بعنوان (Evaluation of Backfill Operation Models Using SBSC and IFAHP) (Approach):

تهدف هذه الدراسة إنشاء الإطار المفاهيمي لتقييم عملية الردم. بالإضافة لمحاولتها اعتماد طرق تقنية صنع القرار متعدد المعايير MCDM الهجينة التي تكامل بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة SBSC مع عملية التسلسل الهرمي التحليلي الضبابي الحدسي IFAHP لاتخاذ القرار الأمثل والمناسب لصناعات ردم المناجم. إذ تقترح هذه الدراسة نموذج مشترك من نموذج الادارة الذاتية ونموذج الاستعانة بمصادر خارجية؛ عن طريق تكاملها بدلا من استخدام كل نموذج على حدة. ومن أجل تقييم نماذج التشغيل الثلاثة ، تطرح الدراسة الإطار الهرمي ونظام التقييم لتقييم أعمال الردم ، ويتم استخدام طريقة IFAHP لتقدير النموذج الأمثل.

اما اهم النتائج التي توصلت لها الدراسة: هناك إدارة ذاتية والاستعانة بمصادر خارجية تستخدم بشكل عام كنماذج لعمليات الردم في جميع أنحاء العالم ، ومزاياها غير كافية من منظور الإستراتيجية والاستدامة. تكمن حداثة هذه الدراسة في اقتراح نماذج مشتركة واستكشاف تفوقها في إدارة ردم المناجم. إذ من خلال مقارنة وتقييم النماذج بما في ذلك النموذج المشترك من الإدارة الذاتية ، والاستعانة بمصادر خارجية ، تظهر النتائج أن نموذج التكامل يحصل على أعلى درجة ، يليه نموذج الاستعانة بمصادر خارجية ، وأخيرا هو نموذج الإدارة الذاتية. وبالتالي ، يعتبر النموذج المشترك (المتكامل) بمثابة آلية التشغيل المثلى لردم المنجم ، يليه نموذج الاستعانة بمصادر خارجية ، وأخيرا نموذج الإدارة الذاتية الذي له مزايا قليلة مقارنة بالنماذج الأخرى.

2-2 منهجية البحث

1-2-2- أهمية البحث:

تتبع أهمية البحث من كونه يتناول أداة من الأدوات الحديثة في مجال المحاسبة الإدارية الإستراتيجية و المتمثلة ببطاقة العلامات المتوازنة المستدامة التي ثبتت أوجديتها على الأدوات التقليدية فيما يخص تقويم الأداء الاستراتيجي المستدام للوحدات الاقتصادية، إذ إقتصرت الأدوات التقليدية على المقاييس المالية فقط في حين إن بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة إشتملت على المقاييس المالية و غير المالية على حدٍ سواء، بالإضافة لمؤشرات الاستدامة، إذ تتمثل تلك المقاييس بالمنظورات الخمسة المتمثلة ب:

- 1- منظور الأداء المالي.
- 2- منظور العلاقات مع الزبائن.
- 3- منظور العمليات الداخلية.
- 4- منظور الابتكار والتعلم.
- 5- منظور الاستدامة ويشمل على جانبين هما: الجانب الاجتماعي والجانب البيئي.

لذلك تناول الباحثون في هذا البحث هذه الأداة في مجال تقويم الأداء الاستراتيجي المستدام للمؤسسات متتولين مجموعة من الشركات الصناعية المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية.

2-2-2- هدف البحث:

يهدف البحث إلى إبراز دور وسيلة بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة كإحدى الوسائل والأدوات الحديثة في المحاسبة الادارية الاستراتيجية في تقويم الاداء الاستراتيجي المستدام للمؤسسات عن طريق إستخدامها للمقاييس المالية و غير المالية بالإضافة للمقاييس المتعلقة بالاستدامة التي بمجموعها تعطي صورة كاملة عن الأداء الاستراتيجي المستدام للوحدات الاقتصادية.

2-2-3- مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث في إن التغيرات التي تتعرض لها بيئة الأعمال بفعل تطور وسائل النقل والاتصال وبروز العولمة بأبهي صورها التي جعلت من العالم قرية صغيرة مما أدى إلى توسع حجم الشركات والمؤسسات وبالنتيجة فإن كل هذه التغيرات جعل من إستخدام الإسلوب التقليدي في تقويم الأداء الاستراتيجي للشركات إسلوباً قاصراً وذلك لإعتماده على المقاييس المالية فقط وبالنتيجة عدم إعطائه صورة واضحة عن أداء الشركات مما حدى بإستخدام وسائل وأدوات حديثة لتقويم الأداء الاستراتيجي المستدام ومن هنا جاء إستخدام بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة كأداة لتقويم الأداء المستدام للوحدات الاقتصادية لإشتماله على المقاييس المالية و غير المالية بالإضافة للمقاييس المتعلقة بالاستدامة لتقويم الأداء الاستراتيجي المستدام.

وعليه يمكن صياغة مشكلة البحث بالتساؤل الآتي:

هل يمكن دمج مؤشرات الاستدامة المتمثلة بالجوانب البيئية والاجتماعية ضمن المناظير التقليدية لبطاقة العلامات المتوازنة لتنتج لنا أداة لتقويم الأداء الاستراتيجي المستدام للوحدات الاقتصادية وبما يعرف بتقنية بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة؟

2-2-4- فرضية البحث:

يقوم البحث على فرضية مفادها : إن إستخدام بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة في ظل التغيرات التي تشهدها بيئة الأعمال ينتج عنه تقويماً متكاملاً للأداء الاستراتيجي المستدام للوحدات الاقتصادية وذلك لإشتماله على المقاييس المالية و غير المالية إلى جانب المقاييس المرتبطة بالاستدامة التي تعطي نظرة شمولية عن الأداء الاستراتيجي المستدام للوحدات الاقتصادية.

2-2-5- مصادر جمع البيانات و المعلومات:

تتمثل مصادر البيانات والمعلومات للبحث بمصادر تخص الجانب العلمي (النظري) للبحث ومصادر تخص الجانب العملي (التطبيقي) للبحث، إذ يعتمد الجانب الأول على المنهج الإستقرائي المتمثل بالبحوث والكتب والرسائل والأطاريح الأجنبية والعربية، أما الجانب الثاني فإنه يعتمد على المنهج الاستنباطي من خلال تحليل البيانات الخاصة بمجموعة من الشركات الصناعية العراقية المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية.

2-2-6- حدود البحث:

- **الحدود الزمانية:** من أجل تحقيق أهداف البحث تم الاعتماد على بيانات مجموعة من الشركات الصناعية العراقية المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية والمتمثلة ب: الشركة العراقية للسجاد والمفروشات، شركة المنصور للصناعات الدوائية والمستلزمات الطبية ومواد التجميل والمياه المعقمة، واخيراً شركة بغداد للمشروبات الغازية للسنوات 2019 - 2020 .
- **الحدود المكانية:** تم اختيار مجموعة من الشركات الصناعية العراقية المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية لغرض اختبار فرضية البحث بالإضافة إلى توفير تلك الشركات لكافة البيانات الضرورية التي تساهم في تحقيق هدف البحث.

3 المبحث الثاني: الأطار النظري للبحث

3-1 مفهوم الأداء الاستراتيجي المستدام

يمثل الأداء الاستراتيجي النتائج التي تسعى الشركات الى تحقيقها. وقد عرفه (نايف، 2007: 88) بأنه الفعل المطلوب من الشركة ككل لتحقيق الاهداف، وعليه فإنه يمثل القاعدة والاساس لتحديد الأفكار والتصورات وفقاً للتحسينات المطلوبة أو إجراء التغييرات اللازمة لتحقيق تلك الأهداف.

أما الأداء الاستراتيجي المستدام فكما يشير (Goyal, et. al., 2013: 362) انه يركز بالدرجة الأساس على الأداء البيئي والاجتماعي والاقتصادي للتنمية المستدامة. فعملية الإبلاغ عن الاداء المستدام تبدأ من قياس الجوانب الثلاثة الرئيسية للأداء المستدام المتمثلة بالجوانب الاقتصادية والاجتماعية والبيئية (Persic, et. al., 2013: 7). فالأداء الشامل للشركة يسمى بالأداء المستدام ويتمثل بالإجراءات التي تتبعها الوحدات الاقتصادية لتحقيق الاستدامة ويشمل عناصر قياس الاداء المالي والاجتماعي والبيئي (Fauzi, et. al., 2010: 1353). وهناك نماذج عديدة لتقييم الاداء المستدام منها نموذج خط الاساس الثلاثي Triple bottom line ونموذج بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة. ويتناول المحور اللاحق النموذج الثاني لتقييم الاداء الاستراتيجي المستدام والمتمثل بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة.

3-2 مفهوم بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة

تم صياغة بطاقة العلامات المتوازنة بشكلها الأصلي من قبل كابلن ونورتون في اوائل التسعينيات من القرن العشرين وذلك للتخفيف من المشاكل الناتجة عن الاستخدام الواسع لأنظمة مراقبة النتائج المالية مثل التوجه القائم على المعاملات، والتركيز على الماضي، وعدم التطابق مع التغييرات في قيمة الشركة والمدى القصير، والتي قد يترتب عليها اتخاذ قرارات يغلب على طابعها قصر النظر. ومن هنا جاءت بطاقة العلامات المتوازنة التي تتضمن مدخلاً متعدد الأبعاد لقياس الاداء بالوقت الذي تحتفظ فيه بالتركيز على مقياس الاداء المالي التقليدية فأنها تدمج معها مقاييس من ثلاثة مناهيز اضافية تتضمن - منظور الزبون، منظور العمليات الداخلية، ومنظور التعلم والنمو- بناءً على علاقات السبب والنتيجة واعتبار تلك المناهيز محركات ودوافع خلق قيمة للمساهمين طويلة الاجل. إذ يكون المنظور الاول مالي ويتابع النتائج المالية للإجراءات المتخذة سابقاً، في حين تتكون المناهيز الثلاثة الأخرى من مؤشرات غير مالية تمكن الشركات من مراقبة التقدم في تطوير القدرات والاصول غير الملموسة اللازمة للنمو المستقبلي والاداء المالي (Mio, et al., 2021: 2).

ان بطاقة العلامات المتوازنة تمثل نظاماً مفتوحاً يشمل مصالح مختلف اصحاب المصلحة ويوازن بين الاهتمامات قصيرة وطويلة الاجل، ويهدف الى توفير المعلومات اللازمة للتغذية الأمامية (اللاحقة). بالإضافة الى معالجتها للتحسين الفرعي من خلال إجبار كبار المديرين على تقييم جميع الإجراءات المهمة معاً للتأكد من ان التحسينات في مجال معين لم يتم تحقيقها على حساب مجالات اخرى (Merchant & Van derstede, 2017).

ان مقاييس الاداء في بطاقة العلامات المتوازنة ينبغي اشتقاقها بناءً على علاقات السبب والنتيجة التي يجب افتراضها من قبل المديرين، في ضوء معتقداتهم وافتراضاتهم مع مراعاة الحالات الاستثنائية الخاصة بالوحدة الاقتصادية، إذ يجب تقديم افضل تقدير للإجراءات الاستراتيجية التي تحقق النتائج المرجوة (Bukh & Malm, 2005: 93).

أكدت مجموعة من الدراسات ان بطاقة العلامات المتوازنة قد تكون أداة مناسبة لرقابة قضايا الاستدامة وحسابها، وذلك للأسباب الآتية (Hansen & Schaltegger, 2016: 202):

- 1- العديد من القضايا البيئية والاجتماعية هي قضايا غير مالية ولكنها تُنبأ عن نفسها وعن اثارها المالية على المدى البعيد.
- 2- ان علاقات السبب والنتيجة التي ينبغي افتراضها لتطوير بطاقة العلامات المتوازنة تساعد المديرين على توضيح الروابط بين الموارد والقدرات طويلة الاجل بما في ذلك قضايا الاستدامة والنتائج المالية قصيرة الاجل.
- 3- ان المدخل المتعدد الأبعاد يسمح للمديرين بمعالجة الاهداف البيئية والاجتماعية والحوكمة (ESG) في حين تركز المدخل الأخرى مثلاً على البيئة فقط.

مما سبق ذكره دعت الضرورة الى اشتقاق بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة (SBSC) من بطاقة العلامات المتوازنة التقليدية (BSC) التي تدمج المناهيز الأربعة مع ابعاد الاستدامة، لتضمين الاهتمامات البيئية والاجتماعية والاقتصادية بشكل صريح بما في ذلك الاهداف المتعلقة بالاستدامة ومقاييس الاداء.

يرى (Mio, et al., 2021: 3) ان بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة هي أداة قابلة للتطبيق لتلبية مجموعة من احتياجات ادارة الاستدامة وهي مساعدة الشركات في عملية تنفيذ استراتيجية مستدامة، وتعزيز معايير ادارة الاستدامة، واتخاذ القرارات واعداد التقارير، ودعم متطلبات البيانات التنظيمية، وتوفير المعلومات اللازمة لأصحاب المصلحة، وجعل الموظفين أكثر حساسية والاهتمام بقضايا الاستدامة. في حين يذكر (Zakaria & Azmi, 2019: 3) ان بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة هي أداة تقدّم نظرة عامة وشاملة لمعايير أداء الاستدامة الرئيسية بناءً على دمج الاعتبارات البيئية والاجتماعية في الاستراتيجيات التنظيمية من خلال الاستثمار في المنتجات الصديقة للبيئة، وتوفير ظروف عمل آمنة وتوليد تأثيرات اجتماعية وبيئية ايجابية من خلال دمج وجهة نظر أكثر شمولاً للأهداف قصيرة وطويلة الأجل في جميع الأبعاد الثلاثة لأداء الوحدة الاقتصادية (الاقتصادية، البيئية، والاجتماعية) لتحقيق الاهداف البيئية مع ضمان اداء الاعمال المستدام. اما (Schaltegger & Freund, 2011: 11) فانها يذكران ان بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة تم تطويرها من بطاقة العلامات المتوازنة التقليدية لتصبح نظاماً متكاملاً لإدارة استدامة الشركات، دعت الحاجة لها بسبب الانواع المختلفة من التغيرات والتحديات المهمة امام رواد الاعمال والمديرين، وهي تمثل نظاماً ادارياً أكثر ملاءمة من بطاقة العلامات المتوازنة التقليدية لاشتمالها على ابعاد الاستدامة. ويشير (Agrawal, et al., 2016: 5) ان بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة تمثل منهجاً جديداً لدمج الاستدامة في صنع القرار الاستراتيجي، عملت على تطويره الشركات التي تعاني من ضغوط متزايدة من قبل الوكالات الحكومية وزيادة الوعي الاجتماعي لأصحاب المصلحة تتمكّن من خلاله دمج الجوانب البيئية والاجتماعية مع بطاقة العلامات المتوازنة التقليدية لمعالجة القضايا المعنية جنباً الى جنب مع التدابير التقليدية.

بناء على ما سبق ذكره يرى الباحثون ان بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة تمثل أداة تخطيط يمكن ان تعزز شفافية الامكانات للقيمة المضافة سواء كانت اقتصادية او بيئية او اجتماعية الناتجة عن الجوانب الاجتماعية و/او البيئية وإعداد عملية تنفيذ الاستراتيجية، بالإضافة لتقدمها إطاراً مرجعياً (خريطة استراتيجية) مما يجعل بالإمكان فهم كيفية ظهور السببية بين الأبعاد المستهدفة الفردية البيئية والاجتماعية والاقتصادية.

3-3 أهمية بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة

تتمثل أهمية بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة بالمزايا التي توفرها وهي كالاتي (المسعودي، 2017: 78-79):

- 1- تتمكّن الشركات من خلال استخدامها لبطاقة العلامات المتوازنة المستدامة من توليد الربحية بالإضافة الى اظهار مسؤوليتها تجاه الجهات المختلفة من اصحاب المصلحة، وبالأخص المجتمعات المحلية التي من خلالها تأخذ أنشطة الشركات مكانها.
- 2- تتمكّن الشركات من خلال استخدامها لبطاقة العلامات المتوازنة المستدامة في نظم قياس الاداء الاقتصادي والاجتماعي والبيئي من ربط مقاييس الاداء المستدام باستراتيجية الشركة.
- 3- ان إضافة منظور خامس الى جانب المناظير الاربعة لبطاقة العلامات المتوازنة التقليدية وهو (منظور الاستدامة) يمكّن الشركات من تحديد مؤشرات الاداء المستدام المستندة الى أهداف واستراتيجية تلك الشركات، وعليه فان اختيار بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة يعتمد على النظم التنظيمية والأنشطة داخل الشركة بالكامل.
- 4- ان استخدام بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة من خلال ادراج العوامل البيئية والاجتماعية في إطار الادارة الرئيسي الذي يستخدم بطاقة العلامات المتوازنة التقليدية، يمكّن الشركات من التغلب على اوجه القصور في المداخل التقليدية من خلال دمج ركائز الاستدامة الرئيسية. في أداة واحدة للإدارة الاستراتيجية تتميز بالشمول.
- 5- ان بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة تمثل حل وسط لتحقيق التمثيل العادل والمنصف للمجتمع والبيئة من جهة وللعوامل الحاسمة من الأنشطة التنظيمية من جهة أخرى.

3-4 تضمين الاستدامة في إطار بطاقة العلامات المتوازنة

ان السؤال الاساسي الواجب عرضه والبحث عن الاجابة المجدية له هو: أين وكيف يتم دمج الجوانب البيئية والاجتماعية للاستدامة ؟

- يذكر (Schaltegger & Freund, 2011: 11) ان هنالك اربعة مداخل تحدها الادييات بهذا الصدد هي:
- 1- دمج الجوانب البيئية والاجتماعية في المناظير المعيارية الاربعة لبطاقة العلامات المتوازنة التقليدية (مدخل الادراج الضمني غير المستقل).
 - 2- إضافة المزيد من المناظير الى بطاقة العلامات المتوازنة التقليدية لتناول قضايا الاستدامة (مدخل ادراج مناظير مستقلة إضافية).
 - 3- تغيير التسلسل الهرمي الاصلي واستبدال المنظور المالي في بطاقة العلامات المتوازنة التقليدية بمنظور الاستدامة (مدخل الاستبدال).
 - 4- إضافة مناظير اخرى لتوجيه المنظور المالي وجعله في القمة (مدخل الإضافة والتوجيه).

في حين يذكر (Butler, et al., 2011: 4) ان هنالك عدة بدائل لإدراج الاستدامة ضمن بطاقة العلامات المتوازنة تتمثل بالآتي:

- 1- إضافة منظور خامس لبطاقة العلامات المتوازنة: وهو ايسر بديل للشركات الراغبة في التأكيد على الاستدامة كقيمة رئيسية للشركات او الاستراتيجيات الحاسمة. إذ يتكون منظور الاستدامة من مؤشرات الاداء الاجتماعي والبيئي التي ترتبط مع الأبعاد الاربعة الاخرى لبطاقة العلامات المتوازنة.
- 2- بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة المنفصلة: وهي بطاقة علامات متوازنة مستدامة منفصلة تتكون من اربعة مناظير: أولها (منظور الاستدامة) الذي يتعلّق بالازدهار الاقتصادي بالإضافة لجودة البيئة والرفاهية الاجتماعية. وثانيها (منظور اصحاب

المصلحة) المشتمل على مقاييس اخلاقيات الاعمال التجارية، وممارسات العمل وتأثيره على المجتمع. وثالثها (منظور العمليات) الذي يركز على عمليات الشركة الداخلية منها والخارجية بالإضافة للمنتجات والادوات والنظم. وأخيرا (منظور التعلم) الذي يؤكد على التآزر التنظيمي والبحث والتطوير وتدريب العاملين.

3- دمج مقاييس الاستدامة في مناظير بطاقة العلامات المتوازنة الاربعة: ان هذا البديل يتماشى مع الناحية المثالية التي تشير الى ان مقاييس الاستدامة ينبغي نسجها في جميع عمليات الشركة وانشطتها يوماً بعد يوم، وبالنتيجة فان دمج مقاييس الاستدامة في المناظير الاربعة لبطاقة العلامات المتوازنة يؤكد بأن الادارة تعترف ضمناً بوجود روابط السبب والنتيجة بين استراتيجيات الشركة والاستدامة، وعليه يتم تصنيف المجالات البيئية والاجتماعية مندرجة تحت مظلة المناظير التقليدية الاربعة لبطاقة العلامات المتوازنة مثل كل المجالات الاستراتيجية الملاءمة المحتملة.

وفي هذه الدراسة سيتم تبني البديل الاول من بدائل ادراج الاستدامة ضمن بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة وهو بديل (إضافة مناظير جديدة متمثلة بمنظور الاستدامة التي تشمل جوانب اجتماعية وجوانب بيئية)، وذلك لتطوير أداة بطاقة العلامات المتوازنة الى أداة تساعد الادارة ومتخذي القرارات والشركات على فهم المخاطر الرئيسية، وزيادة الوعي وتشخيص و تحديد الفرص المتاحة امام الشركات لتحسين ادائها البيئي والاجتماعي.

3-5 محاور تقنية بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة

تضم تقنية بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة خمسة محاور لأغراض تقويم الاداء الاستراتيجي المستدام للوحدة الاقتصادية في بيئة الاعمال الجديدة بعد اضافة محور خامس للمحاور الاربعة التقليدية التي اقترحها (Kaplan & Norton,1992:71-79) وهذا المحور يتعلق بالاستدامة ويشمل جانبين الاجتماعي والبيئي وكالاتي:

أ- المحور المالي Financial Perspective

تحتفظ تقنية بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة بالمحور المالي بسبب ان هذا المحور يعكس النتائج الاقتصادية الناجمة عن تنفيذ استراتيجية الوحدة الاقتصادية.

ويرى (Kinney ,2006:789) (Garrison & Noreen,2003:449) (Blocher,et.,al.,2005:818) (Horngren,et.,al.,2000:465) ان المقاييس التي تنطوي تحت هذا المحور اكثر ما تكون تتضمن الدخل التشغيلي، العائد على الاستثمار، نمو المبيعات، التدفقات النقدية، والقيمة الاقتصادية المضافة.

ب- محور الزبون Customer Perspective

يرى (Hansen & Mowen,2003:408) ان التغييرات التي حدثت في بيئة الاعمال والتي اهمها المنافسة الشديدة، قد جعلت من محور الزبون الاساس في توليفة الإيرادات المتعلقة بالأهداف المالية للمنظمة وبالنتيجة نجاحها. كما ان كثير من الوحدات الاقتصادية الناجحة ، تجد ان اهم سبب لنجاحها وبقاءها في بيئة الاعمال التنافسية هو التركيز على الزبون وتلبية احتياجاته وهو مطلب له من الاهمية في الامد البعيد.

اما عن المقاييس التي يتكون منها هذا المحور، فيذكر (Hansen & Mowen,2003:410) انها تضم خدمات ما بعد البيع، التكلفة المنخفضة، الاستجابة لرغبات الزبائن، اكتساب زبائن جدد، الاحتفاظ بالزبائن، تسليم المنتجات في الوقت المحدد، والحصة السوقية.

ج - محور العمليات الداخلية Internal Process Perspective

يرى (Horngren,et.,al.,2003:441) ان تركيز هذا المحور هو العمليات الداخلية فضلا عن تركيزه على محور الزبون من خلال محاولة خلق قيمة للمنتج او الخدمة تنعكس اثارها في تحقيق رضا الزبون وتركيزه ايضا على المحور المالي عن طريق محاولة زيادة قيمة الوحدة الاقتصادية في السوق.

ويرى (Jiambalvo,2001:374) (Hansen & Mowen,2003:409) ان محور العمليات الداخلية يتضمن معدلات التلف، وقت الانتظار، دوران المخزون، التسليم الفوري، معدلات اعادة الفحص، النمو في جودة الخدمات المقدمة، وعدد المنتجات الجديدة المخططة.

د - محور الابتكار والتعلم Innovation and Learning Perspective

يرى (Horngren,et.,al.,2003:451) انه لتحقيق افضل العمليات الداخلية ولخلق قيمة استراتيجية للوحدة الاقتصادية في السوق، فان الامر يستلزم من الوحدة توافر القدرات والقابليات او المهارات والطاقات ، لذلك فان مقاييس هذا المحور تركز على قدرة الوحدة الاقتصادية على الابتكار من خلال تقديم منتجات او خدمات جديدة، تعديل مواصفات المنتجات او الخدمات، القدرة على التعلم من خلال تدريب واستخدام الموارد البشرية في تحقيق اهدافها الاستراتيجية الان وفي المستقبل، مدة التطوير والابتكار والتجديد، عدد الاضافات التكنولوجية الحديثة وبراءات الاختراع المسجلة.

هـ- محور الاستدامة Sustainable Perspective

ويتضمن جانبين يتمثل الاول بالجانب الاجتماعي فيما يتمثل الثاني بالجانب البيئي وكالاتي (الساقي ونور، 2006: 201):

- الجانب الاجتماعي Social side : يهتم هذا الجانب بالممارسات التي يقوم بها المعمل لإظهار الاهتمام بالعاملين والمجتمع مثل الضمان الاجتماعي لهم وتقديم الاعانات لهم ومدى مساهمته في تطوير مهاراتهم، لذلك فان مقاييس هذا الجانب تركز على: مدى مساهمة المعمل في تطوير مهارات العاملين، مساهمة المعمل في الضمان الاجتماعي للعاملين، ومساهمة المعمل في حل المشاكل الاجتماعية التي تخص توفير وسائل التواصل للعاملين.

- الجانب البيئي Environmental side: ويهتم هذا الجانب بتحديد الاعمال والانشطة التي يقوم بها المعمل والتي لها الأثر البالغ في الجانب البيئي، ومن مؤشرات هذا الجانب: مساهمة المعمل في تجميل المنطقة، مساهمة المعمل في منع التلوث.

وبعد استعراض محاور تقنية بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة، يمكن القول ان هذه التقنية بمقاييسها المختلفة تعبر عن الرؤية والاهداف الاستراتيجية للوحدة الاقتصادية والتي تعكس ادائها المستقبلي المستدام وقدرتها على احداث التطوير بشكل مستمر.

4 المبحث الثالث: الجانب العملي (التطبيقي) للبحث

4-1 نبذة مختصرة عن الشركات عينة البحث

4-1-1 شركة الشركة العراقية للسجاد والمفروشات:

شركة مساهمة خاصة مؤسسة بموجب شهادة التأسيس رقم 3279 في 10/5/1989 برأس مال قدره (500000000) خمسمائة مليون دينار، بهدف سد احتياجات البلد من المفروشات الارضية والسجاد النافذ و(الجواريب مختلفة الانواع)، بالإضافة الى تصنيع الفلاتر والمرشحات الميكانيكية الى دوائر الدولة القطاع الصناعي الخاص المختلط.

حصلت زيادات على رأس مال الشركة خلال السنوات السابقة وذلك عن طريق رسملة احتياطي التوسعات والفائض المتراكم او عن طريق الاكتتاب مقرونة بموافقة كل من الجهة القطاعية ومسجل الشركات.

4-1-2 شركة المنصور للصناعات الدوائية والمستلزمات الطبية ومواد التجميل والمياه المعقمة:

شركة مساهمة خاصة تأسست بموجب شهادة التأسيس المرقمة 3346 في 19/4/1989 استنادا الى قانون الشركات رقم 36 لسنة 1983. وتهدف الشركة الى دعم وتطوير الحركة الصناعية في العراق وتعزيز الاقتصاد الوطني في المجال الدوائي وتطويره.

يبلغ راس مال الشركة حاليا (6469267350) ستة مليار واربعمائة وتسعة وستون مليوناً ومائتان وسبعة وستون الفا وثلاثمائة وخمسون ديناراً.

4-1-3 شركة بغداد للمشروبات الغازية:

شركة مساهمة خاصة، تأسست سنة 1989 وفق قانون الشركات رقم 36 لسنة 1983 وتعديلاته النافذ آنذاك. وتأسست الشركة برأسمال قدره 70 مليون دينار لممارسة نشاطها الرئيسي وهو انتاج وتعبئة المشروبات الغازية، وحالياً أضيف اليها انتاج وتعبئة المياه المعدنية علامه اكرافينا.

بتاريخ 18/1/2017 اعلنت دائرة تسجيل الشركات التابعة لوزارة التجارة بكتابها المرقم 1713 اكمال الاجراءات القانونية كافة اللازمة لدمج شركة ينابيع الزوراء للتجارة العامة والمقاولات والاستثمارات وتعبئة المياه الصحية والمشروبات الغازية والعصائر المحدودة بشركة بغداد للمشروبات الغازية مساهمة خاصة وفقاً لأحكام قانون الشركات رقم 21 لسنة 1997 المعدل، ونتيجة لعملية الاندماج تم تعديل عقد تأسيس شركة بغداد للمشروبات الغازية وتعديل رأسمالها ليصبح (1733333333) سبعة عشر ملياراً وثلاثمائة وثلاثة وثلاثون مليوناً وثلاثمائة وثلاثة وثلاثون ألفاً وثلاثمائة وثلاثة وثلاثون سهماً يمثل مجموع رأس مال الشركتين المندمجتين.

يتضمن نشاط الشركة واغراضها تأسيس المعامل والمصانع لإنتاج وتعبئة المشروبات الغازية على اختلاف انواعها، والمياه المعدنية وإقامة مشاريع اخرى مكتملة وفق الاساليب الحديثة مراعية بذلك احكام قانون الاستثمار الصناعي للقطاع الخاص رقم 20 لسنة 1998 النافذ وقانون الشركات رقم 21 لسنة 1997 المعدل.

4-2 تقويم الاداء الاستراتيجي المستدام الشامل للشركات عينة البحث وفقاً لتقنية بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة

تتم عملية تقويم الاداء الاستراتيجي الشامل للشركات الصناعية عينة البحث في ظل تقنية بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة وفق الاجراءات الاتية التي توضح انسيابية عملية التقويم:

4-2-1 تحديد مقاييس اداء الشركات عينة البحث طبقاً لمحاور تقنية بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة:

تشتمل تقنية بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة على خمسة محاور سبق ايضاحها عند تناول الجانب النظري وكل محور يتضمن مجموعة مقاييس تعد الاساس في عملية التقويم. وبالنسبة لعملية تقويم الاداء الاستراتيجي المستدام للشركات الصناعية عينة البحث فان الباحثين سيقترحون مجموعة من المقاييس استطاعوا الحصول على بيانات ومعلومات بشأنها وستضاف الى المقاييس التي يتم استخدامها لتقويم اداء الشركات عينة البحث و كما موضح في الجدول (1).

جدول (1) مقاييس وطريقة احتساب كل مقياس ضمن محاور تقنية بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة

المحور	المقياس	طريقة الاحتساب
المالي	العائد على الاستثمار	صافي الدخل الموجودات
	نسبة التداول	الموجودات المتداولة الالتزامات المتداولة

	معدل دوران المخزون	
	معدل دوران الذمم المدينة	
الزيادة في مبيعات السنة الحالية بالقياس للسنة السابقة مبيعات السنة السابقة	الحصة السوقية	الزبون
صافي الدخل عدد الزبائن	نسبة مساهمة الزبائن بالدخل	
ايراد المبيعات السنة الحالية- ايراد مبيعات السنة السابقة ايراد المبيعات السنة السابقة	النمو في ايراد المبيعات	العمليات الداخلية
التكلفة الايراد	التكلفة / الايراد	
عدد العاملين تاركي الخدمة اجمالي عدد العاملين	دوران العاملين	الابتكار والتعلم
مصاريف التدريب السنة الحالية - مصاريف التدريب السنة السابقة مصاريف التدريب السنة السابقة	النمو في مصاريف التدريب	
تكاليف المساهمة في نفقات التدريب والتطوير اجمالي الرواتب والاجور المدفوعة للعاملين	المساهمة في تطوير المهارات	محور الاستدامة: - الجانب الاجتماعي
مصاريف الضمان الاجتماعي للعاملين اجمالي المصاريف	المساهمة في الضمان الاجتماعي	
مصاريف نقل العاملين عدد العاملين	المساهمة في نقل العاملين	
مصاريف صيانة الحدائق والمنتزهات للعام الحالي - مصاريف العام السابق مصاريف صيانة الحدائق والمنتزهات للعام السابق	المساهمة في تجميل المنطقة	محور الاستدامة: - الجانب البيئي
مصاريف القضاء على النفايات للعام الحالي - مصاريف العام السابق مصاريف القضاء على النفايات للعام السابق	المساهمة في منع التلوث	

4-2-2 قياس اداء الشركات عينة البحث:

بعد تحديد مقاييس اداء الشركات عينة البحث طبقا لمحاور تقنية بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة، يمكن اجراء عملية القياس للوصول الى النتائج التي تعكس الاداء الاستراتيجي المستدام للشركات عينة البحث وكما موضح في الجدول (2).

جدول (2) نتائج قياس اداء الشركات عينة البحث وفقا لتقنية بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة للفترة (2019-2020)

المحور	المقياس	العراقية للسجاد والمفروشات		المنصور للصناعات الدوائية		بغداد للمشروبات الغازية	
		2020	2019	2020	2019	2020	2019
المالي	العائد على الاستثمار	15.21%	20.32%	-5.16%	-28.21%	14.38%	14.18%
	نسبة	2.95	3.08	2.17	1.57	4.66	4.40

1 متوسط المخزون = $\frac{\text{المخزون اول الفترة} + \text{المخزون اخر الفترة}}{2}$

2 متوسط الذمم المدينة = $\frac{\text{الذمم المدينة اول الفترة} + \text{الذمم المدينة آخر الفترة}}{2}$

						التداول معدل دوران المخزون	
7.37	6.43	1.2820	0.4664	0.0008	0.0450		
101.48	33.50	0.99	0.19	0.50	23.59	معدل دوران الذمم المدينة	
0.12	0.11	0.89	-0.83	-0.98	19.87		الزبون
1590677	1948769	-1617711	-10373116	4581669	8412167	الحصة السوقية نسبة مساهمة الزبائن بالدخل	
%12	%11	%89	-%83	-%98.19	1987.04 %	النمو في ايراد المبيعات	العمليات الداخلية
0.83	0.84	1.42	3.16	0.38	0.35	التكلفة / الايراد	
0.023	0	0.346	0	0.011	0.022	دوران العاملين	الابتكار والتعلم
-0.009	1.260	1.680	-0.850	-0.090	0.375	النمو في مصاريف التدريب	
0.0046	0.0047	0.1050	0.0290	0.0014	0.0012	المساهمة في تطوير المهارات	الاستدامة الجانب الاجتماعي
0.003	0.005	0.019	0.017	0.019	0.024	المساهمة في الضمان الاجتماعي	
67572	365335	60952	70407	2167	394	المساهمة في نقل العاملين	
0	0	0	0	0	0	المساهمة في تجميل المنطقة	الاستدامة الجانب البيئي
0	0	0	0	0	0	المساهمة في منع التلوث	
المصدر : اعداد الباحثين بالاعتماد على التقارير المالية للشركات عينة البحث (2019 – 2022).							

4-2-3 تحليل ومناقشة النتائج:

سيتم مناقشة نتائج قياس اداء الشركات عينة البحث وفقا لمحاور تقنية بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة للفترة (2019 – 2020) وكالاتي:

1- المحور المالي:

اولاً- العائد على الاستثمار: حققت الشركة العراقية للسجاد والمفروشات عائد على الاستثمار بمقدار (20.32%) في سنة 2019 وهي نتيجة مرتفعة قياساً بسنة 2020 التي كانت فيها النسبة (15.21%) ويعود السبب في ذلك الى انخفاض صافي الدخل وزيادة الموجودات، وبالنتيجة فان الشركة بدأت تتعد عن خطتها الاستراتيجية فيما يتعلق بالاستثمار في الموجودات وتحقيق اعلى مستوى للربح. اما فيما يتعلق بشركة المنصور للصناعات الدوائية فقد حققت عائداً على الاستثمار بمقدار (28.21%-) في سنة 2019 و (5.16%-) في سنة 2020 والسبب هو تحقق خسائر كبيرة في الشركة وبالذات في سنة 2019 إذ نتجت هذه الخسائر من تحقق إيرادات بالسالب نتيجة قيام الشركة بإطفاء حساب الإيرادات المستحقة في حساب الإيرادات المتحققة خلال سنة 2019. اما شركة بغداد للمشروبات الغازية فقد حققت عائداً على الاستثمار متقارباً في السنتين 2019 و 2020 بمقدار (14.18%) و (14.38%) على التوالي. وبالنتيجة فإن افضل شركة من بين هذه الشركات من ناحية مقياس العائد على الاستثمار هي الشركة العراقية للسجاد والمفروشات.

ثانياً- نسبة التداول: حققت الشركة العراقية للسجاد والمفروشات نسبة تداول متقاربة في السنتين 2019 و 2020 وبمقدار (3.08) و (95.2) على التوالي مما يدل على احتفاظها بموجودات متداولة تفوق مطلوباتها المتداولة بثلاث اضعاف تقريباً. اما فيما يتعلق بشركة المنصور للصناعات الدوائية فقد حققت نسبة تداول بمقدار (1.57) في سنة 2019 ولكنها ارتفعت في سنة 2020 لتصبح (2.17) بسبب انخفاض الدائون بشكل كبير في سنة 2020 قياساً بسنة 2019 مما يدل على اتباع الشركة لسياسة ائتمانية متشددة نوعاً ما. اما شركة بغداد للمشروبات الغازية فقد حققت نسبة تداول (4.40) في سنة 2019 ولكنها ارتفعت في سنة 2020 لتصبح (4.66) وذلك بسبب احتفاظ الشركة بنقود اكبر في سنة 2020 قياساً بسنة 2019. وبالنتيجة فإن افضل شركة من بين هذه الشركات من ناحية مقياس نسبة التداول هي شركة بغداد للمشروبات الغازية.

ثالثاً- معدل دوران المخزون: حققت الشركة العراقية للسجاد والمفروشات معدل دوران للمخزون بمقدار (0.0450) في سنة 2019 ولكنه انخفض في سنة 2020 ليصبح (0.0008) ويعود السبب في ذلك الى انخفاض صافي المبيعات في سنة 2020 بشكل كبير قياساً بسنة 2019. اما فيما يتعلق بشركة المنصور للصناعات الدوائية فقد حققت معدل دوران للمخزون بمقدار (0.4664) في سنة 2019 ولكنها ارتفعت في سنة 2020 لتصبح (1.2820) بسبب انخفاض متوسط المخزون وكذلك زيادة صافي المبيعات في سنة 2020 قياساً بسنة 2019. اما شركة بغداد للمشروبات الغازية فقد حققت معدل دوران للمخزون (6.43) في سنة 2019 ولكنها ارتفعت في سنة 2020 لتصبح (7.37) وذلك بسبب زيادة صافي المبيعات في سنة 2020 قياساً بسنة 2019. وبالنتيجة فإن افضل شركة من بين هذه الشركات من ناحية مقياس معدل دوران المخزون هي شركة بغداد للمشروبات الغازية.

رابعاً- معدل دوران الذمم المدينة: حققت الشركة العراقية للسجاد والمفروشات معدل دوران للذمم المدينة بمقدار (23.59) في سنة 2019 ولكنه انخفض في سنة 2020 ليصبح (0.50) ويعود السبب في ذلك الى انخفاض صافي المبيعات في سنة 2020 بشكل كبير قياساً بسنة 2019. اما فيما يتعلق بشركة المنصور للصناعات الدوائية فقد حققت معدل دوران للذمم المدينة بمقدار (0.19) في سنة 2019 ولكنها ارتفعت في سنة 2020 لتصبح (0.99) بسبب انخفاض متوسط الذمم المدينة وكذلك زيادة صافي المبيعات في سنة 2020 قياساً بسنة 2019. اما شركة بغداد للمشروبات الغازية فقد حققت معدل دوران للذمم المدينة (33.50) في سنة 2019 ولكنها ارتفعت في سنة 2020 لتصبح (101.48) وذلك بسبب زيادة صافي المبيعات في سنة 2020 قياساً بسنة 2019. وبالنتيجة فإن افضل شركة من بين هذه الشركات من ناحية مقياس معدل دوران الذمم المدينة هي شركة بغداد للمشروبات الغازية.

وعليه فإن افضل شركة من بين الشركات الثلاثة هي شركة بغداد للمشروبات الغازية من ناحية المحور المالي.

2- محور الزبون:

اولاً- الحصة السوقية: حققت الشركة العراقية للسجاد والمفروشات في سنة 2019 اعلى نتيجة في ظل تطبيق هذا المقياس ومقدارها (19.87) قياساً بسنة 2020 اذ كانت الحصة السوقية فيها متدنية وبإشارة سالبة بمقدار (-0.98) والسبب في هذا يعود الى انخفاض المبيعات في سنة 2020 بشكل كبير قياساً بسنة 2019. اما شركة المنصور للصناعات الدوائية فقد حققت حصة سوقية في سنة 2020 اعلى منها في سنة 2019 وبمقدار (-0.83) و (0.89) لسنتي 2019 و 2020 على التوالي والسبب يعزى الى زيادة المبيعات في سنة 2020 قياساً بسنة 2019. اما شركة بغداد للمشروبات الغازية فقد حققت حصة سوقية متقاربة في سنتي 2019 و 2020 بمقدار 0.11 و 0.12 على التوالي. وبالنتيجة فإن افضل شركة من بين هذه الشركات من ناحية مقياس الحصة السوقية هي شركة المنصور للصناعات الدوائية فصحيح ان حصتها السوقية كانت سالبة في سنة 2019 الا انها قفزت الى قيمة موجبة في سنة 2020 وهذا يمثل انعكاساً للخواتم الايجابية التي تتبعها إدارة الشركة نحو نمو الحصة السوقية للشركة من اجل البقاء والاستمرار في بيئة الاعمال التنافسية.

ثانياً- نسبة مساهمة الزبائن بالدخل: حققت الشركة العراقية للسجاد والمفروشات في سنة 2019 اعلى نتيجة في ظل تطبيق هذا المقياس ومقدارها (8412167) قياساً بسنة 2020 اذ كانت النتيجة بمقدار (4581669) والسبب في هذا يعود الى انخفاض صافي الدخل في سنة 2020 قياساً بسنة 2019. اما شركة المنصور للصناعات الدوائية فقد حققت نتيجة في سنة 2019 وبإشارة سالبة بمقدار (-10373116) نتيجة قيام الشركة بإطفاء حساب الإيرادات المستحقة في حساب الإيرادات المتحققة خلال سنة 2019 وبالنتيجة تحققت خسارة كبيرة في هذه السنة. اما شركة بغداد للمشروبات الغازية فقد حققت نتيجة متقاربة في سنتي 2019 و 2020 بمقدار 1948769 و 1590677 على التوالي. وبالنتيجة فإن افضل شركة من بين هذه الشركات من ناحية مقياس نسبة مساهمة الزبائن بالدخل هي الشركة العراقية للسجاد والمفروشات.

3- العمليات الداخلية:

اولاً - النمو في ايراد المبيعات: حققت الشركة العراقية للسجاد والمفروشات في سنة 2019 اعلى نتيجة في ظل تطبيق هذا المقياس ومقدارها (1987.04%) قياساً بسنة 2020 اذ كانت نسبة النمو في المبيعات فيها متدنية وبإشارة سالبة بمقدار (-98.19%) والسبب في هذا يعود الى انخفاض المبيعات في سنة 2020 بشكل كبير قياساً بسنة 2019. اما شركة المنصور للصناعات الدوائية فقد حققت نسبة نمو في

ايراد المبيعات في سنة 2020 اعلى منها في سنة 2019 وبمقدار (83%-) و(89%) في سنتي 2019 و 2020 على التوالي والسبب يعزى الى زيادة المبيعات في سنة 2020 قياسا بسنة 2019. اما شركة بغداد للمشروبات الغازية فقد حققت نسب نمو في ايراد المبيعات متقاربة في سنتي 2019 و 2020 بمقدار 11% و 12% على التوالي. وبالنتيجة فان افضل شركة من بين هذه الشركات من ناحية مقياس النمو في ايراد المبيعات هي شركة المنصور للصناعات الدوائية فصحيح ان نسبة النمو في ايراد المبيعات كانت سالبة في سنة 2019 الا انها قفزت الى قيمة موجبة في سنة 2020 وهذا دليل على كفاءة الادارة الاستثمارية في توليد الايرادات.

ثانيا - التكلفة / الايراد: بلغت نسبة التكلفة الى الايراد في الشركة العراقية للسجاد والمفروشات في سنة 2019 مقدار 0.35 في حين بلغت في سنة 2020 مقدار 0.38. بينما بلغت هذه النسبة في شركة المنصور للصناعات الدوائية في سنتي 2019 و 2020 مقدار (16.3) و (1.42) على التوالي والسبب في هذا يعود الى ارتفاع الكلف بدرجة كبيرة في هذه الشركة وخصوصا في سنة 2019 التي تحقق فيها خسارة كبيرة للشركة. فيما بلغت هذه النسبة في شركة بغداد للمشروبات الغازية نسبا متقاربة في سنتي 2019 و 2020 وبمقدار (0.84) و (0.83) على التوالي. وبالنتيجة فان افضل شركة من بين الشركات الثلاثة من ناحية مقياس التكلفة/ الايراد هي الشركة العراقية للسجاد والمفروشات وهذا قد يعزى الى النمو الكبير في ايرادات الشركة (مقام النسبة) بشكل يجعل المجال بينها وبين التكلفة كبير جدا.

4 - الابتكار والتعلم:

اولا - دوران العاملين: بلغت نسبة العاملين تاركي الوظيفة في الشركة العراقية للسجاد والمفروشات في سنة 2019 ما مقداره 0.022 وهي نسبة مرتفعة بسبب تدني اجور وحوافز الشركة الامر الذي دعى الشركة لاتخاذ الاجراءات اللازمة لتعديل الاجور واتباع سياسة جديدة لاحتساب الحوافز مما ادى الى انخفاض النسبة الى 0.011 في سنة 2020. عكس هذا ما نجده في شركة المنصور للصناعات الدوائية إذ كانت النسبة في سنة 2019 بمقدار (0) ولكنها ارتفعت في سنة 2020 لتبلغ (0.346). وكذلك الامر في شركة بغداد للمشروبات الغازية إذ كانت النسبة في سنة 2019 صفرا ثم ارتفعت الى (0.023) في سنة 2020 ، وعلى الرغم من ذلك تبقى شركة بغداد للمشروبات الغازية هي الافضل من بين الشركات الثلاثة من ناحية مقياس دوران العاملين.

ثانيا - النمو في مصاريف التدريب: تبين نتائج تطبيق هذا المقياس ان الشركة العراقية للسجاد والمفروشات كانت تخصص مبالغ اكبر لتدريب كوادرها في سنة 2019 منها في سنة 2020، إذ بلغت النسبة (0.375) في سنة 2019 في حين بلغت في سنة 2020 وبإشارة سالبة (-0.090) مما يدل على النمو السلبي لمصاريف التدريب اي انخفاض ما تخصصه الشركة لتدريب كوادرها من مبالغ في سنة 2020 عما كانت تخصصه في السنة السابقة لها. على العكس من ذلك نجده في شركة المنصور للصناعات الدوائية إذ بلغت النسبة في سنتي 2019 و 2020 : (-0.850) و (1.680) على التوالي مما يدل على ان الشركة تخصص مبالغ اكبر لتدريب كوادرها في سنة 2020 منها في سنة 2019. فيما كانت شركة بغداد للمشروبات الغازية متشابهة مع الشركة العراقية للسجاد والمفروشات في تدنية ما تخصصه من مبالغ لتدريب كوادرها إذ بلغت النسبة في سنتي 2019 و 2020 : (1.260) و (-0.009) على التوالي. ضرورة أن نشير ان الإشارة السالبة في هذه النسبة يعني ان المبالغ التي تخصصها الشركة للتدريب في سنة ما تقل عما كانت تخصصه في السنة السابقة. وبالنتيجة فان افضل شركة من بين الشركات الثلاثة من ناحية مقياس النمو في مصاريف التدريب هي شركة المنصور للصناعات الدوائية فصحيح ان نسبة النمو في مصاريف التدريب كانت سالبة في سنة 2019 الا انها قفزت الى قيمة موجبة في سنة 2020 وهذا يدل على ان الشركة تسعى الى اشراك كوادرها وموظفيها بالدورات التدريبية سواء في داخل الشركة او خارجها.

5 - محور الاستدامة:

- الجانب الاجتماعي:

اولا- المساهمة في تطوير المهارات: بلغت نتائج هذا المقياس في الشركة العراقية للسجاد والمفروشات في سنة 2019 مقدار (0.0012) فيما شهدت ارتفاعا طفيفا في سنة 2020 إذ بلغت (0.0014). اما في شركة المنصور للصناعات الدوائية فقد شهدت ارتفاعا ملحوظا في سنة 2020 قياسا بسنة 2019 إذ كانت هذه النسبة في سنتي 2019 و 2020 بمقدار (0.0290) و (0.1050) على التوالي. في حين جاءت هذه النسبة متقاربة في شركة بغداد للمشروبات الغازية خلال سنتي 2019 و 2020 إذ كانت بمقدار (0.0047) و (0.0046) على التوالي. وبالنتيجة فان افضل شركة من بين الشركات الثلاثة من ناحية مقياس المساهمة في تطوير المهارات هي شركة المنصور للصناعات الدوائية وهذا يدل على ان الشركة تسعى الى رفع وتحسين مهارات وكفاءات العاملين لديها.

ثانيا: المساهمة في الضمان الاجتماعي: بلغت نتائج هذا المقياس في الشركة العراقية للسجاد والمفروشات في سنة 2019 مقدار (0.024) فيما شهدت انخفاضا في سنة 2020 إذ بلغت (0.019). على عكس ذلك فان نتائج هذا المقياس في شركة المنصور للصناعات الدوائية كانت قد شهدت ارتفاعا في سنة 2020 قياسا بسنة 2019 إذ كانت هذه النسبة في سنتي 2019 و 2020 بمقدار (0.017) و (0.019) على التوالي. في حين جاءت هذه النسبة متقاربة في شركة بغداد للمشروبات الغازية خلال سنتي 2019 و 2020 إذ كانت بمقدار (0.005) و (0.003) على التوالي.

وبالنتيجة فان افضل شركة من بين الشركات الثلاثة من ناحية مقياس المساهمة في الضمان الاجتماعي هي شركة المنصور للصناعات الدوائية فعلى الرغم من تحقيق هذه الشركة لخسائر في سنتي الدراسة الا انها لم تغفل الاهتمام بالضمان الاجتماعي لموظفيها وعاملاتها بل اتجه ذلك الاهتمام نحو الزيادة في سنة 2020 قياسا بسنة 2019.

ثالثا- المساهمة في نقل العاملين: بلغت نتائج هذا المقياس في الشركة العراقية للسجاد والمفروشات في سنة 2019 مقدار (394) فيما شهدت ارتفاعا في سنة 2020 إذ بلغت (2167). اما نتائج هذا المقياس في شركة المنصور للصناعات الدوائية فقد شهدت انخفاضا في سنة 2020 قياسا بسنة 2019 إذ كانت هذه النسبة في سنتي 2019 و 2020 بمقدار (70407) و (60952) على التوالي. وكذلك في شركة بغداد

للمشروبات الغازية فقد شهد هذا المقياس انخفاضاً ملحوظاً في سنة 2020 قياساً بسنة 2019 ففي الوقت الذي كان بمقدار (365335) في سنة 2019 إلا أنه انخفض إلى (67572) في سنة 2020 مما يعد مؤشراً على انخفاض اهتمام الشركة في نقل عاملها. وبالنتيجة فإن أفضل شركة من بين الشركات الثلاثة من ناحية مقياس المساهمة في نقل العاملين هي شركة بغداد للمشروبات الغازية فإنها تخصص مصاريف لنقل العامل الواحد بالمتوسط أعلى مما تخصصه بقية شركات عينة الدراسة.

- الجانب البيئي:

لا يوجد أي اهتمام في هذا الجانب من قبل الشركات عينة البحث فيما يخص المقاييس المبحوثة فيه وهي كل من:
 اولاً- مقياس المساهمة في تجميل المنطقة.
 ثانياً- مقياس المساهمة في منع التلوث.

6 المبحث الرابع: الاستنتاجات والتوصيات

6-1 الاستنتاجات

من خلال الدراسة النظرية والتطبيقية لموضوع البحث، تم التوصل إلى أهم الاستنتاجات الآتية:
 أ - ان التغييرات الاستراتيجية التي شهدتها بيئة الأعمال المعاصرة والتي ابرزها، المنافسة الشديدة، قد جعلت من الأسلوب التقليدي لتقويم الأداء الاستراتيجي غير ذي منفعة لإعتماده على مقاييس ومؤشرات مالية فقط دون الأخذ بالحسبان الدور الذي يمكن ان تلعبه المقاييس والمؤشرات غير المالية في تقويم الأداء الاستراتيجي بالإضافة إلى اغفالها جوانب الاستدامة التي باتت ذات أهمية كبيرة في عالم الأعمال اليوم وانعكاس ذلك بالآتي في دعم المزايا التنافسية.
 ب - تعد تقنية بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة إحدى أهم التقنيات الحديثة للمحاسبة الإدارية الاستراتيجية التي ثبت تفوقها على الأسلوب التقليدي لتقويم الأداء بسبب تغطيتها لمساحة واسعة من الأداء الاستراتيجي، إذ أنها تشمل على المقاييس المالية وغير المالية بالإضافة إلى المقاييس المرتبطة بالاستدامة.
 ج - ان انفتاح الأسواق والاستثمار التي شهدها البلد بعد أحداث 2003/4/9 قد جعل الشركات الصناعية العراقية تواجه منافسة شديدة جداً من قبل المنتجات الأجنبية وبالنتيجة فإنها تكون أمام مهمة البحث عن الوسائل والأساليب التي يمكن من خلالها منافسة تلك الشركات الأجنبية من خلال تمييز منتجاتها أو تخفيض كلف تلك المنتجات ورفع جودتها و انتاج منتجات صديقة للبيئة وبالنتيجة فإن اجراء عملية تقويم الأداء الاستراتيجي المستدام باستعمال تقنية بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة سيعكس مدى الكفاءة الاستراتيجية في الأداء المستدام لتلك الشركات.
 د - اظهرت نتائج تطبيق تقنية بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة في الشركة العراقية للسجاد والمفروشات انها كانت افضل اداءً في سنة 2019 من بين سنوات الدراسة وذلك بالنسبة لجميع المحاور، بينما في شركة المنصور للصناعات الدوائية كانت نتائج تطبيق التقنية تشير ان الشركة كانت افضل اداءً في سنة 2020 من بين سنوات الدراسة وذلك بالنسبة لجميع المحاور ، فيما جاءت نتائج تطبيق التقنية في شركة بغداد للمشروبات الغازية مبيّنة ان أداء الشركة كانت في بعض المحاور افضل في سنة 2020 من سنة 2019 كما في المحور المالي ومحور الزبون فيما يخص مقياس الحصة السوقية ومحور العمليات الداخلية. ولكن في محاور اخرى كان أداء الشركة في سنة 2019 افضل من اداءها في سنة 2020 كما في محور الزبون فيما يخص مقياس نسبة مساهمة الزبائن بالدخل وكذلك محور الابتكار والتعلم بالإضافة إلى الجانب الاجتماعي من محور الاستدامة. في ما اظهرت نتائج تطبيق تقنية بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة عدم الاهتمام بالجانب البيئي من قبل الشركات عينة البحث.

6-2 التوصيات

أ - يوصي الباحثون بضرورة توفر معايير أو مقاييس مستهدفة تساعد في تطبيق تقنية بطاقة العلامات المتوازنة المستدامة في الشركات الصناعية العراقية وبالشكل الذي يساهم في اعطاء صورة واضحة وشاملة عن الأداء الاستراتيجي المستدام لتلك الشركات.
 ب - ضرورة قيام الشركات الصناعية العراقية باعطاء أهمية لعملية تقويم الأداء المستدام وذلك من خلال تشكيل قسم يختص بتقويم الأداء المستدام يعتمد في عمله على قاعدة بيانات ومعلومات تساعد في انجاز عملية تقويم الأداء المستدام.
 ج - يوصي الباحثون بضرورة تفعيل نظام الحوافز في الشركات الصناعية العراقية من اجل الوصول إلى درجة مميزة من الأداء وبالشكل الذي يؤدي إلى تحقيق رضا الزبون وبالنتيجة دعم المزايا التنافسية للمصرف .
 د - ضرورة قيام الشركات الصناعية العراقية بالاهتمام بالمحور الخاص بالاستدامة وخصوصاً الجانب البيئي منه الذي يعاني من ضعف الاهتمام به من قبلها.

المصادر والمراجع

اولاً : المصادر والمراجع العربية

أ - الوثائق الرسمية

- 1- الشركة العراقية للسجاد والمفروشات، التقرير السنوي للأعوام 2019 - 2020.
- 2- شركة المنصور للصناعات الدوائية والمستلزمات الطبية ومواد التجميل والمياه المعقمة، التقرير السنوي للأعوام 2019 - 2020.
- 3- شركة بغداد للمشروبات الغازية، التقرير السنوي للأعوام 2019 - 2020.

- ب - الرسائل والأطاريح
 1 - المسعودي، هبة نبيل حميد منصور، (2017): " توظيف TBL و SBSC لتقويم الأداء الاستراتيجي المتوازن المستدام دراسة تطبيقية في معمل سممت الكوفة – النجف الاشرف "، رسالة ماجستير، جامعة كربلاء، كلية الادارة والاقتصاد، العراق.
 ج- المؤتمرات والملتقيات
 1- الساقى ، سعدون مهدي ، ونور، عبد الناصر (2006) " محاسبة المسؤولية الاجتماعية لمنظمات الأعمال " ، مؤتمر دولي التحديات المعاصرة للإدارة العربية - القيادة الإبداعية- المنظمة العربية للتنمية الإدارية، جامعة الدول العربية، القاهرة.
 2- نايف ، أسعد كاظم (2006) " العلاقة بين إدارة المعرفة والمقدرة الجوهرية وأثرها على الأداء الاستراتيجي " رسالة ماجستير، الجامعة المستنصرية ، بغداد ، العراق .

Second: Foreign References

- **Book**
 - 1- Merchant, K. A., & Van der Stede, W. A. (2017): "Management control systems - performance measurement, evaluation and incentives", (4th ed.). Pearson.
- **Periodical & Researches**
 - 1- Agrawala, Saurabh, Singhb, Rajesh K., and Murtaza, Qasim, (2016): "Outsourcing decisions in reverse logistics: Sustainable balanced scorecard and graph theoretic approach", Resources, Conservation and Recycling 108, p.p: 41–53.
 - 2- Bukh, P. N., & Malmi, T. (2005): "Re-examining the cause-and-effect principle of the balanced scorecard. In S. Jönsson & J. Mouritsen", (Eds.), Accounting in Scandinavia–The northern lights (pp. 87–113). Malmö: Liber & Copenhagen Business School Press.
 - 3- Butler, Janet B. & Henderson, Sandras, Cherie & Raiborn, Cecily, (2011): "Sustainability and the Balanced scorecard : integrating Green measures into business Reporting", Management Accounting Quarterly Winter 2011, vol. 12, No . 2.
 - 4- Campbell, Dennis, Datar, Srikant, Kulp, Susan, and Narayanan V.G.,(2002): "Using the Balanced Scorecard as a Control System for Monitoring and Revising Corporate Strategy", Harvard NOM Research Paper No. 02-35.
 - 5- Fauzi , Hasan & Svensson , Goran & Rahman, Abdul (2010): "Triple bottom line as Sustainable corporate performance , a proposition for the future" Sustainability , ISSN 2071-1050 www.mdpi.com/journal/sustainability .
 - 6- Goyal , Praveen & Rahman , Zillur & Kazami , A.A (2013): "Corporate Sustainability performance and fine performance research" Management Decision vol. 51 Iss. 2 , 2013 ,Emerald Group publishing Limited.
 - 7- Guixa, Mireia, and Font, Xavier, (2020): "The Materiality Balanced Scorecard: A framework for stakeholder-led integration of sustainable hospitality management and reporting", International Journal of Hospitality Management 91 (2020) 102634
 - 8- Hansen, E. G., & Schaltegger, S. (2016): "The sustainability balanced scorecard: A systematic review of architectures". Journal of Business Ethics, 133(2), 193–221. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2340-3>.
 - 9- Junior, Alaercio, Nicoletti, Oliveira, Maria Celia de, Helleno, Andre Luís, (2018): "Sustainability evaluation model for manufacturing systems based on the correlation between triple bottom line dimensions and balanced scorecard perspectives", Journal of Cleaner Production 190, p.p: 84-93.
 - 10- Kalender, Zeynep Tuğçe and Vayvay Özalp, (2016): "The Fifth Pillar of the Balanced Scorecard: Sustainability", Science Direct Procedia - Social and Behavioral Sciences 235, p.p: 76-83.
 - 11- Li, Yan, (2021): " Evaluation of Backfill Operation Models Using SBSC and IFAHP Approach", Hindawi Advances in Civil Engineering Volume 2021, Article ID 6693021, 11 pages
 - 12- Lu, Ming-Tsang, Hsu, Chao-Che, Liou, James J.H. and Huai-Wei Lo, (2018): "A hybrid MCDM and sustainability-balanced scorecard model to establish sustainable performance evaluation for international airports", Journal of Air Transport Management 71, p.p:9-19.
 - 13- Mio, Chiara, Costantini, Antonio, and Panfilo, Silvia, (2021): "Performance measurement tools for sustainable business: A systematic literature review on the sustainability balanced scorecard use", Corp Soc Responsib Environ Manag, p.p:1–18.
 - 14- Ortiz, Jaime Sánchez, Valderrama, Teresa García and Cornejo, Vanessa Rodríguez, (2016): "Towards a balanced scorecard in regulated companies: A study of the Spanish electricity sector", The Electricity Journal 29, p.p: 36-43.
 - 15- Persic, Milena & Jankovic , Sandra & Bakija, Katarina & Poldrugovac , Katarina (2013): "Sustainability Reporting for hotel companies : A tool for over coming the crisis " Tourism in southern and Eastern Europe.

- 16- Sarraf, Fatemeh and Nejad, Shabnam Hashemi, (2019): "**Improving performance evaluation based on balanced scorecard with grey relational analysis and data envelopment analysis approaches: Case study in water and wastewater companies**", Journal Pre-proof, © Published by Elsevier, 2019.
- 17- Schaltegger, Stefan & Freund, Florian Lüdeke-, (2011): "**The Sustainability Balanced Scorecard Concept and the Case of Hamburg Airport**", Centre for Sustainability Management (CSM) Leuphana University of Lueneburg, ISBN 978-3-942638-07-4.
- 18- Tsai, Feng Ming, Bui, Tat-Dat, Tseng, Ming-Lang, Wu, Kuo-Jui, and Chiu, Anthony SF, (2019): "**A performance assessment approach for integrated solid waste management using a sustainable balanced scorecard approach**", Journal Pre-proof, Journal of Cleaner Production, JCLP 119740.
- 19- Zakaria, Zarina and Azmi, Anna Che, (2019): "**Sustainability balanced scorecard architecture and environmental performance outcomes: a systematic review**", International Journal of Productivity and Performance Management © Emerald Publishing Limited 1741-0401 DOI 10.1108/IJPPM-12-2019-0582.

الاتصالات التسويقية وتأثيرها في دوافع السفر
 دراسة استطلاعية لآراء عينة من مدراء الشركات السياحية في محافظة بغداد
Marketing communications and their impact on travel motives
An exploratory study of the opinions of a sample of managers of
tourism companies in the province of Baghdad

أ.م. د. أمال كمال حسن البرزنجي
 كلية الإدارة والاقتصاد-الجامعة المستنصرية
 بغداد - العراق

, Dr. Amal Kamal Hassan Al-Barzanji2
 Assistant Professor, Al-Mustansyria University,
 College of Tourism Sciences, Business
 Department- Baghdad -Iraq
Dr.abaraznji@uomustansiryah.edu.iq

م.م. ليلى جواد حسين المسعودي
 كلية العلوم السياحية-الجامعة المستنصرية
 كربلاء - العراق

Laila Jawad Hussein Al Masoudi1
 Al-Mustansyria University, College of
 Tourism Sciences- Karbala- Iraq
layla.hussein@atu.edu.iq

المستخلص

الاتصالات التسويقية انشطة تسويقية لا غنى عنها في عالم يتسم بالمنافسة الشديدة ، اذ تلعب دورا مهما في التواصل والتحاور مع الأفراد والمجاميع لاقتناعهم بشراء منتجات الشركة أو الانتفاع من خدماتها، لذا فقد أصبح لزاماً على الشركات السياحية تطبيق مفهوم الإتصال التسويقي السياحي في صناعة السياحة، كونه يعمل على تزويد الجمهور السياحي بما يحتاج إليه من الأخبار والمعلومات السياحية، حيث أنطلق البحث بمشكلة رئيسة هل للإتصالات التسويقية تأثير في دوافع السفر؟ وانبثقت من التساؤل الرئيس عدة تساؤلات فرعية منها(هل توجد علاقة ارتباط بين الإتصالات التسويقية ودوافع السفر؟)، وتكمن الأهمية في كون الدراسة حديثة وأجريت على عدد من الشركات السياحية في بغداد لزيادة المعرفة وتعزيز قدراتها المستقبلية، أما الهدف فكان للاطلاع على طبيعة عمل الشركات والعلاقة بين المتغيرين، وثم اعتماد المنهج الوصفي الاستدلالي لتحليل إجابات العينة عن فقرات الاستبانة وشملت مدري وموظفي الشركات المبحوثة ولهذا الغرض تم توزيع (200) استبانة ورجعت منها(160) مع اعتماد الأساليب الإحصائية المتمثلة بـ(اختبار KMO، الوسط الحسابي المرجح، الانحراف المعياري، الأهمية النسبية، معامل الارتباط، الانحدار الخطي البسيط، اختبار Mahalanobis، الانحدار الخطي المتعدد، اختبار F، معامل التحديد، الانحدار المتسلسل) بواسطة البرنامج الاحصائي (SPSS V.24)، والبرنامج الاحصائي (AMOS V.24)، وقد تم التوصل إلى مجموعة من الاستنتاجات كان من أبرزها وجود معنوي ذو دلالة احصائية لمتغير الإتصالات التسويقية في دوافع السفر)، في ما كانت أهم التوصيات التأكيد أهمية ودور الاتصالات التسويقية الشركات المبحوثة في الترويج لمنتجاتها وذلك من خلال أقامه الدورات والاستعانة بالمختصين والخبراء في هذا المجال سواء من داخل او خارج الشركة من اجل تحقيق وأهدافها .

الكلمات المفتاحية: الإتصالات التسويقية ، دوافع السفر.

Abstract

Marketing communications are indispensable marketing activities in a world characterized by intense competition, as they play an important role in communication and dialogue with individuals and groups to persuade them to buy the company's products or benefit from its services. To provide the tourist public with what they need from news and tourist information, as the research started with a main problem: does marketing communications have an impact on the motives for travel? Several sub-questions emerged from the main question, including (Is there a correlation between marketing communications and travel motives?), and the importance lies in the fact that the study is recent and was conducted on a number of tourism companies in Baghdad to increase knowledge and enhance their future capabilities. The goal was to see the nature of the companies' work and the relationship between the two variables, and then adopting the descriptive inferential approach to analyze the sample answers about the paragraphs of the questionnaire, which included managers and employees of the researched companies. Relativity, correlation coefficient, simple linear regression, Mahalanobis test, multiple linear regression, F test, coefficient of determination, sequential regression) mediated by the statistical program (SPSS V.24), and the statistical program (AMOS V.24), and a set of The most notable of the conclusions was the significant presence of statistical significance

for the marketing communications variable in the motives for travel), while the most important recommendations were to emphasize the importance and role of marketing communications for the surveyed companies in promoting its products through holding courses and seeking the assistance of specialists and experts in this field, whether from inside or outside the company, in order to achieve its objectives.

Keywords: logical connections, travel motives.

1. المقدمة (introduction):

تعتبر صناعة السياحة من الصناعات المهمة والرائدة التي تدر دخلاً كبيراً، حيث تم الاعتماد عليها في كثير من دول العالم ونجحت في زيادة مواردها، ووصف العصر الحديث بعصر السياحة الجماعية، ومع تقدم التكنولوجيا أصبحت السياحة صناعة وليست للتسلية أو الترفيه فقط لها أبعادها ومساهماتها في المداخل القومية للاقتصاد الوطني في الكثير من الدول وأداة للتنشيف بين الشعوب، وجاءت هذه الدراسة التي تهدف للتعرف على أثر الاتصالات التسويقية كنشاط تسويقي لا غنى عنها في تحقيق دوافع السفر، اذ تلعب دوراً مهماً في التواصل والتحاور مع الجمهور المستهدف لاقتناعهم بشراء منتجات الشركة أو الانتفاع من خدماتها أو التعامل معها، ولكي يتمكن المنتجون والموزعون من تلبية احتياجات الأسواق، فإن عليهم أن يقدموا شيئاً مميزاً يتناسب وتطلعاتهم واحتياجاتهم، من خلال إثارة انتباه السائح واهتماماته ورجباته، ودوافعه للسفر والاقدام على التعامل مع الشركة، وهذا لا يتحقق الا من خلال الاتصالات التسويقية، بمعنى أنها تقدم خدمات متكافئة للمنتجين والزبائن والشركاء "الداخليين والخارجيين" على حد سواء.

2. منهجية البحث

أن منهجية البحث هي الطريق المؤدي إلى الحقائق العلمية التي يريدها الباحث للوصول من خلالها إلى نتائج معينة وذلك باستخدام مجموعة القواعد العامة.

2.1 مشكلة البحث (Research problem):

انبثقت المشكلة التي على أساسها تبين السؤال الرئيسي الآتي:

(هل للاتصالات التسويقية تأثير في دوافع السفر) وانبثق منها تساؤلات فرعية وهي كما يأتي:

1. ما مستوى أهمية متغيرات البحث بالنسبة للعينة المبحوثة؟

2. هل توجد علاقة ارتباط بين الاتصالات التسويقية ودوافع السفر؟

2.2 أهمية البحث (The importance of the research):

للبحث أهمية تتمثل بالآتي:

1. تأثير الاتصالات التسويقية في تحقيق دوافع السفر.

2. توفير معلومات مهمة للإدارات العليا للشركات السياحية وامكانية توظيفها لخدمة التوجه الحالي والمستقبلي.

2.3 أهداف البحث (The aim of the research):

يهدف البحث إلى تحقيق الآتي:

1. إثارة إهتمام الشركات السياحية المبحوثة لمتغيرات البحث (للاتصالات التسويقية، دوافع السفر).

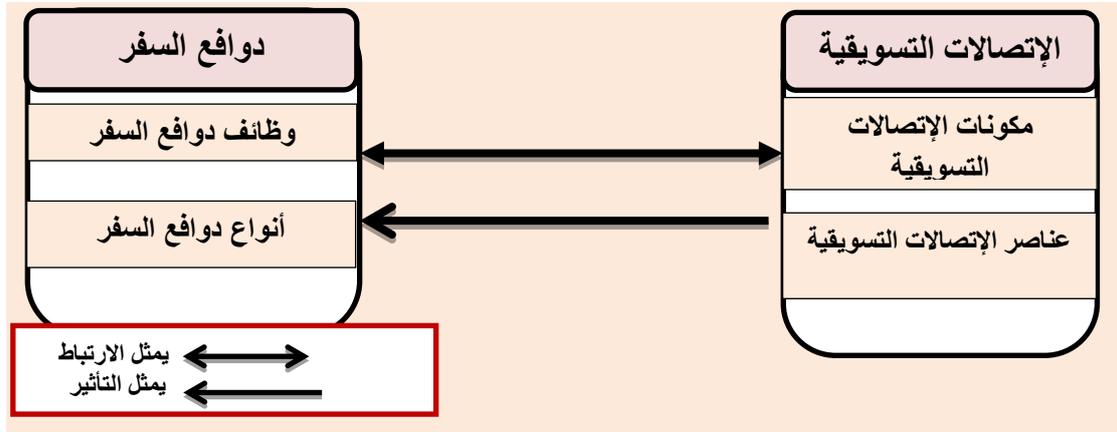
2. تقديم جانب فكري عن ماهية للاتصالات التسويقية ودوافع السفر.

3. معرفة مدى علاقة الارتباط بين متغيرات البحث.

4. معرفة مدى تأثير الاتصالات التسويقية في دوافع السفر.

2.4 المخطط الافتراضي للبحث (Default scheme for search).

شكل (1) يوضح العلاقة بين متغيرات البحث.



المصدر: إعداد الباحثة. شكل (1) المخطط الافتراضي للبحث

2.5 فرضيات البحث (Research hypotheses).

تم اختيار فرضيتين رئيسيتين على النحو التالي:

- 1- الفرضية الرئيسية الأولى: توجد علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية معنوية بين الإتصالات التسويقية ودوافع السفر.
- 2- الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية معنوية للإتصالات التسويقية في دوافع السفر.

2.6 منهج البحث (Research Methodology).

تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي للتعرف على واقع متغيرات البحث ووضعها في إطارها المناسب. وهذا يساعد في الوصول إلى نتائج البحث، وصياغة الحلول على شكل توصيات ومقترحات.

3. الجانب النظري Literature Review

سيتم في هذا المبحث بيان أهم المفاهيم والتعريفات لجميع المصطلحات ومتغيرات البحث، وكالاتي:

3.1 الإتصالات التسويقية (Marketing Communications).

مفهوم الإتصالات التسويقية وتعريفاتها:

يرى العديد من الباحثون مجموعة من التعريفات تعبر عن وجهات نظرهم المختلفة تناولت مفهوم وتعريف الإتصالات التسويقية.

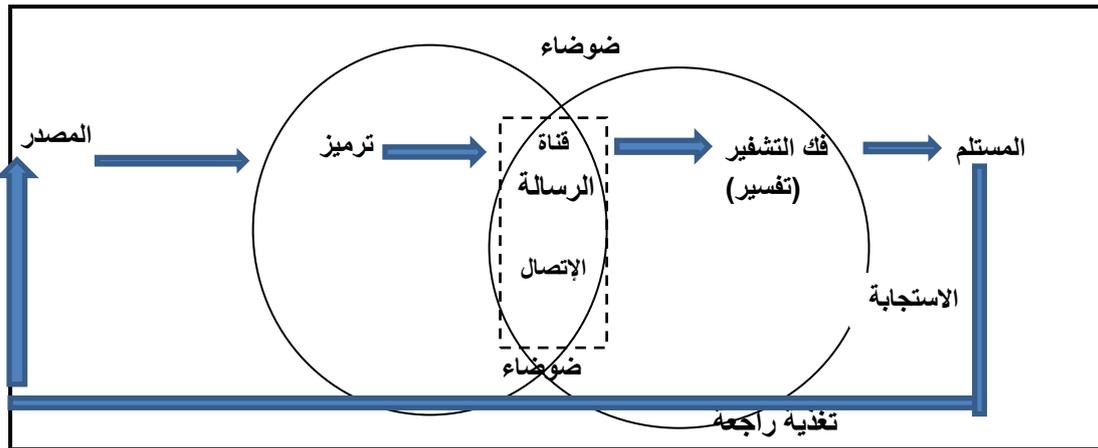
تعرف الإتصالات التسويقية بأنها العمليات الإدارية التي تقوم على حوار تفاعلي مع الجمهور المستهدف من خلال تنظيم وتطوير وتقييم سلسلة من الوسائل الموجهة نحو الجماهير المختلفة منهم باتجاه بناء مكانة للشركة في ذهنهم (Fill, 1999: 14). وأشار إليها كل من (Pride&Ferrell, 2000: 423) عملية تنسيق الجهود الترويجية والتسويقية الأخرى لضمان الحصول على الحد الأعلى من المعلومات وخلق التأثير والإقناع لدى الضيوف (السائح). وعلى وفق كل من (Kotler&Keller, 2016: 580) الاداة التي تستخدمها الشركة لإعلام واقناع وتذكير الضيوف بشكل مباشر أو غير مباشر عن المنتجات والعلامات التي تتعامل بها. ويرى (Kotler&Armstrong, 2016: 447) بانها المزيج المحدد الذي تستخدمه الشركة لتوصيل قيمة مقنعة للضيوف عن المنتجات التي تبيعها وبناء العلاقات معهم. وأشار إليها (Cizreliogullari.et.al, 2019: 46) بأنها لوسائل والاستراتيجيات التي تستخدم لاقناع وإعلام شريحة مستهدفة من الضيوف (السياح) بقصد التأثير على سلوكهم وتغييرها باتجاه شراء منتج بعينه أو الاستمرار في شرائه مع وجود العديد من المنافسين، وفي ضوء ما تقدم من تعريفات للإتصالات التسويقية توصلت الدراسة للتعريف الإجرائي الآتي: إن الإتصالات التسويقية هي عملية تتدفق من خلالها المعلومات بين الشركة السياحية والسياح المستهدفين للتعريف بالخدمات المقدمة الحالية والمحتملة وخصائصها وما تتميز به وصولاً لتحقيق الأهداف.

3.2 مكونات العملية الاتصالية ونموذجها الاتصالي:

يحاول باحثو التسويق، والترويج، شرح العملية الاتصالية من خلال نماذج الإتصال المعروفة ومن بين ها نموذج لاسويل "Lasswel" الذي يسعى إلى تقديم الإجابة على خمسة أسئلة هي: من؟ يقول ماذا؟ بأي وسيلة؟ لمن؟ وبأي تأثير؟ ومن هنا فان نموذج الإتصال التسويقي الذي تقدمه معظم أدبيات التسويق (منصور، 2000: 21)، وقد أشار كل من (Levens, 2010: 87)، (Kotler&Armstrong, 2018: 431)، إلى مكونات العملية الاتصالية وهي:

1-2-3 المرسل: مصدر الرسالة الاتصالية- وهو من يقوم بإرسال المعلومات إلى المرسل إليه، ويحاول التأثير عليه من خلال اختياره للرسالة والوسيلة الملائمة (Grewal&Levy, 2008: 466).

- 2-3 الترميز (التشفير): وهي مجموعة من المعاني المحددة في عملية الإتصال والتي تستخدم لتحديد فهم مشترك عند إيصال الرسالة التسويقية واستلامها، وتكون هذه الرموز على شكل كتابة، لغة، إشارات، حروف، .. الخ (Kotler&Armstrong,2018:431).
- 2-3-3 الرسالة: جوهر عملية الإتصال- وهي نتيجة الترميز، والذي يتخذ شكل لغة شفوية أو غير لفظية أو مكتوبة (Lunenburg,2010:2).
- 2-4 الوسيلة: وهي قناة الإتصال- لنقل الرسالة المطلوبة إيصالها إلى الطرف الأخر، ولإنجاح عملية الإتصال يتوجب أن تخضع إلى اعتبارات (المصدقية، المرونة، الكلفة، الانتشار، الوصول) (Stanton,1997:443).
- 2-5 التفسير: عنصر أساسياً في الإتصالات- وهي استخدام الرموز أو العبارات القابلة للفهم المشترك بين الطرفين المرسل (الشركة) والمستلم (السائح)، وأن تتوافق تلك الرموز مع قدرة المستلم على تفسير تلك الرموز التي احتوتها الرسالة المنقولة (الرسالة الترويجية).
- 2-6 المستلم: مستقبل الرسالة الإتصالية- أو الجهة التي تقرأ أو ترى أو تسمع وتعالج البيانات التي تتضمنها الرسالة الترويجية ومصدرها حسب مصداقيتها واعتماديتها (Grewal&Levy,2008:466).
- 2-7 الاستجابة: ردود فعل المتلقي بعد تعرضه للرسالة (Kotler&Armstrong,2012: 415)، ويتوقف هذا الأمر على حاجة المستلم، وقيمه والتقاليد والأعراف، والالتزام في التنفيذ... الخ.
- 2-8 التغذية العكسية (الراجعة): ويقصد بها رد فعل الجمهور السياحي المستهدف تجاه الرسالة التي تعرض لها، وقد تكون تلك الإستجابة رد فعل إيجابي (الرغبة في التعامل مع الشركة)، أو فعل سلبي عدم الرغبة في التعامل مع الشركة، وتتمثل كذلك في المعلومات المرتدة التي يحصل عليها المرسل (الشركة) نتيجة توجيه الرسالة إلى الجمهور المستهدف ومن خلالها يتعرف المرسل على رد فعل هذا الجمهور (طه،2006: 687).
- 2-9 الضوضاء (التشويش): وهي كل ما يتعارض مع الاتصال الفعال ويمكن ان يمنع الرسائل التسويقية من ايصال المضمون بالشكل المناسب ومن الممكن ان تحدث الضوضاء في اي مرحلة من مراحل الاتصال قد تظهر في مرحلة الترميز إذا ما استخدم المرسل عبارات أو نماذج غير مفهومة من قبل المستلم أو قد يكون المستلم مشوش الذهن عند استلامه للرسالة، أيضاً قد تحدث الضوضاء بسبب تراحم رسائل المنافسين في السوق التي تطلب النظر فيها (كوتلر وآخرون،2017: 14)، يتضح مما سبق أن هذه العناصر مجتمعة أو منفردة يمكن أن تلعب دوراً مهماً وحاسماً في عملية الإتصال التسويقي وفي أن تكون فاعلة وكفوة ووصولاً إلى تحقيق الهدف المطلوب من عملية الإتصال بأقل كلفة وأدنى جهد ممكن



شكل (2) نموذج عملية الإتصالات الأساسية.

المصدر:

Kerin , Roger A. , Hartley , Steven W. ,(2016), " MARKETING: THE CORE ", Sixth Edition , McGraw-Hill Education , New York ,p:352.

3.3 العناصر الرئيسية للإتصالات التسويقية:

ظهرت العديد من الشركات التي حاولت تحديد عناصر الإتصالات التسويقية، وبالرغم من اختلاف الباحثين في تصنيفهم لها فقد اتفقوا على أنها وهي:

3.3.1 الإعلان: عرف بالنشاط يتضمن نشر أو اذاعة الرسائل الاعلانية المرئية والمسموعة والمقروءة على الزبائن (السياح) لغرض حثهم على شراء السلع أو الخدمات أو تقبل أفكار و آراء الشركة المعلنه (Al-jeraisy,2008:271)، وأشاروا اليه (Kotler&Armstrong,2018:452) على انه الوسيلة غير الشخصية لتقديم البضائع والخدمات والأفكار بواسطة جهة معلومة ومقابل أجر مدفوع. والإعلان يستهدف تغيير الميول والاتجاهات وسلوك الزبائن (السياح) الحاليين أو المرتقبين، وذلك من خلال التواصل معهم وتوفير المعلومات والبيانات عن المنتج أو الخدمة، فضلاً عن إبراز الفوائد والمزايا التي تعود على السائح جراء استخدامه الخدمة. وبقدر تعلق الأمر بالشركة السياحية فإنه يستخدم الإعلان لعدة أسباب منها:

- الإعلان يصل إلى شريحة واسعة من السياح.

- الإعلان رخيص نسبياً .

- الإعلان يحث على استجابة السياح.

- الإعلان يوضح عملية المنافسة.

وفي ضوء ما تقدم من تعريفات الإعلان تم تحديد التعريف الاجرائي الآتي: إن الإعلان هو الجهود غير شخصية ومدفوعة القيمة تقوم بها الجهات ذات العلاقة بالنشاط السياحي، حيث تنشر أو تذاع عبر وسائل الإتصال المختلفة، وتظهر من خلالها شخصية المعلن (الشركة)، بهدف تعريف السياح بالمنتج أو الخدمة السياحية في السوق المستهدف وحثهم على سلوك الشرائي.

3.3.1.1

البيع الشخصي: يقصد بالبيع الشخصي ذلك النشاط الشخصي من نشاطات الترويجية المتعلقة بعملية البيع المباشر من البائع وإلى المشتري وجها لوجه (Sunday&Bayode,2011:345)، وأشار كل من (Kotler&Armstrong,2018:480) إلى أنه العروض الشخصية التي يقوم بها القوة البيعية للشركة لغرض التأثير على الزبائن لتحقيق عملية البيع وبناء علاقة مع الزبائن (السياح). ويمكن تعريف البيع الشخصي بأنه نشاط من نشاطات الترويجية الذي يتضمن إجراء مقابلة بين رجل البيع (الشركة، المرشد السياحي) والسائح وجها لوجه بغرض تعريفه بالخدمات السياحية ومحاولة إقناعه بشرائها. نستخلص أن ادوار رجال البيع وطبيعة عملهم تغيرت بعد ما حدث من تغييرات مهمة في نظام وإجراءات الشراء، كونهم حلقة وصل بين نظامي البيع والشراء، ولهذا فإن الضرورة تقتضي توفر مندوبي بيع اكفاء متعلمين ومدربون تدريباً مهنيّاً.

3.3.1.2

تنشيط المبيعات: وهو احد عناصر الإتصالات التسويقية الفاعلة والذي يظهر على نطاق واسع وفاعل في البيئة التي تتسم عملياتها التجارية بالشمولية والفاعلية، لتحقيق اعلى معدلات المبيعات والوصول الى الزبائن (السياح) بأحسن حالات الرضا والقبول امام منافسة قوية وتدفق مستمر لسلع يشهدها السوق (Hollensen,2001:531)، وأوضح (Kotler&Armstrong,2018:496) بأنه تلك الأشياء المتنوعة التي تحتوي على مجموعة من الأدوات المحفزة والتي صممت لأن يكون تأثيرها سريع وقصير الأمد لغرض الإسراع في عملية الشراء والسلع والخدمات من قبل السياح أو التاجر، ويمكن تعريف تنشيط المبيعات على أنه الجهود الشركة السياحية التي تعمل على رفع قيمة المبيعات في المدى القصير ويعتمد هذا النوع على تخفيض الاسعار والمعارض والهدايا التذكارية. وعلى الرغم من أن ادوات تنشيط المبيعات تعد مكلفة ومتنوعة بشكل كبير، فهي تقدم منافع مميزة: (Kotler,2000:565)، (McDaniel&Gates,2010:253).

- **الإتصال:** أساليب التنشيط تجذب الانتباه وتقدم عادة معلومات قد تقود السائح إلى شراء المنتج.

- **الحافز:** أنها تتضمن بعض القبول، الاقناع، المساهمة التي قد تضيف قيمة إلى السائح.

- **الدعوة:** أنها تتضمن دعوة مميزة للقيام بالشراء.

3.3.1.2.1

العلاقات العامة: للعلاقات العامة تعريفات عدة فقد عرفها (Hunt&Grunig,1994:62) بأنها إدارة الإتصال بين أي شركة و جماهيرها، وعرفت كذلك بأنها الوظيفة التي تتضمن عدد من النشاطات المصممة للتأثير وبناء علاقة مع مختلف الشركات لتحقيق صورة إيجابية عن الشركة وموجهة الاشاعات المضادة لمسار عملها (Kotler&Armstrong,2018:470)، وعليه يمكن تعريف

العلاقات العامة السياحية بأنها الجهود المقصودة المخططة والمستمرة التي تقوم بها إدارة الشركة السياحية والتي تهدف إلى الوصول إلى تفاهم وثقة ومنفعة وتأثير وتعاون تبادلي وعلاقات جيدة بين كل من الشركة والسياح إلى تتعامل معهم سواء كان في الداخل أو الخارج وذلك من خلال الإعلان والإتصال الشخصي بحيث يحقق الأهداف المرجوة.

وتبرز أهمية العلاقات العامة من خلال ما يأتي:(Sunday & Bayode,2011:345)

- بناء موقف إيجابي عن الشركة أو الخدمات لدى السياح.

- تعزيز مصداقية الشركة أو الخدمات.

3.3.1.2.2

التسويق المباشر: تستخدم الشركات النظام التسويقي للاتصال المباشر بالزبائن(السياح) المستهدفين لغرض إنجاز صفقات بيعيه من أجل توليد استجابات محددة والتي تكون على شكل الطلب أو الاستفسار للمزيد من المعلومات، أو دعوة لزيادة المتجر أو أي مكان آخر من أجل شراء المنتج (Solomon.et.al,2012:447)، فالتسويق المباشر لا يعني استعمال التقنية فحسب، بل أنه مجموع عمليات ونشاطات متعددة وقد سخرت التقنية ووسائلها المختلفة باتجاه خدمة التسويق المباشر ولما كونه ما هو حاصل من تطور اجتماعي وثقافي في جوانب الحياة المختلفة(البكري،2009:306)، وعرفته جمعية التسويق المباشر الأمريكية (DMA) بأنه نظام تسويق تفاعلي بين الشركة والزبون(السائح) قد ينتج عنه إنجاز صفقة تجارية بين الطرفين، عن طريق استخدام واحد أو أكثر من وسائل الإعلام (Gholipoor.et.al,2014:77)، ومن خلال التعريفات السابقة نستنتج إن التسويق المباشر يركز على حالة إتصال تفاعلي بين الشركة والسائح، يكون مباشر بينهما دون تدخل وسطاء، وأن العلاقة بينهما تستمر لمدة طويلة، أما تعريفه الأجرائي فهو إتصالات مباشرة بين الشركة والسياح المستهدفين لأجل تحقيق استجابة فورية وبناء علاقات قوية ودائمة معهم. ويختلف التسويق المباشر عن العناصر الأخرى من حيث خصوصية الأهداف التي يسعى إلى تقديمها ومن أبرزها الآتي: (قادري & مرابطي،2016:109).

- **توليد الشراء المتكرر:** يستند ذلك التكرار على أساس تثبيت أسم المشتري وعنوانه وحاجاته في قاعدة البيانات التي تم تكوينها، وبالتالي تصبح عملية الشراء روتينية ومتكررة طالما كان هنالك اتصال مع السائح ووجود قناة في إيصال المنتج إليه، وبالتالي فان الشركات التي تعتمد التسويق المباشر ستركز على هذه المجموعة من المشترين بشكل واضح.

- **إدخال منتجات أو خدمات جديدة:** أن قاعدة البيانات تتيح فرصة أمام الشركة في الاتصال مع السياح لاختيار وتقييم المنتجات او الخدمات الجديدة التي ترغب في طرحها بالسوق المستهدفة وذلك يتم عبر الاتصال بهم والتعرف على آرائهم بشكل واضح ودقيق لأجراء ما تراه مناسب من تعديلات أو تقدير مستوى الاستجابة لذلك(عبد الله،2017:70)، وبهذه الطريقة ستتحقق ميزتين هما السرية التامة في اختيار المنتج السياحي وقياس الرأي حوله أولاً، والثانية تقليص التكاليف المترتبة على ذلك الاختيار.

- **تقديم قناة توزيعية جديدة:** يستطيع المنتج أن يدخل في عمليات التسويق وتوزيع المنتجات بشكل مباشر من خلال التسويق المباشر، وبالتالي فإنه يضيف قناة توزيعية جديدة من شأنها أن تقدم منتجات بكلفة اقل وبجودة أعلى وبخدمات إرشادية مضافة قياساً لما هو عليه بالنسبة للوسطاء وبهذا تصبح ميزة تنافسية للخدمات السياحية باعتماد التسويق المباشر..

- **زيادة ولاء المستهلك:** أن ما تقدمه الشركة من مزايا تتعلق بالخصم أو حرية الشراء والدفع وبناء علاقة قوية مع السائح فإنه سيكون بمستوى عالي من الولاء للشركة، فضلاً عن تقديم الشركة للسائح المعلومات الجديدة والمحدثة التي يكون بحاجة لها لاتخاذ قرارات الشراء، ويتحقق ذلك عبر قاعدة البيانات المعتمدة لدى الشركة واتصالها المستمر مع السائح.

3.4 دوافع السفر(Travel Motives).

1. مفهوم دوافع السفر وتعريفاتها: لقد نال هذا المفهوم اهتمام خبراء التسويق السياحي وعلماء النفس، وردت تعريفات عديد للدوافع في الأدبيات التسويقية. فعرفه (عبيدات،2012: 103) على أنها القوة المحركة الكامنة في الأفراد والتي تدفعهم للسلوك باتجاه معين. وكذلك بأنها حالة من التوتر تثير السلوك وتواصله حتى يخفف هذا التوتر أو يزول فيستعيد الفرد توازنه (الفخري،2013:83). ويثبت من خلال ذلك أن دوافع السفر هي: (شبكة متكاملة من مجموعة من القوى البيولوجية والنفسية التي تعطي قيمة واتجاهاً لسلوك السائح وخيارته في السفر).

2. وظائف دوافع للسفر: هنالك مجموعة من الوظائف يمكن تلخيص أهمها في النقاط الآتية: (باشري وآخرون،2017:82-83).

- 1-2- وظيفة إنشائية:** توفر الدوافع القوة أو الطاقة التي تحرك أو تقف وراء سلوك الفرد أو التنشئة لديه، وهذه الأسباب ترتبط بحالته الداخلية من جهة والمؤثرات البيئية الخارجية من جهة أخرى.
- 2-2- وظيفة تنشيطية(تحريكة):** تعمل الدوافع باستثارة أو تحريك الفرد وتنشيطه ليسلك سلوكاً معيناً بحثاً عما يشبع حاجاته، بعد ما كان في حالة من عدم الاستقرار والاتزان النسبي، والوصول إلى حالة الاتزان يتم عن طريق قيام الفرد بسلوك نحو الهدف.
- 3-2- وظيفة توجيهية(تنظيمية):** تتمثل بتوجيه سلوك الفرد نحو هدف معين ومحدد ومدعم من بين البدائل السلوكية المختلفة، وبهذا التوجيه في اختيار سلوك الفرد وفقاً لميوله واتجاهاته، فالدافع كالبوصلة التي تحدد اتجاه ضمن مسار سلوكي معين، و تحدد قوته وشدته؛ فكما كان دافع السفر قوياً كلما أشد السلوك وزاد إصرار الضيف على القيام به والاستمرار فيه.
- 4-2- وظيفة تعزيزية أو تدعيمية:** تعمل الدوافع على دعم الاستجابة الصحيحة(السلوك المناسب للمرشد السياحي) التي نتج عنه الأثر الطيب الذي يؤدي إلى إشباع حاجات الفرد المختلفة، وهذا السلوك يميل إلى التكرار.
- 5-2- وظيفة توازنه:** تعمل الدوافع على تنظيم وتوجيه وتعديل سلوك الضيف، وإيجاد حالة التوازن النفسي والهدوء العصبي للفرد واعطائه الفرصة للتعبير عن الذات بحرية والتنفيس عن الانفعالات الحبيسة والاحساس بالبهجة والأطمئنان والراحة بعد ارهاق العمل وضغوط الحياة اليومية .
- 2-6- وظيفة تغيير السلوك:** تتمثل عندما يصل الفرد إلى مستوى الإشباع المطلوب، أي حالة وصول السائح إلى مستوى عالي من الإشباع المطلوب في الرحلة السياحية.
- 3. أنواع دوافع السفر:**
- 3-1- دوافع دينية:** تمثل المعالم الدينية محوراً مهماً في استقطاب الناس وتفعيل الحركة السياحية، وأن هذا النوع يقوم على زيارة الأماكن الدينية من السفر، خلال فترة محددة من السنة لممارسة بعض الشعائر أو لتنفيذ بعض التعاليم الدينية أو للتبرك (عبد القادر، 2003:44)، وتنفرد به دول محددة في العالم.
- 3-2- دوافع عرقية:** هي دوافع السائح لزيارة وطنه الأصلي أو الجذور العرقية، أو الأماكن التي نشأ أو درس أو عمل فيها، وهي من دوافع السفر المهمة في مجال السياحة، ويحتاج النوع من السفر لبعض الخدمات، لأن العديد من أولئك السياح يقيمون عند أقربائهم أو أصدقائهم، ولكنهم يرغبون أحياناً القيام بجولات في المقصد السياحي (خربوطلي، 2004:106).
- 3-3- دوافع عائلية:** دوافع تجذب بعض الناس نحو القيام برحلة تضم كل أفراد الأسرة إلى منطقة سياحية معينة، بغية الاستمتاع بيوم أو عدة أيام من الأسبوع: وقد تنفق عدة عائلات على زيارة مكان محدد لقضاء إجازة فيه، وتشمل السفر العائلي زيارة الأقارب، والمحافظة على العلاقات الاجتماعية بين الاسر والأفراد (السكر، 1994:13).
- 3-4- دوافع صحية:** يعد السفر بدافع العلاج والاستشفاء من أهم أنواع السفر، نظراً لحصره في أماكن معينة تتوفر فيها التسهيلات العلاجية في العالم .
- 3-5- دوافع موسمية:** هي دوافع تتعلق بالسفر للاصطياف صيفاً، وهي تكمن بزيارة بلد سياحي له مناخ طيب، يستفيد السائح منه، أما دوافع السفر شتاءً فهي تبلغ ذروتها في الفترة ما بين كانون الثاني ونيسان وتكمن هذه الدوافع في سطوع الشمس على الشواطئ، والثلج التي تغطي الجبال والتي تكون مقصداً سياحياً مهماً للترليج الجليدي ويطلق هذين النوعين من الدوافع للسفر الإقامة الموسمية (عبد القادر، 2003:47).
- 3-6- دوافع ترفيهية:** وهي تسمى أيضاً(سياحة وقت الفراغ) ويقصد بها الترويج عن نفس السائح وتجديد نشاطه وحيويته، وأن يتمكن من قضاء وقت فراغه أو عطلاته بطريقة مفيدة (العنتيل، 2000:14).
- 3-7- دوافع تاريخية:** تعتبر الآثار التاريخية من المواضيع المهمة عند السائح، لذلك يعتمد الكثير منهم زيارتها، ليقف أمام ما تركته أيدي الاجيال السابقة من فن معماري يتجلى بأبهى وأجمل صورته في مواجهة له (عبد القادر، 2003:49).
- 3-8- دوافع ثقافية:** تدخل دوافع السائح الثقافية والعلمية في السفر إلى أماكن معينة، ضمن الأهداف التي يسعى لتحقيقها، وهي زيادة معلوماته وإشباع حاجته من الناحية الثقافية (العنتيل، 2000:14).
- 3-9- دوافع رياضية:** يكون السفر بدافع إشباع رغبات السائح في ممارسة رياضتهم المفضلة .
- 3-10- دوافع اقتصادية:** وتشمل الرحلات التي تكون بدافع أغراض اقتصادية مختلفة مثل حضور المعارض الدولية.
- 3-11- دوافع أخرى:** هنالك دوافع أخرى للسفر في للمقاصد السياحية وهي: (المغامرة، التفاهة والمباهاة، العلم، التذوق، تقنية، مثلاً شراء سيارة جديدة والرغبة في السفر بها إلى مكان أو الرغبة في تجربة وسيلة جديدة(درادكه وآخرون، 2014: 75). ويتضح صعوبة الفصل بين الدوافع المختلفة للسفر أو إشباع بعضها دون أخرى، وهذا يتوقف على عوامل عديدة أهمها: العمر، النوع الاجتماعي، والحالة الاجتماعية، والمستوى العلمي .. الخ.

4. الفحص والتحليل Testing and Analysis

4.1 مجتمع وعينة الدراسة، الأدوات والأساليب المستخدمة

طُرحت فرضيات الدراسة على شكل تساؤلات، ومن أجل التحقق من صحة علاقات المخطط الفرضي للدراسة اختيرت العينة من الشركات السياحية المجازة في مدينة بغداد بوصفها جزء من مجتمع الدراسة للتأكد من صحة الافتراضات أو عدمها وحددت الأدوات والأساليب المستخدمة بجمع وتحليل البيانات عن واقع هذه الشركات، وكما موضح في الفقرات الآتية:

1. **موقع إجراء الدراسة:** تم اختيار الشركات السياحية المجازة في مدينة بغداد لإجراء الدراسة واختبار متغيراتها مع فقرات المقاييس المعتمدة .
2. **مجتمع وعينة الدراسة:** تمثل بالشركات السياحية المجازة في بغداد والبالغ عددها الكلي (542)، وتم اختيار (200) شركة كعينة مقربة تم احتسابها حسب معادلة ستيفن ثامبسون الآتية: (Steven,2012:59-60)

$$n = \frac{N * P(1 - P)}{[(N - 1) * (d^2 + z^2)] + p(1 - p)}$$

حيث أن :

N : حجم المجتمع

Z : الدرجة المعيارية المقابلة لمستوى المعنوية 0.05 ومستوى الثقة 0.95 وتساوي (1.96)

d : نسبة الخطأ وتساوي (0.05)

p : القيمة الاحتمالية وتساوي (0.50)

اذ وزعت (200) استبانة على المدراء فيها (عينة الدراسة)، وبعد تأشيرها من قبل أفراد العينة، تم اعتماد (160) استبانة فقط لعدم استكمالها من العديد من الشركات، وتفرغها بالشكل الذي يخدمه.

3. الأدوات المستخدمة في جمع البيانات:

● **الاستبانة:** تم اعتماد الاستبانة لأغراض جمع البيانات لتحليلها. وحددت مجموعة أسئلة مترابطة بشكل يحقق الهدف الذي تسعى لها الدراسة بإطار المشكلة المختارة، لغرض الحصول على البيانات والمعلومات وعلى النتائج الرقمية فيها قياس لمتغيراته، وتم استخدام واعتماد مجموعة من المقاييس بعد ان تم ترتيبها وتهيتها وفق متطلبات واتجاهات الدراسة، حيث أُعتمد المدرج الخماسي لذلك، وكما مبينة في الملحق .

● **وصف الاستبانة:** عُدَّت المصدر الرئيس لقياس وتحليل التساؤلات والفرضيات واختبارها باتجاه تفصيل (الاتصالات التسويقية) في هذه الشركات السياحية ومدى احتوائها وامكاناتها لتحقيق دوافع السفر فيها وحسب متغيرات الدراسة بالجانب النظري، فُسمت الاستبانة الى:

- **القسم الاول:** تضمنت المعلومات التعريفية والتي تم تأشير تفاصيلها لوصف أفراد عينة الدراسة، والذي يُبين خصائص العينة التي تمثلت بـ (6) متغيرات هي (النوع الاجتماعي، العمر، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، خبرة الشركة في مجال العمل السياحي، عدد الدورات التدريبية) للحصول على معلومات وتقديرات لمستويات ادارات هذه الشركات السياحية التي تم اختيارها كعينة .

- **القسم الثاني:** يحتوي على متغيرات الدراسة، وكالاتي:

● المتغير المستقل: يحتوي (2) متغيرات فرعية تعبر عن (الاتصالات التسويقية) وهما (المكونات)، عناصر الاتصالات التسويقية، تضمن البعد الأول (6) فقرات والبعد الثاني تضمن (7)، ليصبح المجموع الكلي (13) فقرة.

● المتغير التابع: يحتوي (2) متغيرات فرعية تعبر عن (دوافع السفر) وهما (وظائف دوافع السفر)، (أنواع دوافع السفر)، تضمن كل منهما (7) فقرات، ليصبح المجموع الكلي (14) فقرة. وسيتم اختبار صدقها وثباتها بواسطة برنامج SPSS v24.

جدول (1) متغيرات الدراسة وابعادها الفرعية.

عدد الفقرات	متغيرات الدراسة	
6	المكونات	X1-1
7	عناصر الاتصالات التسويقية	X1-2
13	الاتصالات التسويقية	X1
7	وظائف دوافع السفر	Y1
7	أنواع دوافع السفر	Y2
14	دوافع السفر	Y
27	كل فقرات الاستبيان	

المصدر: اعداد الباحثة على ضوء متغيرات البحث.

4. أساليب وصف البيانات وتحليلها: تستخدم الوسائل والأساليب الاحصائية المختلفة للحصول على نتائج أثناء اجراء الدراسة والتي يتم من خلالها اختبار الفروض لغرض فهم المشكلات والاجابة عن التساؤلات التي طرحت في الدراسة عبر تطبيق SPSS v24 .

5. اختبار الصدق والثبات:

5-1- اختبار الصدق الظاهري للاستبانة: ويقصد به قدرة الاستبانة للتعبير عن الهدف الذي صممت من أجله أو أن يقيس الاستبيان ما وضع لقياسه وان يعكس المحتوى المراد قياسه وفقاً لأوزانه النسبية وان السؤال او العبارة الموجودة في الاستبيان تقيس ما تفترض الدراسة قياسها بالفعل. وهناك عدة أساليب أيسرها هو صدق المحكمين المتخصصين في مجال الظاهرة موضوع الدراسة اذ تم عرضها على (17) محكماً وتم تصحيح وتعديل بعض الفقرات بعد أخذ رأيهم بعلاقتها بالبعد الذي نقيسه أم لا؟ ، ويبين جدول (1) تحقق الصدق الظاهري في الاستبانة وكالاتي:

- نسبة اتفاق الاساتذة المحكمين على صدق فقرات (الاتصالات التسويقية) بلغت (76.92%)، وهي نسبة مقبولة تؤشر اتفاق الاساتذة المحكمين على (10) فقرة من بين (13) فقرة خصصت للمتغير المستقل الاول بأبعاده المستقلة (المكونات، عناصر الاتصالات التسويقية).

- نسبة اتفاق الاساتذة المحكمين على صدق فقرات (دوافع السفر) بلغت (85.71%)، وهي نسبة جيدة تؤشر اتفاق الاساتذة المحكمين على (12) فقرة من بين (14) فقرة خصصت للمتغير التابع بأبعاده الاثنان (وظائف دوافع السفر، أنواع دوافع السفر).

- نسبة اتفاق الاساتذة المحكمين على صدق جميع فقرات الاستبانة سجلت (81.48%)، وهي نسبة جيدة تحقق اتفاق الاساتذة المحكمين على (22) فقرة من بين (27) فقرة.

جدول (2) معطيات اختبار الصدق الظاهري لأداة قياس الاستبانة.

التحليل	مستوى الصدق	نسبة اتفاق المحكمين على صدق الفقرات	الفقرات المتفق عليها	عدد الفقرات	متغيرات الدراسة	
وجود صدق ظاهري في أبعاد الاتصالات التسويقية	جيدة	83.33%	5	6	المكونات	X1
	جيدة	71.43%	5	7	عناصر الاتصالات التسويقية	X2
	جيدة	76.92 %	10	13	الاتصالات التسويقية	X
وجود صدق ظاهري كبير في أبعاد دوافع السفر	جيدة جدا	85.71 %	6	7	وظائف دوافع السفر	Y1
	جيدة جدا	85.71%	6	7	أنواع دوافع السفر	Y2
	جيدة جدا	85.71%	12	14	دوافع السفر	Y

وجود صدق ظاهري كبير في مجمل فقرات الاستبانة	عالية	81.48%	22	27	كل فقرات الاستبيان
---	-------	--------	----	----	--------------------

المصدر: اعداد الباحثة على وفق اراء المحكمين

5-2- اختبار صدق المحتوى بالمقارنة الطرفية للاتصالات التسويقية ودوافع السفر: تم اتباع طريقة صدق المحتوى بالمقارنة الطرفية لبرهنة مدى صدق فقرات الاستبانة في تمثيل موضوع الدراسة (الاتصالات التسويقية وتأثيرها في دوافع السفر- دراسة استطلاعية لأراء عينة من مدراء الشركات السياحية في محافظة بغداد خير تمثيل، ولاسيما أن طريقة صدق المحتوى بالمقارنة الطرفية تستند على (T-TEST) المتعلق بالمقارنة بين متوسطين، بعد ترتيب البيانات أما تنازليا او تصاعديا ثم سحب ما يساوي ثلثي القيم من اعلى واسفل البيانات المرتبة، إذ سيتحقق شرط الصدق في بيانات الاستبانة عندما تكون قيمة T المحتسبة معنوية، وطريقة صدق المحتوى بالمقارنة الطرفية تستخدم لتأكيد، وكانت نتائج تطبيق صدق المحتوى بالمقارنة الطرفية على بيانات الدراسة ومن خلال معطيات التحليل الاحصائي وكما معروض في جدول (3) بمجملها ان النتائج معنوية وتؤكد تحقق شرط الصدق في فقرات الاستبانة وأبعادها المستقلة وأبعادها التابعة ومتغيراتها (الاتصالات التسويقية) و(دوافع السفر). لذا توصلت الباحثة ومن خلال التحليل الاحصائي السابق ومعطيات تطبيق طريقة الصدق الظاهري وطريقة صدق المحتوى بالمقارنة الطرفية الى أن الاستبانة تمثل موضوع الدراسة الموسوم (الاتصالات التسويقية وتأثيرها في دوافع السفر- دراسة استطلاعية لعينة من الشركات السياحية في محافظة بغداد) أفضل تمثيل.

جدول (3) نتائج اختبار صدق المحتوى بالمقارنة الطرفية.

التحليل	القيمة الاحتمالية	TEST-T	متغيرات الدراسة	
تحقق شرط صدق المحتوى في أبعاد الاتصالات التسويقية	0.000	11.804	المكونات	X1
	0.000	57.63	عناصر الاتصالات التسويقية	X2
	0.000	8.991	الاتصالات التسويقية	X
تحقق شرط صدق المحتوى في أبعاد دوافع السفر	0.000	9.033	وظائف دوافع السفر	Y1
	0.000	5.296	أنواع دوافع السفر	Y2
	0.000	6.660	دوافع السفر	Y
تحقق شرط صدق المحتوى في مجمل فقرات الاستبانة	0.000	8.064	كل فقرات الاستبيان	

المصدر: اعداد الباحثة على وفق نتائج الاختبار بالاعتماد على برنامج SPSS V24

5-3- ثبات الاستبانة: هو تحقق الأدوات والمقاييس نتائج ايجابية وأن يعطي نفس النتائج اذا اعيد تطبيقه عدة مرات متتالية واذا كررت الباحثة القياس تحصل على نفس النتائج، ولغرض التأكد من ثبات تلك التقديرات يتم اعادة اختبار أفراد عينة الدراسة بأوقات مختلفة لتعطي نفس النتائج، وقد تم احتساب الثبات بطريقتين:

• **معامل ألفا كورنباخ Alpha – Cornbach:** يستخدم معامل الثبات الفا لكرونباخ عندما نود قياس ثبات التقديرات التي نحصل عليها من الاختبارات أو الاستبيانات (أو محاورها) والتي تقيس موضوعا يفترض تجانس مفرداته، فضلا عن معامل الفا يمكن ان يعطيك معامل ارتباط كل فقرة مع مجموع الفقرات الاخرى وهذه المعاملات مفيدة في مرحلة اعداد الاختبار أو الاستبانة لأن بالإمكان حذف أو تعديل أو تبديل الفقرات التي لا ترتبط ارتباطا موجبا مع بقية الفقرات في المقياس أو المحور، ولاستخراج الثبات على وفق هذه الطريقة تم تطبيق معادلة (ألفا كورنباخ Alpha – Cornbach)، ولا بد ان تكون قيمة معامل الثبات أكبر 0.70 لقبول ثبات الاستبيان وتميره على كامل العينة المدروسة.

جدول (4) قيم معامل الثبات وتفسير دلالتها

التفسير	قيمة معامل الثبات
ثبات ممتاز	0.90 - فأكثر
ثبات جيد جدا	0.89 - 0.80
ثبات جيد (هذا مايتحقق لأكثر الاختبارات)	0.79 - 0.70
ثبات قليل (يحتاج الى مراجعة)	0.69 - 0.50
ثبات ضعيف (الاختبار لا يساهم في العلاقة)	0.49 فأقل

المصدر: (Lind.et.al,2006:64)

- طريقة التجزئة النصفية Split-Half : لايجاد معامل الارتباط بين قيم الدرجات للاسئلة الزوجية والفردية للاستبانة، فاذا كان معامل الثبات (0.70) فأكثر، فهذا يعني ان ذلك ملائما للبحوث والدراسات التي تكون فيها الاستبانة اداة معتمدة. تم تطبيق الطريقتين على استمارات الدراسة ، وكانت النتائج في جدول (5) التالي:
جدول (5) نتائج اختبار الثبات

التفسير	معامل الثبات بالتجزئة النصفية Guttman Split-Half Coefficient	قيمة معامل ألفا كرونباخ Cornbach's Alpha	متغيرات الدراسة
تجتاز احد الاختبارين	0.609	0.699	X1 المكونات
(تجتاز الاختبارين) وجود ثبات في فقرات أبعاد البعد الثاني	0.689	0.755	X2 عناصر الاتصالات التسويقية
(تجتاز الاختبارين) وجود ثبات في فقرات البعد	0.800	0.800	X1 الاتصالات التسويقية
(تجتاز الاختبارين) وجود ثبات في فقرات البعد	0.758	0.801	Y1 وظائف دوافع السفر
تجتاز أحد الاختبارين	0.507	0.691	Y2 أنواع دوافع السفر
(تجتاز الاختبارين) وجود ثبات في فقرات المتغير	0.761	0.771	Y دوافع السفر
(تجتاز الاختبارين) وجود ثبات كبير في مجمل فقرات الاستبانة	0.779	0.835	كل فقرات الاستبيان

المصدر: اعداد الباحثة على وفق نتائج برنامج SPSS V24

4.2 التحليل الوصفي للمعلومات التعريفية لعينة الدراسة

يتضح لنا ثبات أداة الدراسة (الاستبيان) وبدرجة جيدة بعد اجراء التعديلات عليها، مما يجعلنا نطبقها على كامل العينة، وعليه فان التحليل الوصفي لأفراد العينة أكده جدول (6) وكان كالآتي:

1. النوع الاجتماعي: ان عدد الذكور بين افراد العينة المدروسة كان هو الغالب وبواقع (145) وبنسبة بلغت (90.6%) في حين بلغ عدد الإناث (15) فقط وبنسبة (9.4%) مما يؤشر ان نسبة أعداد الذكور هي الغالبة العاملة في مجال ادارة الشركات السياحية .
2. العمر: ان الفئة العمرية (35 سنة فأقل) شكلت أعلى عدد بين افراد العينة حيث بلغ عددهم (74) اذ شكلوا نسبة (46.3%)، بينما كان عدد الذين اعمارهم ضمن الفئة (56 سنة فأكثر) تمثل العدد الأقل بين افراد العينة وبواقع (15) وشكلوا نسبة (9.4%).
3. المؤهل العلمي: ان عدد الحاصلين على شهادة البكالوريوس في العينة المدروسة كانت الأعلى حيث بلغ عددهم (101) وبنسبة (63.1%)، بما يؤكد امتلاك المستجيبين لخبرات أكاديمية ليست بالقليلة للإجابة على فقرات استمارة الاستبيان بعلمية، وبلغ عدد الحاصلين على الدكتوراه وبواقع (12) وبنسبة (7.5%)، وهي أقل نسبة.
4. الخبرة: ان الذين لديهم خبرة (أقل من 5 سنوات) في العينة المدروسة كانت الأعلى حيث بلغ عددهم (65) وبنسبة (40.6%)، بما يؤكد امتلاك المستجيبين لخبرات ليست بالعالية، وبلغ عدد الذين لديهم سنوات خبرة (16 سنة فأكثر) بواقع (3) لكل منهما وبنسبة (1.9%)، وهي نسبة قليلة ممكن أن تؤثر على اجابات العينة .
5. خبرة الشركة في مجال العمل السياحي: ان الذين لديهم خبرة في مجال العمل السياحي (1-5 سنوات) في العينة المدروسة كانت الأعلى حيث بلغ عددهم (61) وبنسبة (38.1%)، وبلغ عدد الذين لديهم (16 سنة فأكثر) بواقع (7) وبنسبة (4.4%)، وهي أقل نسبة .

عدد الدورات التدريبية: ان الذين لديهم عدد دورات تدريبية (2) في العينة المدروسة كانت الأعلى حيث بلغ عددهم (52) وبنسبة(32.5%)، وبلغ عدد الذين لديهم (ثلاث دورات فأكثر) بواقع (32) وبنسبة (20%)، وهي أقل نسبة .

جدول (6) وصف أفراد عينة الدراسة

المتغيرات	الفئات المستهدفة	العدد	النسبة %
النوع الاجتماعي	ذكر	145	90.6%
	انثى	15	9.4%
المجموع			
العمر	35 سنة فأقل	74	46.3%
	36 - 45 سنة	50	31.3%
	46 - 55 سنة	21	13%
	56 سنة فأكثر	15	9.4%
المجموع			
المؤهل العلمي	دبلوم فأقل	34	21.3%
	بكالوريوس	101	63.1%
	ماجستير	13	8.1%
	دكتوراه	12	7.5%
المجموع			
الخبرة	أقل من 5 سنوات	65	40.6%
	6 - 10 سنوات	60	37.5%
	11 - 15 سنة	32	20%
	16 سنة فأكثر	3	1.9%
المجموع			
خبرة الشركة في مجال العمل السياحي	1-5 سنوات	61	38.1%
	6-10 سنوات	57	35.6%
	11-15 سنة	35	21.9%
	16 سنة فأكثر	7	4.4%
المجموع			
عدد الدورات التدريبية	لم أشارك	40	25%
	دورة واحدة	36	22.5%
	دورتين	52	32.5%
	ثلاث دورات فأكثر	32	20%
المجموع			
160			

المصدر: اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

4.3 أهمية متغيرات الدراسة (الاتصالات التسويقية) و (دوافع السفر)

تشير هذه الفقرة الى بيان اجابات أفراد العينة والبالغ عددهم (160) فرداً، حول محتويات أسئلة الاستبانة والمتعلقة بالمتغير المستقل (الاتصالات التسويقية) والذي يشمل (المكونات، عناصر الاتصالات التسويقية)، والمتغير المعتمد (دوافع السفر) والذي يشمل (وظائف دوافع السفر، أنواع دوافع السفر)، حيث تم اعتماد الجداول التي توضح اتجاهات اجابات العينة لكل فقرة ولكل محور من محاور الدراسة، إذ استخدمت الأوساط الحسابية والانحراف المعياري والأهمية النسبية لها وحسب مصفوفة قوة الاجابة.

جدول (7) الميزان التقديري وفقاً لمقياس ليكرت الخماسي.

المستوى	المتوسط المرجح بالاوزان	الاستجابة
منخفض	من 1 إلى 1.79	لا أتفق بشدة
	من 1.80 إلى 2.59	لا أتفق
متوسط	من 2.60 إلى 3.39	محايد
مرتفع	من 3.40 إلى 4.19	أتفق

أُتفق بشدة
من 4.2 إلى 5
المصدر: (بركات: 2013: 13)

1. تحليل استجابات عينة الدراسة عن المتغير المستقل (الاتصالات التسويقية): تضمنت استبانة الدراسة في محورها الخاص بقياس الاتصالات التسويقية (13) سؤالاً موزعة على (2) من الأبعاد، لايجاد مدى توافر مقومات الاتصالات التسويقية في الشركات السياحية (عينة الدراسة)، وكانت نتائج اجابات العينة لمحاور (الاتصالات التسويقية) كما يأتي:
1-1 المكونات: بلغت قيمة الأهمية النسبية (79.38%) وهي نسبة عالية تؤكد اتفاق عينة الدراسة على معظم فقرات هذا المحور، حيث سجل الوسط الحسابي لهذا المحور (3.97) الذي يقع ضمن الفترة (3.40 إلى 4.19) وهذا يعني بأن اجابات العينة متجه نحو الاتفاق، وانحراف معياري (1.024)، مما يشير الى مدى تجانس الاجابات بخصوص (المكونات) كما في الجدول (8).

جدول (8) وصف اجابات العينة لفقرات البعد الأول للاتصالات التسويقية.

الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات										الأبعاد
			5		4		3		2		1		
			اجابات العينة والنسب المئوية										
			%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	
74.66	1.137	3.73	30	48	33.1	53	21.3	34	11.3	18	4.4	7	Q1
75.14	1.051	3.76	19.4	31	55	88	15.6	25	1.9	3	8.1	13	Q2
81.82	1.112	4.09	46.3	74	31.9	51	10.6	17	6.9	11	4.4	7	Q3
79.42	1.049	3.97	34.4	55	40.6	65	18.8	30	-	-	6.3	10	Q4
82.02	0.842	4.09	35.6	57	42.5	68	19.4	31	1.3	2	1.3	2	Q5
83.20	0.951	4.16	41.2	66	43.1	69	10	16	1.9	3	3.8	6	Q6
79.38	1.024	3.97	الأجمالي										

المصدر: اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

وقد توزعت مستويات أهمية فقرات البعد (المكونات) بين اعلى مستوى اجابة حققته الفقرة (Q6) بوسط حسابي بلغت قيمته (4.16) وبانحراف معياري (0.951)، واهمية نسبية شكلت (83.20%) ليؤكد ذلك اتفاق معظم افراد عينة الدراسة على هذه الفقرة ، بما يرجح (ان تحقيق أهداف الشركة هي الغاية لنجاح الرسالة الاتصالية مع السياح)، بينما الفقرة (Q1) حققت ادنى مستوى اجابة بين فقرات (المكونات) اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لها (3.73) وكان الانحراف المعياري قد سجل (1.137) ، وأهمية نسبية شكلت (74.66%) ليؤكد ذلك اتفاق معظم افراد عينة الدراسة على أن (الشركة السياحية تستخدم العلامة التجارية كمصدر للعملية الاتصالية).

1-2 عناصر الاتصالات التسويقية: بلغت قيمة الأهمية النسبية (79.90%) وهي نسبة عالية تؤكد اتفاق عينة الدراسة على معظم فقرات هذا المحور، حيث سجل الوسط الحسابي لهذا المحور (3.99) الذي يقع ضمن الفترة (3.40 إلى 4.19) وهذا يعني بأن اجابات العينة متجه نحو الاتفاق، وانحراف معياري (0.797)، مما يشير الى مدى تجانس الاجابات بخصوص (عناصر الاتصالات التسويقية) كما في الجدول (9).

جدول (9) وصف اجابات العينة لفقرات البعد الثاني للاتصالات التسويقية.

الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات										الأبعاد
			5		4		3		2		1		
			اجابات العينة والنسب المئوية										
			%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	
81.2	0.940	4.06	39.4	63	34.4	55	18.8	30	7.5	12	-	-	Q7
83.34	0.623	4.16	28.8	46	58.8	94	12.5	20	-	-	-	-	Q8
80.36	0.865	4.02	30.6	49	48.1	77	13.8	22	7.5	12	-	-	Q9
79.58	0.718	3.98	24.4	39	48.8	78	26.9	43	-	-	-	-	Q10
77.88	0.766	3.89	19.4	31	55.6	89	20	32	5	8	-	-	Q11
77.64	0.750	3.88	21.3	34	46.3	74	31.3	50	1.3	2	-	-	Q12
79.32	0.917	3.96	32.5	52	38.8	62	21.3	34	7.5	12	-	-	Q13

2-1- وظائف دوافع السفر: بلغت قيمة الأهمية النسبية (81.34%) وهي نسبة عالية تؤكد اتفاق عينة الدراسة على معظم فقرات هذا المحور، حيث سجل الوسط الحسابي لهذا المحور (4.07) الذي يقع ضمن الفترة (3.40 إلى 4.19) وهذا يعني بأن اجابات العينة متجه نحو الاتفاق، وانحراف معياري (0.757)، مما يشير الى مدى تجانس الاجابات بخصوص (وظائف دوافع السفر) كما في الجدول (11).

جدول (11) وصف إجابات العينة لفقرات البعد الاول لدوافع السفر.

الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات										الأبعاد
			5		4		3		2		1		
			اجابات العينة والنسب المئوية										
			%	f	%	f	%	f	%	F	%	f	
80.20	0.968	4.01	31.9	51	46.9	75	16.3	26	-	-	5	8	Q14
82.50	0.652	4.13	28.1	45	56.3	90	15.6	25	-	-	-	-	Q15
83.00	0.491	4.15	20.6	33	73.8	118	5.6	9	-	-	-	-	Q16
78.24	0.835	3.91	23.1	37	50	80	24.4	39	-	-	2.5	4	Q17
83.36	0.818	4.17	35.6	57	50.6	81	11.3	18	-	-	2.5	4	Q18
81.18	0.892	4.06	31.3	50	50.6	81	14.4	23	-	-	3.8	6	Q19
80.88	0.643	4.04	18.8	30	68.8	110	11.3	18	-	-	1.3	2	Q20
81.34	0.757	4.07	الأجمالي										

المصدر: اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

وقد توزعت مستويات أهمية فقرات بعد (وظائف دوافع السفر) بين اعلى مستوى اجابة حققته الفقرة (Q18) بوسط حسابي بلغت قيمته (4.17) وانحراف معياري (0.818)، واهمية نسبية شكلت (83.36%) ليؤكد ذلك اتفاق كل افراد عينة الدراسة على هذه الفقرة، بما يرجح (ان دوافع السفر تحقق حالة من التوازن النفسي والهدوء العصبي للسائح)، بينما الفقرة (Q17) حققت ادنى مستوى اجابة بين فقرات (وظائف دوافع السفر) اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لها (3.91) وكان الانحراف المعياري قد سجل (0.835)، وأهمية نسبية شكلت (78.24%) ليؤكد ذلك اتفاق أغلب افراد عينة الدراسة على (أن دوافع السفر تسهم في تدعيم سلوك السائح واطهار مواهبه وتطلعاته).

2-2- أنواع دوافع السفر: بلغت قيمة الأهمية النسبية (80.06%) وهي نسبة عالية تؤكد اتفاق عينة الدراسة على معظم فقرات هذا المحور، حيث سجل الوسط الحسابي لهذا المحور (4.00) الذي يقع ضمن الفترة (3.40 إلى 4.19) وهذا يعني بأن اجابات العينة متجه نحو الاتفاق، وانحراف معياري (0.991)، مما يشير الى مدى تجانس الاجابات بخصوص (أنواع دوافع السفر) كما في الجدول (12)

جدول (12) وصف إجابات العينة لفقرات البعد الثاني لدوافع السفر.

الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الفقرات										الأبعاد
			5		4		3		2		1		
			اجابات العينة والنسب المئوية										
			%	f	%	f	%	f	%	F	%	f	
85.10	0.593	4.25	31.3	50	63.8	102	4.4	7	-	-	0.6	1	Q21
77.30	1.096	3.86	25.6	41	53.8	86	11.3	18	-	-	9.4	15	Q22
80.86	1.036	4.04	33.1	53	53.1	85	6.3	10	-	-	7.5	12	Q23
79.90	1.200	3.99	39.4	63	41.9	67	8.1	13	-	-	10.6	17	Q24
79.82	0.876	3.99	26.9	43	52.5	84	16.3	26	1.3	2	3.1	5	Q25
76.62	1.195	3.82	34.4	55	33.8	54	21.3	34	1.3	2	9.4	15	Q26
80.80	0.944	4.04	27.5	44	61.3	98	5	8	-	-	6.3	10	Q27
80.06	0.991	4.00	الأجمالي										

المصدر: اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

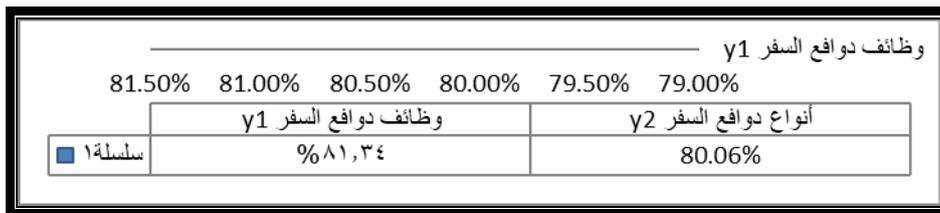
وقد توزعت مستويات أهمية فقرات بعد(أنواع دوافع السفر) بين أعلى مستوى اجابة حققته الفقرة (Q21) بوسط حسابي بلغت قيمته (4.25) وبانحراف معياري (0.593)، واهمية نسبية شكلت (85.10%) ليؤكد ذلك اتفاق معظم افراد عينة الدراسة على هذه الفقرة، بما يرجح (أن الدافع الروحي للسائح حافز مهم لدفعه لزيارة الاماكن الدينية)، بينما الفقرة (Q26) حققت ادنى مستوى اجابة بين فقرات (أنواع دوافع السفر) اذ بلغت قيمة الوسط الحسابي لها (3.82) وكان الانحراف المعياري قد سجل (1.195) ، وأهمية نسبية شكلت (76.62%) ليؤكد ذلك اتفاق بعض افراد عينة الدراسة على أن (السائح يمارس اشكال متعددة من السلوك داخل الاماكن الرياضية أو السياحية). وعليه يتضح من الجدول (16) أن قيمة الوسط الحسابي الموزون لمتغير (دوافع السفر) بلغت (4.04) الذي يقع ضمن الفترة (3.40 إلى 4.19) وهذا يعني بان اجابات العينة متجه نحو الاتفاق، وبانحراف معياري (0.874) ، والذي يشير الى مدى تجانس في اجابات عينة الدراسة بخصوص هذا المتغير، في حين سجلت الأهمية النسبية (80.70%) وهي نسبة عالية تؤكد اتفاق عينة الدراسة على معظم فقرات (دوافع السفر).

جدول (13) مستوى أهمية المتغير التابع دوافع السفر .

الترتيب	مستوى استجابة أفراد العينة	الأهمية النسبية %	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي الموزون	المتغيرات	الرمز
الأول	مرتفع	81.34	0.757	4.07	وظائف دوافع السفر	Y1
الثاني	مرتفع	80.06	0.991	4.00	أنواع دوافع السفر	Y2
التابع	مرتفع	80.70	0.874	4.04	دوافع السفر	Y

المصدر: اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

ان قياس مستوى الأهمية والوسط الحسابي والانحراف المعياري للمتغير التابع (دوافع السفر) بينت أن الحصة الأكبر من الاجابات لعينة الدراسة كانت لـ(وظائف دوافع السفر) ، وهذا يدل على أهمية (الوظائف التنشيطية والتوجيهية والتعزيزية...الخ) من خلال (الاسهام في تنشيط وتحريك سلوك السائح بالاتجاه الصحيح)، ثم (أنواع دوافع السفر) والتي تتمثل بـ(الدينية، العرقية، العائلية، الصحية والاستشفائية، الترفيهية، التاريخية، الثقافية، الرياضية، الاقتصادية.. الخ) من خلال (توفير البيئة السياحية المناسبة لتنشيط السفر والسياحة إلى مختلف المناطق العلاجية والاستشفائية). وللمقارنة بين محاور(دوافع السفر) من حيث الأهمية النسبية يلاحظ أن محور(وظائف دوافع السفر) حصل على أعلى مستوى أهمية نسبية بواقع (81.34%)، و سجل محور(أنواع دوافع السفر)أدنى مستوى بواقع (80.06%)، وكما موضح في الشكل(4).



شكل (4) يبين الأهمية النسبية محاور دوافع السفر

4.4 إختبار فرضيات الدراسة

1. إختبار فرضيات الارتباط: لاختبار فرضيات العلاقة الارتباطية بين (الاتصالات التسويقية) وابعاده مع (دوافع السفر) وابعاده، تم اجراء اختبار (Z - TEST) إذ ستقبل فرضية الارتباط إذ كانت القيمة الاحتمالية (p value) المناظر لقيمة Z المحتسبة أقل أو تساوي مستوى المعنوية المستخدم في الدراسة والبالغ (0.05) بما يؤكد صحة فرضية الارتباط بنسبة ثقة 95%، أما إذ كانت القيمة الاحتمالية (p value) أكبر من مستوى (0.05) ترفض الفرضية. كما تم اختبار معامل الارتباط بين المتغيرات لتفسير قوة واتجاه الارتباط بين متغيرات الفرضية، فاذا كان قيمة معامل الارتباط محصورة بين (0.50) و (1) الصحيح دل ذلك على قوة العلاقة الارتباطية، وظهور العلامة (***) أو (*) في نتائج برنامج التحليل الاحصائي SPSS ليؤكد معنوية العلاقة الارتباطية بين المتغيرين عند مستوى دلالة (0.01) و (0.05) على التوالي ، وسيختبر في هذا المبحث الفرضيات الآتية:

الفرضية الرئيسية الأولى: (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين الاتصالات التسويقية و دوافع السفر)

وتنبثق منها فرضيتان ثانوية وعلى النحو الآتي:

- توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين المكونات و دوافع السفر.
- توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين عناصر الاتصالات التسويقية ودوافع السفر.

وكانت نتائج اختبار الفرضية الرئيسة الأولى كالاتي:

نتائج اختبار فرضيات الارتباط بين الاتصالات التسويقية بأبعاده المستقلة(المكونات و عناصر الاتصالات التسويقية) وبين المتغير التابع المتمثل ب(دوافع السفر)، على وفق الجدول(14) كالاتي :

1. رفض الفرضية الثانوية المنبثقة من الفرضية الرئيسة الأولى التي مفادها (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين المكونات و دوافع السفر) وبنسبة ثقة (95 %) ، إذ بلغت قيمة Z المحتسبة (0.594) وهي غير معنوية، بينما سجلت قيمة معامل الارتباط (0.05) ليرسخ ذلك الارتباط الضعيف بين المكونات و دوافع السفر على وفق اجابات عينة الدراسة .

2. قبول الفرضية الثانوية المنبثقة من الفرضية الرئيسة الأولى التي مفادها (توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين عناصر الاتصالات التسويقية ودوافع السفر) وبنسبة ثقة (95 %) ، إذ بلغت قيمة Z المحتسبة (6.441) وهي معنوية، وسجلت قيمة معامل الارتباط (0.30*) ليرسخ ذلك وجود ارتباط طردي بين عناصر الاتصالات التسويقية و دوافع السفر على وفق اجابات عينة الدراسة.

3. قبول الفرضية الرئيسة الأولى التي مفادها(توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين الاتصالات التسويقية ودوافع السفر) وبنسبة ثقة (95%)، إذ بلغت قيمة Z المحتسبة (2.174) وهي معنوية، بينما سجلت قيمة معامل الارتباط بين (0.20*) ليرسخ ذلك وجود ارتباط بين المتغيرين (الاتصالات التسويقية) و(دوافع السفر).

جدول (14) نتائج اختبار الفرضية الرئيسة الأولى

التفسير	اختبار Z		معامل الارتباط بين متغيرين	المتغير التابع	المتغير المستقل الاول	
	القيمة الاحتمالية P value	قيمة Z المحتسبة			المكونات	أبعاد المتغير المستقل
وجود ارتباط ضعيف بين المكونات و دوافع السفر وبالتالي رفض الفرضية الثانوية الأولى	0.556	0.594	0.10	دوافع السفر	المكونات	أبعاد المتغير المستقل
وجود ارتباط طردي بين العناصر ودوافع السفر وبالتالي قبول الفرضية الثانوية الثانية	0.000	6.441	0.30*		عناصر الاتصالات التسويقية	
وجود ارتباط طردي بين الاتصالات التسويقية ودوافع السفر وبالتالي قبول الفرضية الرئيسة الأولى	0.030	2.174	0.20*		الاتصالات التسويقية	

* تشير إلى أن العلاقة معنوية بين المتغيرين عند مستوى معنوية 0.05

المصدر: اعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

2 : اختبار فرضيات التأثير

تم تطبيق اختبار F (F-test) لمعرفة معنوية التأثير للمتغير المستقل (الاتصالات التسويقية) في المتغير المعتمد (دوافع السفر) ، فاذا كانت القيمة الاحتمالية Sig. أقل من مستوى المعنوية البالغ (0.05) يدل ذلك على وجود تأثير ذو دلالة معنوية ، والعكس صحيح ، واذا كانت القيمة المحسوبة لـ (F) أكبر من قيمتها الجدولية الاحتمالية يدل على وجود تأثير ذو دلالة احصائية والعكس صحيح ، وكذلك تم استخراج قيمة معامل التحديد (R^2) التي تبين نسبة تفسير (المتغيرات المستقلة) بمتغير (دوافع السفر)، وتم اجراء اختبار Mahalanobis ووجد قيمته (17.825) وهي أصغر من قيمة x^2 الجدولية البالغة (124.342) والتي تفسر عدم وجود القيم المتطرفة ويمكن اجراء اختبارات الانحدار المتعدد، ولمعرفة تأثير المتغير (الاتصالات التسويقية) ومحاوره في المتغير (دوافع السفر) ومحاوره تم اجراء الاختبار على الفرضيات الآتية:

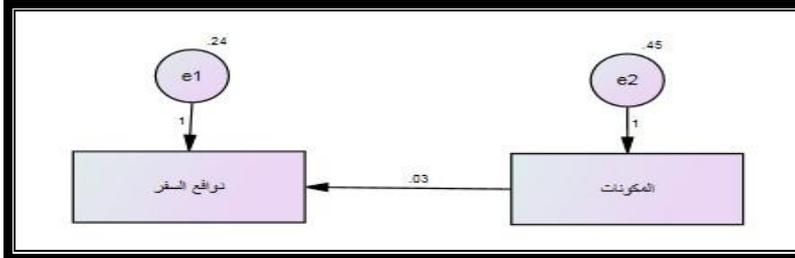
الفرضية الرئيسية الثانية: (يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للاتصالات التسويقية في دوافع السفر). وتنبثق منها الفرضيات الثانوية وعلى النحو الآتي:

- يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للمكونات في دوافع السفر.
- يوجد تأثير معنوي ذو دلالة احصائية للعناصر في دوافع السفر.

فكانت النتائج حسب الجدول (15) كالآتي :

1- لا يوجد تأثير ذي دلالة احصائية لمتغير (المكونات) بـ(دوافع السفر) ، اذ بلغت قيمة F المحتسبة (349.0) وهي غير معنوية وهذا يعني رفض الفرضية (يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لمتغير (المكونات) بـ(دوافع السفر) اذ بلغت قيمة معامل التحديد (0.021 %) التي تشير الى نسبة تأثير ومساهمة (المكونات) بـ(دوافع السفر).

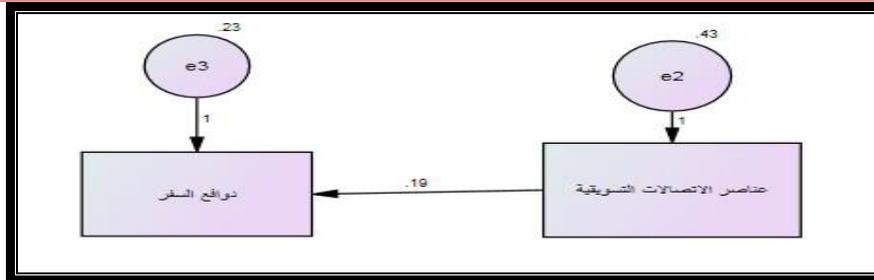
$$\hat{Y} = 3.897 + 0.034 x_1$$



شكل (5) توكيد العلاقة بين المتغيرات المدروسة حسب مخرجات برنامج AMOS v24

2- يوجد تأثير ذي دلالة احصائية لمتغير (عناصر الاتصالات التسويقية) بـ(دوافع السفر)، اذ بلغت قيمة F المحتسبة (10.640) وهي معنوية وهذا يعني قبول الفرضية (يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لمتغير (عناصر الإتصالات التسويقية) بـ(دوافع السفر) وبلغت قيمة معامل التحديد (0.10 %) التي تشير الى نسبة تأثير ومساهمة (العناصر) بـ(دوافع السفر).

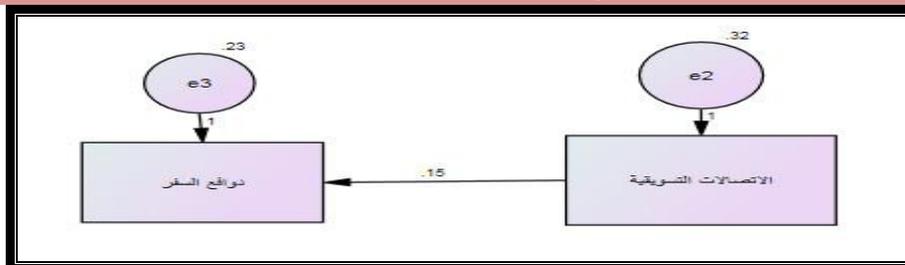
$$\hat{Y} = 3.30 + 0.189 x_2$$



شكل (6) توكيد التأثير للعلاقة بين المتغيرات المدروسة حسب مخرجات برنامج AMOS v24

3- وجود تأثير ذي دلالة احصائية لمتغير (الاتصالات التسويقية) بـ(دوافع السفر) ، اذ بلغت قيمة F المحتسبة (4.793) وهي معنوية وهذا يعني قبول الفرضية (يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لمتغير (الاتصالات التسويقية) بـ(دوافع السفر) وبلغت قيمة معامل التحديد (0.08 %) التي تشير الى نسبة تأثير ومساهمة (الاتصالات التسويقية) بـ(دوافع السفر).

$$\hat{Y} = 3.453 + 0.148 x_1$$



شكل (8) توكيد التأثير للعلاقة بين المتغيرات المدروسة حسب مخرجات برنامج AMOS v24
الجدول (15) نتائج اختبار فرضيات التأثير للاتصالات التسويقية في دوافع السفر

المتغيرات	F- test			معامل التحديد R ²	معامل الانحدار β	الحد الثابت ã	المتغيرات	
	القيمة الاحتمالية sig.	الجدولية	المحتسبة				المعتمد	المستقل
التفسير								

لا يوجد تأثير	0.556		0.349	0.021	0.034	3.897	دوافع السفر	المكونات
يوجد تأثير	0.000	3.8415	10.640	0.10	0.189	3.30		عناصر الاتصالات التسويقية
يوجد تأثير	0.030		4.793	0.08	0.148	3.453		الاتصالات التسويقية

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد على نتائج برنامج SPSS V24

يوضح الجدول السابق قيمة معامل التحديد (0.08%) أي ان المتغير المستقل الاول يفسر التباين الحاصل في دوافع السفر. ويوضح الاختبار معنوية الانحدار ونلاحظ قيمة sig هي (0.030) وهي أقل من 0.05 وبالتالي نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل أي (يوجد تأثير بوجود المتغير المستقل الثاني على المتغير التابع ونستطيع التنبؤ بالمتغير التابع من خلاله).

5. الاستنتاجات والتوصيات

5.1 الاستنتاجات (Conclusions).

1. لا توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين المكونات و دوافع السفر.
2. توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين عناصر الاتصالات التسويقية و دوافع السفر.
3. توجد علاقة ارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين الاتصالات التسويقية و دوافع السفر.
4. لا يوجد تأثير ذي دلالة احصائية لمتغير (المكونات) بـ (دوافع السفر).
5. يوجد تأثير ذي دلالة احصائية لمتغير (عناصر الاتصالات التسويقية) بـ (دوافع السفر).
6. وجود تأثير ذي دلالة احصائية لمتغير (الاتصالات التسويقية) بـ (دوافع السفر) بوجود البعد (عناصر الاتصالات التسويقية).
7. حقق متغير(عناصر الاتصالات التسويقية) أعلى قيمة تأثيرية في متغير البعد الاول للمتغير التابع (وظائف دوافع السفر) وهذا يدل على ان تهيئة وتنظيم المستلزمات الخاصة بعلاقات التبادل بظن بيئة ديناميكية متحركة تساعد في الوظائف التوجيهية والتي تدعم القوة الكامنة لدى السائح والتي تدفعه الى السفر.
8. أكدت النتائج ان متغير(عناصر الاتصالات التسويقية) حقق أعلى قيمة تأثيرية في متغير البعد الثاني للمتغير التابع (أنواع دوافع السفر) وهذا يدل على ان المتطلبات المتفاعلة فيما بينها بالاتصالات التسويقية تعمل على تنوع دوافع السفر لدى السائح.

5.2 التوصيات (Recommendations).

5.2.1 التوصيات المتعلقة بالاتصالات التسويقية

1. ضرورة قيام الشركة المبحوثة باستخدام الأشكال المتعددة لوسائل الاتصالات التسويقية الجديدة والمبتكرة من مزيج الاتصالات التسويقية جنباً الى جنب مع وسائل الاتصالات التقليدية، وذلك من أجل التعريف بالمنتجات التي تباعها أو تقدمها الشركة .
2. وضع خطوات إجرائية مناسبة للاهتمام بعناصر الاتصالات التسويقية (الإعلان، البيع الشخصي، تنشيط المبيعات، العلاقات العامة، التسويق المباشر) في الشركات المبحوثة كونها تضمن البقاء والتميز في السوق السياحي.
3. زيادة الاهتمام بتحسين النشاطات الإدارية والتسويقية للشركة السياحية وذلك من خلال امتلاك إدارتها لمنظومة معلومات إدارية وتسويقية متكاملة.
4. ضرورة سعي الشركات عينة الدراسة الى تفعيل النشاط الاعلاني للخدمات السياحية المقدمة من قبلها والمساهمة في إرشاد وتوجيه الجمهور السياحي وذلك بالاعتماد على وسائل الإعلان مثل (الملصقات ولوائح العرض والبرامج الاذاعية والتلفزيونية) بالإضافة الى ذلك اعتماد على وسائل التواصل الاجتماعي، وبناء علاقات مستدامة مع السواح.
5. على الإدارات في الشركات المبحوثة وضع الخطط الكفيلة التي من شأنها تقوية برامج العلاقات العامة وتحسين الصلة بين الشركات وجمهورها الداخلي والخارجي لضمان الحصول على اهتمام وتعاطف أقوى من قبلهم يساهم في تحقيق الأهداف السياحية الترويجية المرسومة.
6. ان تهتم ادارة الشركة المبحوثة بعنصر البيع الشخصي كعنصر اساسي في مزيج الاتصالات التسويقية، إذ يعد العمود الفقري في تسويق الخدمات، و يحتاج الى افراد يمتلكون القدرة والقابلية على إقناع السائح وبالتالي استمالته نحو الخدمات المقدمة.

7. الاهتمام بتنشيط مبيعات الشركات من الخدمات السياحية والسعي للحصول على الحصة السوقية بما يتناسب مع نوع وحجم الخدمة السياحية المقدمة، والدخول في سوق المنافسة.
8. اعتماد ادارات الشركات المبحوثة على استراتيجيات تساهم في رفع قدراتهم بما يتناسب وطبيعة الخدمات المقدمة للمجتمع.

5.2.2 التوصيات المتعلقة بالدوافع

1. التوجه نحو دراسة الدوافع التي تثير سلوك السائح في الشركات السياحية في البيئة العراقية.
2. الاهتمام بطريقة عرض المنتج السياحي لدى الشركات المعنية بالدراسة لتحريك دوافع السائح وتوجيهها صوب منشئاتها.
3. استحداث برامج وفعاليات جديدة من شأنها مواكبة التطور الهائل في الشركات العالمية وذلك بغية جلب اكبر عدد من السياح، الداخليين والخارجيين.
4. صناعة قادة إداريين (مرشدين سياحيين) يمتلكون صفة التنبؤ والتوقع لرغبات وحاجات السياح ومن ثم اعداد الخطط الأنية المستقبلية لتلبية دوافعهم وأشباعها.
5. إقامة الشركات المبحوثة الندوات والمحاضرات العلمية ومواكبة الدراسات والبحوث الأمر الذي سينعكس بالإيجاب على طريقة عمل الشركات السياحية لاكتساب معارف ومهارات تلبية حاجة السواح عند تقديم الخدمات.

6.المراجع(References).

1. باشرى، نفيسة محمد، ومدكور، فوزي شعبان، وفهمي، رباب،(2017)،**السلوك التنظيمي**، دار كلية التجارة، جامعة القاهرة- مصر.
2. بركات، نافذ محمد، (2013)،**التحليل الاحصائي باستخدام البرنامج الاحصائي SPSS**، كلية التجارة-الجامعة الاسلامية .
3. البكري، ثامر،(2009)،**الاتصالات التسويقية والترويج**، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان- الأردن.
4. خربوطلي، صلاح الدين،(2004)،**السياحة المستدامة(دليل الأجهزة المحلية)**، سلسلة الرضا للمعلومات- سوريا.
5. درادكه، حمزة، وابو رحمه، مروان، والعلوان، حمزه، وكافي، مصطفى،(2014)، **مبادئ السياحة**، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان- الأردن.
6. رأبي، جيمس،(2015)، **المبيعات والتسويق في المنتجات السياحية**، ترجمة محمد الواكد، سوريان المير احمد، دار علاء الدين للنشر والتوزيع، دمشق- سوريا.
7. السكر، مروان،(1994)، **السياحة مضمونها وأهدافها**، دار مجدلاوي، عمان - الأردن.
8. طه، طارق،(2006)،**إدارة التسويق**، دار الفكر للنشر والتوزيع، الاسكندرية - مصر.
9. عبد القادر، مصطفى،(2003)،**دور الإعلان في التسويق السياحي**، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت- لبنان.
10. عبد الله، ثائر فارس،(2017)، **الدور الوسيط لجودة الخدمة المدركة في تحديد اثر الاتصالات التسويقية في الميزة التنافسية- دراسة من وجهة نظر الزبائن لعينة من المصارف التجارية الخاصة في بغداد**، اطروحة دكتوراه غير منشورة في إدارة الأعمال، مقدمة إلى جامعة النيلين ، مصر.
11. عبيدات، محمد إبراهيم،(2012)،**سلوك المستهلك- مدخل استراتيجي**، ط7، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان- الأردن.
12. العنتيل، علي،(2000)، **فن تسويق السياحة**، مكتبة الأسرة، القاهرة- مصر.
13. الفخراني، خالد إبراهيم،(2013)،**علم النفس العام**، جمعية جودة الحياة المصرية، طنطا- مصر.
14. قادري، محمد طاهر، مرابطي، عبد الغاني،(2016)، **النشاط الترويجي وجودة الخدمات الفندقية في الأقطار العربية- بين النظرية والتطبيق**، مكتبة حسن العصرية، بيروت- لبنان.
15. كوتلر، فليب، سوندرز، جون، وأرمسترونغ غاري، بونغ، فيرونیکا،(2017:33)، **التسويق، الجزء الخامس(الترويج)**، ترجمة مازن نفاع، منشورات دار علاء الدين، دمشق- سوريا.
16. منصور، هالة،(2000)،**الإتصال الفعال: مفاهيمه واساليب مهارته**، المكتبة الجامعية ، الاسكندرية- مصر.
17. Al- jeraisy, Khalid Ibn Abdul, (2008), "**Consumer Behavior An Analytical study**", 3th ed, king Fahd National library Cataloging- in- publication Data, sudia Arabia.
18. Cizreliogullari, Mehmet Necati, Patrick, Chukwuemeke Uwajeh, Mehmet, Veysi Babayigit, (2019), **The Impact of Social Media on The Marketing Communication InThe Tourism And Hospitality Industry**, European Journal of Managerial Research (EJMR), International European Journal of Managerial Research Dergisi, Cilt3, Sayı4.
19. Fill, Chris,(1999), "**Marketing Communication**", 2nd, Prentice-Hall, Europe.
20. Gholipoor,Tahmoures Hassan,Mira, Seyed Abolghasem ,Moghadam, Sahar Samimi,(2014),**Study of The Role of Integrated Marketing Communications in Developing Ecotourism Industry of Kish Island**, Information and Knowledge Management, Vol4, No.7.
21. Grewal, Dhruv & Levy, Michael,(2008), "**Marketing**", McGraw- Hill, New York.
22. Hollensen, Svend, (2001), "**Global Marketing**", Second Edition, Pearson Education Ltd. J., Harlow, England.
23. Hunt,T.&Grunig,J.E.(1994),**Public Relations Techniques**. Harcourt Brace, Philadelphia .

24. Kerin , Roger A. , Hartley , Steven W. ,(2016)," **MARKETING: THE CORE**",
25. Kotler, Philip&Keller, Kevin,(2016),"**Marketing Management**, 15th,ed, Pearson Education Limited,London.
26. Kotler, P&Armstrong, Gary,(2016),"**Principles of Marketing**",16th Ed., Publishing Pearson Education , New Jersey.
27. Kotler, Philip& Armstrong, Gary.,(2012), "**Principles Of Marketing**", 14th Ed., Pearson , Prentice - Hall, New York.
28. Kotler, Philip,(2000),"**Marketing Management**", The Millennium Ed., Prentice-Hall Inc, U.S.A
29. Kotler,Philip,&Armstrong,Gray,(2018),17thed,"**Principles of Marketing**", Pearson Education Limited, Italy.
30. Levens , Michael,(2010)," **Marketing**" ,1st Ed., prentice Hall, New Jersey .
31. Lind A. Douglas, Marchal, William G. Wathen, Samuel(2006),"**Basic Statistics for Business & Economics**", McGraw – Hill, New York.
32. Lunenburg,Fred,(2010)," **Communication: The Process, Barriers, And Improving Effectiveness**" Sam Houston State University, SCHOOLING VOLUME 1, NUMBER1.
33. McDaniel, Carl Jr. & Gates, Roger,(2010)," **Marketing Research**" , 8th Ed., Publishing John Wiley & Sons(Asia) Pte Ltd.
34. Pride,William,&Ferrell,oc,(2000),"**Marketing concepts andstrategies**", Houghton Mifflin company,U.S.A. Sixth Edition , McGraw-Hill Education , New York ,p:352.
35. Solomon,Michael,R.&Marshall, Greg, w.& Stuart,Elnora w.,(2012), "**Marketing**", 7thed. ,prentice Hall,New Jersey.
36. Stanton, et al,(1997)," **marketing**", 11th ed., Irwin, MCG raw- Hill.
37. Steven K ,(2012), **Thompson**, Sampling,Third Edition.
38. Sunday.A, Adebisi &Bayode.O,Babatunde,(2011),**Strategic Influence of Promotional Mix on Organization Sale Turnover in the face of Strong Competitors**, Business Intelligence Journal-July,Vol4 No2.

(الملحق)

الجامعة المستنصرية

كلية العلوم السياحية

الدراسات العليا / الدكتوراه

م / استبانة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته

تعد استمارة الاستبانة التي بين أيديكم، مقياساً لمتغيرات الدراسة الموسومة (الاتصالات التسويقية وتأثيرها في دوافع السفر دراسة استطلاعية لأراء عينة من مدراء الشركات السياحية في محافظة بغداد) وهي جزء من متطلبات نيل شهادة دكتوراه فلسفة في العلوم السياحية، ونظراً لما تتمتعون به من خبرة ودراية في هذا المجال، نرجو قراءة العبارات والتفضل بأبداء رأيكم حول الابعاد والفقرات الواردة في الاستبانة، مع بيان الملاحظات الضرورية التي استخدمت في الدراسة في ضوء المحاور الآتية:
مع فائق الاحترام.

ملاحظات :

- 1- هل ان الفقرات تقيس متغيرات الدراسة الاساسية ؟
- 2- مدى وضوح كل فقرة مندرجة تحت كل بعد وقياس الغرض الذي وضعت من أجله؟
- 3- مدى انتماء كل فقرة لكل بعد ؟
- 4- مدى إمكانية إضافة فقرات أخرى الى الأبعاد المحددة أو استبعاد الفقرات غير المناسبة.
- 5- هل إن بدائل المقياس (Likert) الخماسي مناسبة

المشرف
الاستاذ المساعد الدكتور
آمال كمال حسن البرزنجي
كلية العلوم السياحية/ الجامعة المستنصرية

الباحثة
ليلى جواد حسين المسعودي
كلية العلوم السياحية/ الجامعة المستنصرية

القسم الأول/ المعلومات التعريفية لمتغيرات الدراسة
ملاحظة : ضع علامة (✓) داخل المربع المقابل

1- النوع الاجتماعي	
<input type="checkbox"/> ذكر	<input type="checkbox"/> انثى

2- العمر	
<input type="checkbox"/> أقل من 35 سنة	<input type="checkbox"/> من 36-45 سنة
<input type="checkbox"/> من 46-55 سنة	<input type="checkbox"/> 56 سنة فأكثر

3- المؤهل العلمي

<input type="checkbox"/>	بكالوريوس	<input type="checkbox"/>	دبلوم فأقل
<input type="checkbox"/>	دكتوراه	<input type="checkbox"/>	ماجستير

4- الخبرة العملية			
<input type="checkbox"/>	من 6 - 10 سنة	<input type="checkbox"/>	5 سنوات فأقل
<input type="checkbox"/>	16 سنة فأكثر	<input type="checkbox"/>	من 11 - 15 سنة

5- خبرة الشركة في مجال العمل السياحي			
<input type="checkbox"/>	من 6-10 سنة	<input type="checkbox"/>	1-5 سنوات
<input type="checkbox"/>	16 سنة فأكثر	<input type="checkbox"/>	من 11-15 سنة

6- عدد الدورات التدريبية			
<input type="checkbox"/>	دورة واحدة	<input type="checkbox"/>	لم أشارك
<input type="checkbox"/>	ثلاث دورات فأكثر	<input type="checkbox"/>	دورتين

القسم الثاني/ متغيرات الدراسة

المتغير الأول : الاتصالات التسويقية

هي الوسائل التي تستخدم لإعلام وإقناع الجمهور السياحي المستهدف بقصد التأثير في سلوكهم نحو شراء منتج أو خدمة بعينها أو الاستمرار في شرائها مع وجود المنافسين. وتتضمن الأتي:
 أولاً: المكونات: عملية متكاملة تتكون من عناصر تتفاعل مع بعضها لتحقيق أهداف محددة.

ت	الفقرات	المقياس	أتفق تماماً	أتفق	محايد	لا أتفق	لا أتفق تماماً
1	2	3	4	5	6	7	8
1	تستخدم العلامة التجارية كمصدر للعملية الإتصالية .						
2	تعد فكرة رسالة الإتصالات الشفوية أو المكتوبة ومضمونها اساس مرحلة التفاعل فيما بين السائح وإدارة الشركة.						
3	يعتبر الإنترنت اهم الوسائل لنقل رسالة وأفكار الشركة بالإضافة إلى وسائل أخرى .						
4	تراعي الشركة في رسالتها الإعلانية عبارات قابلة للفهم والتفسير المشترك لكل السياح.						
5	تهتم الشركة برود افعال السياح المبينة على الحاجات والتقاليد والرغبات والامكانيات المالية.						
6	تعاني بعض الشركات من معوقات من خلال رسالتها التسويقية للسياح وخاصة الضوضاء.						
7	تحقيق أهداف الشركة هي الغاية لنجاح الرسالة الإتصالية مع السياح.						

ثانياً: عناصر الإتصالات التسويقية: يقصد بها مجموعة من المتطلبات المتفاعلة فيما بينها تهدف إلى تهيئة وتنظيم المستلزمات الخاصة بعلاقات التبادل بظل بيئة ديناميكية متحركة.

ت	الفقرات	المقياس	أتفق تماماً	أتفق	محايد	لا أتفق	لا أتفق تماماً
1	2	3	4	5	6	7	8
8	تستخدم الشركة نشاط الإعلان للتعريف بجودة منتجاتها وعلامتها التجارية للسياح.						
9	تؤمن إدارة الشركة بأهمية البيع الشخصي ودوره الاساس في تعظيم مبيعاتها من خلال التعامل المباشر.						
10	تقدم الشركة الحوافز كالهدايا، وبرامج التسلية، والعروض المخفضة للسياح لتنشيط مبيعاتها .						
11	تستخدم الشركة أكثر وسائل العلاقات العامة انتشار للتواصل مع السياح بشكل مباشر.						
12	تعتمد الشركة المانحة للوكالة أو الوكيل استخدام التسويق المباشر عبر وسائل الإتصال الحديثة ذات الاستجابة المباشرة كالبريد الإلكتروني، الفاكس، الإنترنت.						
13	تعكس جميع عناصر الإتصالات التسويقية المستخدمة الصورة الايجابية لمنتجات الشركة في ذهن السياح.						
14	تساهم عناصر الإتصالات التسويقية في إبعاد أو تقليل تأثير البرامج الترويجية للمنافسين من الشركات الأخرى.						

المتغير الثاني: دوافع السفر

يقصد بها القوة الكامنة والضاغطة والمحركة وراء سلوك السائح التي يتم ملاحظتها من خلال قيامه برحلة سياحية .

أولاً: وظائف دوافع السفر: تقوم دوافع السفر بالعديد من الوظائف الأساسية ومن أبرز تلك الوظائف هي: (إنشائية، تنشيطية، توجيهية، تعزيزية أو تدعيمية، توازنية).

ت	الفقرات	المقياس	أتفق تماماً	أتفق	محايد	لا أتفق	لا أتفق تماماً
1	2	3	4	5	6	7	8
15	تثير السائح خلال مواقفه الخاصة والتعامل معها بشكل مناسب من قبل الشركة.						
16	تسهم في تنشيط وتحريك سلوك السائح بالاتجاه الصحيح.						
17	توجيه السائح بأداء الفعاليات والنشاطات الكامنة واخراجها للترويج عن النفس والوصول إلى غاياته واهدافه من الرحلة السياحية.						
18	تسهم في تدعيم سلوك السائح واظهار مواهبه وتطلعاته.						
19	تحقق الدوافع حالة من التوازن النفسي والهدوء العصبي للسائح.						
20	تسهم في أنها حالة التوتر وعدم الاتزان .						
21	تحقيق الوظائف الاهداف السامية التي يضعها السائح لنفسه ويحاول الوصول اليها وفق امكاناته وقدراته وبلوغ معايير الامتياز.						

ثانياً: أنواع دوافع للسفر: تصنف دوافع السفر إلى أنواع متعددة تتمثل ب (الدينية ، العرقية ،العائلية، الصحية والاستشفائية، الترفيهية، التاريخية ، الثقافية، الرياضية، الاقتصادية،.....الخ).

ت	الفقرات	المقياس	أتفق تماماً	أتفق	محايد	لا أتفق	لا تماماً
			5	4	3	2	1
22	يعد الدافع الروحي للسائح حافز لدفعه لزيارة الاماكن الدينية.						
23	تعتبر الدوافع العرقية والعائلية من الدوافع المهمة في المجال السياحي للمحافظة على العلاقات الانسانية.						
24	توفير البيئة السياحية المناسبة لتنشيط السفر والسياحة إلى المناطق العلاجية والاستشفائية.						
25	تعد الدوافع الترفيهية (الاسترخاء، الانتعاش، تقليل التوتر) من ابرز دوافع السياح.						
26	تعتبر الدوافع التاريخية والثقافية من العوامل المهمة في توجيه السياح لزيارتها.						
27	يمارس السائح اشكال متعددة من السلوك داخل الاماكن الرياضية أو السياحية.						
28	تتكرر زيارة السائح الى اماكن محددة بدوافع واغراض اقتصادية واجتماعية وثقافية.... الخ .						

شكراً لتعاون

تعزيز ادارة سلسلة التوريد الخضراء بالاعتماد على نظم تخطيط موارد المنشأة في الشركات
الصناعية المساهمة العامة

دراسة استطلاعية لعينة من العاملين في الشركات الاردنية

Enhanced Green Supply Chain Management Based On Enterprise Resource Planning Systems In Public Shareholding Industrial Companies

Survey study of a sample of employees in Jordanian companies

امينه رشيد جابر

Aminahrasheedjaber@gmail.com

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي/ الدائرة الإدارية والمالية

Aminah Rasheed Jaber

Aminahrasheedjaber@gmail.com

Ministry of Higher Education and Scientific Research

Administrative and Financial Department

المستخلص

يهدف البحث الحالي إلى تحديد أثر نظم تخطيط موارد المنشأة في إدارة سلسلة التوريد الخضراء في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة، مع الاعتماد على الأسلوب التحليلي الوصفي. وتم إعداد استبيان وتوزيعه إلكترونياً على عينة البحث تتألف من المديرين العاملين ونائبي المدير العام ورؤساء الأقسام ومراجعي الحسابات الداخليين في الشركات الصناعية الأردنية الذين بلغ عددهم (241) فرداً. واستخدم البحث لأغراض تحليل البيانات (طرائق الوصف الإحصائي، تحليل الانحدار البسيط والمتعدد والمتدرج، وتحليل المسار لاختبار فرضيات البحث. وأشار البحث إلى وجود أثر ذي دلالة إحصائية لنظم تخطيط موارد المنشأة في إدارة سلسلة التوريد الخضراء، وأوصى البحث بتحفيز الشركات الصناعية الأردنية على زيادة اهتمامها بممارسة أنشطة نظم تخطيط موارد المنشأة وتطبيق إدارة سلسلة التوريد الخضراء، وتوجيه الأشخاص المعنيين بإدارة سلسلة التوريد الخضراء في الشركات الصناعية الأردنية نحو اعتماد نظام دعم القرار في تحسين هذه العمليات فيما يتعلق بممارسة أنشطة وعمليات المراجعة المستمرة.

الكلمات الرئيسية: نظم تخطيط موارد المنشأة ، إدارة سلسلة التوريد الخضراء.

Abstract

This study aims to determine the impact of resource planning systems on the enterprise green supply chain management of Jordanian industrial shareholders, while relying on the descriptive analytical method. A questionnaire was prepared and distributed electronically to the sample study, comprising the 241 Directors-General, the two Deputy Director-General, the heads of departments and the internal auditors of Jordan's industrial companies. The study was used for data analysis (statistical description methods, simple, multiple and gradual regression analysis, and pathway analysis to test research hypotheses. The study noted a statistically significant impact of resource planning systems on enterprise green supply chain management. The research recommended motivating Jordanian industrial companies to increase their interest in the practice of enterprise resource planning activities and the application of green supply chain management, and directing people concerned with green supply chain management in Jordanian industrial companies towards adopting a decision support system in improving these processes in relation to the practice of continuous audit activities and processes.

Keywords: resource planning systems, green supply chain management.

1. المقدمة

نظراً للعلاقة بين الشركات والموردين ، فإن قيود التكلفة تتيح إمكانية استغلال الفرص الخارجية ، لذلك نشأت الحاجة إلى سلاسل التوريد الخضراء لأن سلاسل التوريد الإدارية معنية بإدارة السيولة. يتم تمرير المعلومات والمواد والخدمات والأموال من خلال أي نشاط بطريقة تزيد من الكفاءة التشغيلية إلى أقصى حد ، وترتبط أيضاً بإدخال أدوات جديدة أو تغيير أو تعديل الأساليب

المعروفة ، لأن الكفاءة هي الفعالية والنجاح. تعتبر سلسلة التوريد هي أكثر سلسلة تتفاعل مع بيئتها الداخلية والخارجية ، لذلك يعتمد نجاحها أو فشلها. نظراً لأن التفاعل بين المؤسسات والبيئة هو أساس وجودها ووجودها ، فإن الاستجابة للتغيرات البيئية والتكيف معها تتطلب من المؤسسات تنفيذ التخطيط الاستراتيجي لسلسلة التوريد ، بما في ذلك إدارة المنتج والطلب والتنبؤ والتخطيط والإنتاج والتوزيع ، الوفاء وخدمة ما بعد البيع (Tracey et al., 2009:412).

وتعتبر إدارة سلسلة التوريد الخضراء من أبرز الوسائل التي ساهمت بشكل كبير في تحقيق زيادة القدرة الانتاجية وتحسين اداء الوظائف المختلفة، حيث أنها ساعدت على تخفيض الفاقد من الانتاج وادارة العملية الانتاجية ورفع كفاءة وفاعلية سلسلة التوريد من خلال ادارة المخزون و اتمام العمليات الشراء الصحيحة المخطط لها مسبقا. ان نظم تخطيط موارد الشركات وإدارة سلسلة التوريد يعتبران من اهم الوسائل للوصول مستوى تنافسي يساهم في رفع وكفاءة الشركة إذ أن نقطة البداية للوصول إلى هذا بدعم سلسلة التوريد، من خلال التكامل بين كافة الدوائر وسلسلة التوريد باستخدام نظام تخطيط موارد المنشأة واحداث التكامل الخارجي من خلال بناء علاقات التعاون المبني على المصلحة المشتركة لجميع اطراف السلسلة (Le, 2017:1578).

2. منهجية البحث

2.1 مشكلة البحث وأسنلته

تواجه الشركات مشاكل في مجالات أنشطة التوريد الخضراء حيث يمكن أن تعيق عملية توليد المعلومات المفيدة والتي تعد من المرتكزات الأساسية في عمل المدقق، هذا من جهة. ومن جهة أخرى، فقد أضحت نظم تخطيط موارد المنشأة عنصراً فاعلاً في تطور عمل المنظمات بشكل عام، والشركات بشكل خاص، حيث توفر عمليات تحسين سلسلة التوريد الخضراء فرصة لفرق تخطيط موارد المنشأة والتأكد من قيامهم بأشياء للتحكم في التكاليف، ووفق ذلك لا بد من أن يكون له إسهام في مهنة التدقيق. وبالتالي فإن مشكلة البحث تتلخص في التعرف على العلاقة بين نظم تخطيط موارد المنشأة وإدارة سلسلة التوريد الخضراء، حيث جاء هذا البحث ليحاول أن تظهر أثر نظم تخطيط موارد المنشأة في إدارة سلسلة التوريد الخضراء لدى الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية، مما ينعكس إيجاباً على زيادة ثقة المستثمرين وكافة الأطراف المعنية في إدارة تلك الشركات. ويمكن تحقيق الإجابة على الاسئلة الآتية

السؤال الرئيسي الاول: هل يوجد اثر نظم تخطيط موارد المنشأة في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية؟

السؤال الرئيسي الثاني: هل يوجد اثر لنظم تخطيط موارد المنشأة في إدارة سلسلة التوريد الخضراء (ERP) لدى الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية؟

2.2 أهداف البحث

يسعى هذا البحث إلى تحقيق جملة من الأهداف، والتي تتمثل فيما يأتي:

- أ- التعرف على مفهوم ادارة التوريد الخضراء، ومفهوم نظم تخطيط الموارد المنشأة (ERP).
- ب- التعرف على اثر نظم تخطيط موارد المنشأة في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية.
- ت- التعرف على اثر إدارة سلسلة التوريد الخضراء في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية.
- ث- التعرف على اثر نظم تخطيط موارد المنشأة في إدارة سلسلة التوريد الخضراء في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية.

2.3 أهمية البحث

تكمن أهمية البحث من خلال دعم الدراسات والبحوث النظرية والتطبيقية المستقبلية في نظم تخطيط موارد المنشأة وإدارة سلسلة التوريد الخضراء في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية، وتحسين ادارة سلسلة التوريد في بيان اثر اكتشاف الاخطاء والحد من نسب التظيل في القوائم المالية للشركات الصناعية المساهمة العامة الاردنية.

ويقدم هذا البحث الفائدة للشركات الصناعية المساهمة العامة الاردنية من خلال بيان (اثر نظم تخطيط موارد المنشأة في إدارة سلسلة التوريد الخضراء) حيث يمكن للشركات الاستفادة من النتائج والتوصيات في معالجة المشاكل التي تواجه عملها.

2.4 فرضيات البحث

من أجل الإجابة على أسئلة البحث وتحقيق أهدافها تم صياغة الفرضيات الآتية:

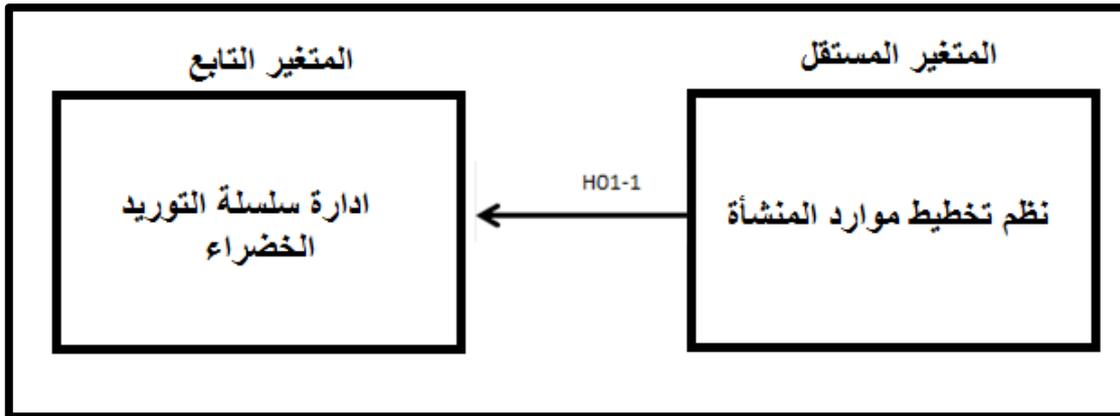
الفرضية الرئيسية الاولى

لا توجد علاقة ارتباط ذو دلالة احصائية بين نظم تخطيط موارد المنشأة وادارة سلسلة التوريد في الشركات الصناعية المساهمة الاردنية.

الفرضية الرئيسية الثانية

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لنظم تخطيط موارد المنشأة في إدارة سلسلة التوريد الخضراء لدى الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية.

2.5 أنموذج البحث



الشكل (1): أنموذج البحث

2.6 مصطلحات البحث

2.6.1 نظم تخطيط موارد المنشأة (Enterprise Resource Planning): هو نظام معلوماتي متكامل قابل للتطوير يساعد الإدارة العليا في التوظيف بيانات العمل لزيادة فاعلية جميع العمليات والإدارات كضبط الرقابة على مواردها المتاحة وحل المشاكل ودفع عجلة الابتكارات وزيادة مستوى الخدمات المقدمة للعملاء بكفاءة (Le, 2017:1577).

2.6.2 إدارة سلسلة التوريد (Supply Chain Mangement): تعرف بأنها الأنشطة التي تقوم بها الشركة بهدف تحقيق الإدارة الفاعلة لسلسلة التوريد، والتي يمكن قياسها من خلال قدرة الشركة على تعزيز علاقتها بأطراف سلسلة التوريد ممثلة بالموردين والزبائن وإدارة التدفقات المعلوماتية وإدارة التدفقات المالية لديها، ومن خلال اهتمام الشركة بعملياتها بهدف ضمان جودة المنتجات والخدمات المقدمة للعملاء (Mageto, 2021:7101).

3. الإطار النظري

3.1 نظم تخطيط موارد المنشأة

3.1.1 مفهوم نظم تخطيط موارد المنشأة

تعد نظم تخطيط موارد المنشأة بمثابة تقنية معتمدة على حزام من البرمجيات والتي تم تطويرها وتصميمها لخدمة جميع العمليات الأساسية للمنشأة من خلال نظام واحد يخدم جميع الاحتياجات المختلفة ذلك من خلال قاعدة بيانات واحدة (Farzaneh, 2014:4172)، فهي تساعد في تقديم الحلول الموضوعية لجميع المشكلات التي تواجه المنشأة التي تتم داخل الإدارات المختلفة عن طريق توفير المعلومات التي تحقق المزيد من الصدق (Ayyagari, 2010:123).

وعرفت نظم تخطيط مواد المنشأة بأنها انظمة قواعد البيانات التي تدعم الإدارة في المنشآت ذات الحجم المتوسطة والكبيرة ذلك من خلال جميع البيانات ومعالجتها (Ociepa-Kubicka, 2017:239). وعرفها كلاً من (Nassima & Hassane, 2020:108) بأنها عبارة عن برنامج تسمح بإدارة جميع العمليات المشتركة من خلال دمج جميع الوظائف مثل المحاسبة، والمالية، المبيعات، التوزيع، والتجارة الإلكترونية حيث يؤدي (ERP) الى تحسين عمليات الإدارة لأن يأخذ في الاعتبار افضل الممارسات وذلك من خلال تطوره وتفاعلاته بين المستخدمين والمطورين. ووضح (Garg, 2019:16) ان نظم تخطيط موارد المنشأة يمكن ان تدرج ضمن انظمة معالجة العمليات لتحديد وتخطيط موارد المنشأة المالية والبشرية يؤكد ان التحدي الحقيقي امام الشركة هو كيفية استخدام مورد المعلومات كأداة استراتيجية في عملية التخطيط تعتمد عليها في مواجهة التحديات لضمان استمرارها ونجاحها.

ويمكن القول ان نظم تخطيط موارد المنشأة هي عبارة عن نظام معلومات متكامل يكون الهدف منه الربط بين الوظائف والعمليات المختلفة من خلال دمج الوظائف في نظام واحد ذلك لزيادة فاعلية جميع العمليات والإدارات مثل حل مشاكل العمل والرقابة على موارد المنشأة. بالإضافة الى دفع العاملين الى التركيز على الأنشطة التي تخلق قيمة بهدف زيادة مستويات الانتاجية.

3.1.2 مكونات نظم تخطيط موارد المنشأة

تتكون نظم تخطيط موارد المنشأة من حزمة من البرامج معلوماتية وكل برنامج او تطبيق يكون مسؤولاً عن وظيفة معينة داخل المنشأة حيث تتألف نظم تخطيط موارد المنشأة من اربعة نظم فرعية وذلك وفقاً لدراسة (Le, 2017:1577) وهي:

أ- **نظام محاسبة:** يلعب نظام المحاسبة دوراً مهماً في عملية قياس وإدارة الأحداث المالية واصدار تقارير توضح جميع العمليات في المنشأة من خلال القوائم المالية والارصدة الفعلية بالإضافة الى ادارة حسابات المدينين والدائنين وتسجيل عمليات اخرى تمت في اي فرع.

ب- **نظام سلسلة التوريد:** يسمى هذا النظام احياناً باسم (اللوجستيات) حيث يهدف الى تنظيم تدفق المواد عبر المنشأة من خلال ادارة عمليات التخطيط وحسابات الموردين، وادارة سلسلة التوريد والتوزيع و لذلك لتبسيط المسار الذي تمر به منتجات من المورد الى المستودع واخير للعملاء.

ت- **نظام ادارة المواد:** هي نظم التي تحتوي على عدد من المهام الضرورية مثل حركة المشتريات ذلك من خلال مقارنة المواد المستلمة مع الكميات المطلوبة بحسب اوامر الشراء اضافة الى ادارة عملية المخزون ونقل البضائع على طول سلسلة التوريد.

ث- **نظام ادارة الموارد البشرية:** يشمل هذا النظام كافة العمليات الخاصة بإدارة شؤون الموظفين والرواتب وتكاليف التدريب ذلك يتم من خلال قاعدة البيانات الرئيسية في النظام.

3.1.3 أهمية نظم تخطيط موارد المنشأة

في الوقت الحالي ازدادت أهمية نظم تخطيط موارد المنشأة؛ حيث أصبح على جميع الشركات مواجهة المنافسة وزيادة كفاءة من أجل الحصول على وضع قوي في السوق. ويرى (Abdullah, 2017:2) أن أهمية نظم تخطيط موارد المنشأة تتمثل فيما يأتي:

أ- تساعد في تحسين الانتاجية من خلال العمل والاستجابة للعملاء من خلال دمج العمليات ضمن تطبيق واحد مما يساعد الشركة في رفع مستوى الكفاءة في جميع الاقسام والسرعة في تنفيذ وتوصيل الطلبات الى العملاء في الوقت المحدد.

ب- تساهم في ربط جميع الاعمال الاساسية والمساعدة مما يؤدي الى تحقيق التكامل في بيئة الاعمال المتشابكة والمتطورة حيث يقدم النظام ادوات ضرورية لتشغيل الاعمال والحصول على المعلومات بالإضافة الى زيادة ربحية الشركات وتحسين جودة منتجات.

ت- تساعد الادارة والاداريين بشكل جوهري من خلال توجيه الادارة نحو اتخاذ القرارات الادارية ووضع السياسات المتعلقة بالمستقبل حيث أن استخدام ERP يساعد في تقليل الوقت الذي يحتاجه الإداريين في جمع المعلومات والبيانات بالإضافة إلى دعم الادارة بالمعلومات الكافية التي تمكن الادارة من الرقابة على اعمال المنشأة، ومراقبة التكاليف لكل ادارة من الادارات، إذ تمكن الادارة من الاطلاع على تقارير مختصرة يومية او اسبوعية او شهرية عن اداء العاملين بشكل عام في منظمة ومدى التزامهم بالسياسات والاجراءات الداخلية.

ث- تقديم العون والدعم الكامل لإدارة تكنولوجيا المعلومات يعتبر ضمان لتحقيق اهداف المنشأة سوء كانت اهداف استراتيجية وتكتيكية. حيث تستفيد ادارة تكنولوجيا المعلومات من سهولة كشف الاخطاء التي قد تواجه نظام ERP إذ أن مرونة استخدام النظام تؤدي الى معرفة الموظف الذي ارتكب الخطأ التقني ويمتلك نظام ERP سجلاً يحتوي على التحركات التي تم اجراء التعديلات عليها.

بالإضافة إلى ما سبق فإن استخدام نظام ERP يوفر فكرة متكاملة عن جميع مستويات الشركة ويوضح تدفق المعلومات باعتبار ان جمع البيانات تدخل مرة واحدة ضمن قاعدة بيانات مركزية، حيث لم تعد هناك الحاجة الإدخال بيانات اكثر من مرة ونقلها، مما يؤدي الى سهولة عملية الوصول للبيانات ويؤدي ذلك الى تقليل هدر الوقت. كما أن استخدام نظام ERP يؤدي الى تحسين الخدمة المقدمة للعملاء لأن الموظفين يمكنهم الوصول بسرعة الى تفاصيل دقيقة تتعلق بالزبون سوف يؤدي الى اعطاءهم الثقة والاستمرارية على التعامل معهم (Romney & Steinbart, 2017:3).

ويتضح مما سبق ان أهمية نظم تخطيط موارد المنشأة قد ازدادت في الفترة الحالية كونها تساهم في توفير معلومات دقيقة للشركة والادارات المختلفة ويزيد من القدرة على اتخاذ القرارات، كما تساعد في رفع اداء الشركة مما يتيح للشركة الحصول على الميزة التنافسية، وخفض المعاملات الورقية من خلال الاعتماد على قاعدة بيانات وحدة تضمن جميع بيانات الشركة.

3.1.4 فوائد نظم تخطيط موارد المنشأة

يوفر نظم تخطيط موارد المنشأة مجموعة من الفوائد وهي (Rouhani & Mehri, 2018:5):

أ- تزويد الإدارة العليا بمعلومات تتميز بالدقة والملائمة والموثوقية تساعد على التخطيط الاستراتيجي للمنشأة ككل وتساهم بشكل جوهري في توجيه الادارة نحو اتخاذ القرارات السليمة.

ب- يوفر معلومات لدعم الادارة بالمعلومات الكافية والتي تمكن الادارة من الحكم والرقابة على الاعمال والمهام اليومية، فدعم الانتاج بالمعلومات اللازمة عن المخزون والمواد الأولية للإنتاج يسهل من تحديد الأولويات بذلك تخفض المنشأة من تكاليف المخزون.

ت- يعمل على دمج بعض الخطوات واستحداث بعض الطرق بين الادارات لتساعدها في تقديم معلومات كافية بما يتلاءم مع اعادة هندسة عمليات المنشأة.

ث- يقدم الدعم الكامل للإدارة تكنولوجيا المعلومات يعتبر ضمان لتحقيق المنشأة اهدافها التي قامت من اجلها سواء كانت اهداف استراتيجية او تكتيكية.

ج- تحقيق التكامل بين جميع الوظائف وخلال كل مراحل تشغيل داخل المنشأة تشمل استيفاء الاوامر وادارة الموارد والتخطيط يساعد على امكانية الوصول الى معلومات محدثة بصورة فورية وفي الوقت المناسب.

ح- دعم عملية اتخاذ القرارات وخفض الدورة المالية والمحاسبية والحصول على المعلومات الدقيقة والفورية عن جميع أنشطة المنشأة.

مما سبق يتضح ان استخدام نظام ERP سوف يؤدي الى التفاعل بين المنشأة والزبون من خلال تسليم المنتجات في الوقت المحدد ومراقبة المخزون، ويوفر اعتماد نظام ERP ادارة افضل للمورد من خلال تحسين عملية صنع القرار وتحسين الاداء في جميع اقسام المنشأة ويساعد على تحسين دقة المعلومات المقدمة من خلال اعتماد على قاعدة بيانات موحدة ومتكاملة تساهم في انتاج معلومات دقيقة وسهلة الوصول اليها وفي وقت قصير جداً.

3.2 إدارة سلسلة التوريد الخضراء

3.2.1 مفهوم إدارة سلسلة التوريد الخضراء

كان الهدف من إدارة سلسلة التوريد هو تقديم المنتج أو الخدمة المطلوبة في الوقت المناسب للعملاء، مع إدارة جميع أنشطة سلسلة التوريد، وزيادة ربحية الشركة ولكن اليوم لا يمكن للشركة التركيز على الربحية فقط ولكن يجب مراعاة الأداء الاجتماعي والبيئي أيضا، إضافة إلى الأداء المالي وهذا الإطار يختلف عن المفهوم التقليدي الذي يتضمن الجوانب المالية فقط، ويشمل الاعتبارات الاقتصادية، البيئية والاجتماعية في تقييم الشركة وعمليات صنع القرار (Kumar & Thakurani, 2019:17). ويرى (Buendía et al., 2019:129) ان ادارة سلسلة التوريد الخضراء تمثل وسيلة تعمل على تحسين قابلية المنظمة على التخلص من الهدر وتحسين جودة المنتجات وتخفيض التكاليف وزيادة مرونة جميع عمليات المنظمة

وهناك مجموعة من المفاهيم التي تناولها الباحثون والتي وضعت لتحدي مفهوم ادارة سلسلة التوريد، حيث وضع (Waters & Rinsler, 2014:22) أن سلسلة ادارة التوريد هي فكرة الشراكة في قناة التسويق مع ضمان درجة عالية من الربط بين الكيانات المكونة لهذه القناة. حيث تستند فكرة ادارة سلسلة التوريد على تعظيم الارباح، إذ أن هدف ادارة سلسلة التوريد هو حل مشكلة التعارض الاهداف بين المنشأة والاطراف التي تتعامل معها. وعرفها (Zijm et al., 2015:3) بأنها المصطلح الذي يهتم بسلسلة الانتاج والتوزيع الكلي من المواد الخام الى المستهلك النهائي وعلى راس ذلك التدفق العكسي للمنتجات وامكانية اعادة استخدام المواد والمكونات. ووضحها (Giannakis et al., 2019:585) بأنها الوظائف التي تقع داخل الشركة والتي تضيف قيمة للمنتجات من خلال بيع المنشأة الى العملاء.

وبناءً على ما سبق، يمكن القول أن ادارة سلسلة التوريد هي جميع الأنشطة والمرحلات التي تقوم بها الشركة من البدء باختيار المصادر المواد الأولية مروراً بالانتاج والانتهاؤ بالزبون حيث ان اهمية استخدام الشركات الادارة سلسلة التوريد يساعد في تقديم الخدمات بكفاءة وفعالية عالية بالإضافة الى ارتفاع الميزة التنافسية بين الشركات.

وتتبع اهمية ادارة سلسلة التوريد من الحاجة الى تطبيقها بصورة فعالة حيث تساهم ادارة سلسلة التوريد من عملية الحصول وتبادل المعلومات ذات قيمة بالنسبة للمنشأة وشركائها وضمان حدوث مرونة واستجابة سريعة للتغيرات السوق والقابلية للاستغلال الامر الذي من شأنه ان يساهم في تعزيز كفاءة وفعالية القرارات المتخذة. كما تتولد اهمية ادارة سلسلة التوريد من خلال تعظيم القيمة الحقيقية التي تنتج عنها حيث ان هذا العنصر يعتمد على قدرة المنشأة في التفوق في مجالات التصميم والتصنيع ويعبر عن القيمة التي تحددها سلسلة التوريد بالفرق بين ما يشكله المنتج النهائي من قيمة المستهلك ويعبر عن القيمة المضافة لسلسلة التوريد كذلك بربحية سلسلة التوريد وهي المنفعة الكلية المتقاسمة بين الشركاء من خلال جميع مراحل ادارة سلسلة التوريد (Wei & Xiang, 2013:280).

وتظهر كذلك اهمية ادارة سلسلة التوريد في تلبيتها متطلبات الزبائن النهائيين من خلال البحث في كيفية الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات وامكانية التوريد التعزيز الميزة التنافسية وترتكز ادارة سلسلة التوريد على تحسين الكفاءة والمنافسة من خلال الاستفادة من امكانيات الموردين. حيث تساهم ادارة سلسلة التوريد من توفير معلومات ذات اهمية التسويقية كاليانات الخاصة بالتطورات التي تحدث في اسواق المواد ومستلزمات الانتاج بالإضافة الى معلومات حول قيمة المبيعات الحالية والمتوقعة بالإضافة الى معلومات عن الزبائن الذين يشترون منتجات المنشأة.

3.2.2 عناصر إدارة سلسلة التوريد الخضراء

وتتمثل اهم عناصر ادارة سلسلة التوريد بما يأتي (Jain et al., 2018:4 ; Haddouch et al., 2019:6):

- أ- **الخطوة:** هي الجزء الاساسي في ادارة سلسلة التوريد ان الهدف من استخدام سلسلة التوريد هو تحقيق رضا الزبون حيث يجب التخطيط وذلك لتوفير طلبات العملاء في الوقت المناسب وذلك باقل تكلفة واعلى جودة وافضل قيمة للعملاء.
- ب- **المصدر:** هو عملية اختيار موردي المنتجات والخدمات لإنتاج المنتجات وتقديم الخدمات ، بالإضافة إلى تحديد الأسعار المناسبة ، والشحن والدفع ، وتحسين العلاقات مع هؤلاء الموردين. سيؤخذ تطوير العمليات لإدارة مخزون المنتجات والخدمات من الموردين حول كيفية استلام البضائع وتأكيداتها وشحنها لتسهيل عمليات الإنتاج.
- ت- **التصنيع:** يتعلق بخطوات التصنيع حيث يتم جدولة أنشطة الإنتاج والاختيار والتعبئة والاعداد للتسليم. حيث تعتبر هذه الخطوة الأكثر كثافة وثقل في ادارة سلسلة التوريد حيث يتم قياس مستويات جودة المخرجات وقياس انتاجية الموارد البشرية.
- ث- **التسليم:** الذي يشير إلى الحركة المثلى للمواد وتخزينها ، وإنشاء فواتير فعالة من خلال إدارة وتنسيق العمليات المتعلقة بتلقي طلبات العملاء ، وتطوير شبكات أعمال المستودعات ، وترتيب أساطيل النقل لتقديم المنتجات النهائية للعملاء وأنظمة استلام إيصالات العملاء ، بالإضافة إلى ما سبق ، هناك خمس قضايا أساسية تتعلق بفعالية أنظمة التوريد ، وهي حركة المنتج ، وحركة المعلومات ، والوقت والخدمة ، والتكلفة ، والاختلافات بين المنظمات المختلفة المشاركة في سلسلة التوريد المتكاملة داخليًا النظام والخارجي.

ويمكن القول بان هناك اهمية كبيرة لعناصر ادارة سلسلة التوريد من حيث ارضاء العملاء من خلال تلبية طلباتهم بصورة سريعة وتوفير عنصر الخدمة الذي يكون لهو دور في وصول المنتجات الى الزبون وضع نظام فعالة للفواتير مما يسهل عمل الشركة ويقلل الوقت.

وتعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هي من عوامل النجاح الجوهرية لخلق وبناء سلسلة توريد وهي تؤثر بشكل مباشر في مستوى الثقة والتكامل بين أنشطة سلسلة التوريد ويبدو ذلك من خلال دور تكنولوجيا المعلومات (إنترنت، الإنترنت،

البرمجيات، ونظم دعم القرار) التي تعد الأدوات الاستراتيجية الفعالة في تحقيق مشاركة المعلومات بين مكونات وحلقات سلسلة التوريد الكفؤة وبالنتيجة تعظيم أداء سلسلة التوريد، ان إدارة سلسلة التوريد هي مدخل معاصر لإدارة الأعمال انطلق أساساً من فلسفة التعاون والتنسيق والتكامل داخل وخارج العمل.

3.2.3 العوامل المؤثرة في نجاح إدارة سلسلة التوريد الخضراء

ومن اهم العوامل التي تؤثر في نجاح ادارة سلسلة التوريد هي (Kim, 2006:241-242; Palang & Tippayawong, 2019:6; Chau et al., 2021:1418):

أ- **دعم الإدارة العليا:** يعتبر من اهم عوامل نجاح وكفاءة إدارة سلسلة التوريد هو دعم واسناد الادارة العليا، حيث عند تطبيق إدارة سلسلة التوريد يجب التنسيق والتكامل بين مجالات والوظائف المختلفة والشركاء المتعددين وهذا بالضرورة يتطلب قيادة تحويلية قادرة على تغيير الممارسات التقليدية الاداء الأعمال ومبادرات إبداعية من الإدارات العليا. وهي ذات الوقت تتطلب عمل جماعي وتعاوني من اجل توحيد وتكامل الأنشطة والعمليات في إطار دعم واسناد وتعزيز الإدارة العليا. فضلاً عن ذلك من الهم والجوهري ان تسعى قيادات الأعمال إلى بناء ثقافة إبداعية تركز على منظور استراتيجي لكي تتمكن من خلالها توجيه الشركاء والمستفيدين باتجاه تحسين وتكامل أنشطة.

ب- **إدارة علاقات الموردين:** يكون من خلال التعامل مع أفضل الموردين وتأهيلهم وتحسين وتطوير العلاقات معهم في إطار الثقة المتبادلة والصدق والوضوح واقتسام المزايا والمخاطر والمشاركة في حل المشكلات والتدريب وتبادل المعلومات والتكنولوجيا.

ت- **إدارة سلسلة القيمة:** إلغاء أي عملية أو حركة لا تضيف قيمة للمنتج أو الا تتناسب مع متطلبات العملاء.

ث- **تصميم العملية:** ويقصد بها تدفق عمليات الإنتاج والتصنيع لتحويل الموارد الى منتجات من خلال تحقيق التنسيق التام بين إدارات المنظمة مثل التسويق والإنتاج والموارد البشرية والإدارة المالية ويتم تصميم العملية بشكل يضمن تحقيق حاجات ورغبات العملاء وبالطبع يرتبط تصميم العملية بالتكلفة وتوافر رأس المال والموارد المتاحة ومرونة تلك الموارد ومدى مشاركة الزبون في تصميم العملية.

ج- **إدارة علاقات الزبون:** تعني إدارة علاقات العملاء مجموعة واسعة من الممارسات والتقنيات لإدارة وبناء شراكات استراتيجية مع العملاء تزيد من رضا العملاء وقيمتهم. من منظور تحليل عناصر وأبعاد إدارة سلسلة التوريد ، تعد علاقات العملاء مكوناً أو مكوناً رئيسياً لممارسات سلسلة التوريد الصناعية نظراً لدور العملاء في تحسين أداء سلسلة التوريد بكفاءة. تعد إدارة علاقات العملاء عنصراً أساسياً في ممارسة إدارة سلسلة التوريد وهي أهم مصدر للميزة التنافسية المستدامة نظراً لدورها في التغلب على الحواجز التنافسية في منظمات الأعمال. يعد بناء علاقات قوية بين الشركاء في سلسلة التوريد ، بما في ذلك العملاء ، عاملاً رئيسياً في بناء سلسلة إمداد فعالة ورشيقة بنجاح ، وهو يجبر المؤسسات على تمييز منتجاتها عن المنافسين وتحقيق ولاء مستدام للعملاء وزيادة القيمة المقدمة لهم.

ح- **تكنولوجيا المعلومات والمعرفة:** لدعم جمع البيانات ومعالجتها وتحليلها والحصول على المعلومات وتداولها بين شركاء سلسلة التوريد.

3.3 العلاقة ما بين إدارة سلسلة التوريد ونظم تخطيط موارد المنشأة

العلاقة ما بين نظم تخطيط موارد المنشأة وإدارة سلسلة التوريد: من خلال الاطلاع على مجموعة من الدراسات السابقة تبين ان هناك علاقة ما بين نظم تخطيط موارد المنشأة (ERP) وإدارة سلسلة التوريد حيث ان نظم تخطيط موارد المنشأة (ERP) يوفر مجموعة من المعلومات لسلسلة التوريد تساعد في ادارة ومراقبة جميع العمليات التي تحدث بين المنشأة والموردين، كما يوفر نظم تخطيط موارد المنشأة (ERP) رؤية واضحة لسلسلة التوريد تمكنها من اتخاذ القرارات بسهولة. ان التنفيذ السليم والناجح لنظم (ERP) سوف يساهم في تعزيز أداء سلسلة التوريد في العديد من المجالات مثل المرونة والاستجابة السريعة للزبون. حيث ان هناك مجموعة من تطبيقات نظم تخطيط موارد المنشأة (ERP) تكون مرتبطة بإدارة سلسلة التوريد من اهم هذه التطبيقات (نظام الادارة المالية والمحاسبية، نظام المشتريات، نظام التصنيع) وغيرها ان هذه التطبيقات تساعد اطراف سلسلة التوريد في اعداد وتكوين معلومات دقيقة، ان استخدام نظم تخطيط موارد المنشأة (ERP) يؤدي الى التحديث السريع للتكلفة وزيادة كفاءة وتحسين قدرة السلسلة على استرجاع المعلومات في هذه البيئة السريعة.

4. النتائج والمناقشة

4.1 منهج البحث

لتحقيق أهداف البحث، والإجابة عن أسئلتها، اعتمد البحث على المنهج الوصفي التحليلي لوصف الظاهرة موضوع البحث، حيث تم تصميم إستبانة لقياس متغيرات البحث، وإيجاد العلاقة بين متغيرات البحث وتحليلها وتفسيرها بهدف التوصل الى تعميمات ذات معنى يزيد ويثري بها رصيد المعرفة عن الموضوع، وبناء تفسيرات للبيانات والمعلومات بهدف الحصول على النتائج المرجوة.

4.2 مجتمع وعينة البحث

اشتمل مجتمع البحث على كافة الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان، والبالغ عددها حتى نهاية عام 2020 (52) شركة، وذلك حسب الموقع الإلكتروني لبورصة عمان وهيئة الأوراق المالية (www.ase.com.jo).

وقد تم اختيار عينة تضم (46) شركة وتشمل (88.5%) من حجم المجتمع، وتعتبر هذه النسبة مقبولة إحصائياً حسب جداول Sekaran & Bougie (2016)، وتم اختيار الشركات باستخدام أسلوب العينة الطبقية العشوائية المتناسبة لضمان تمثيل جميع الصناعات حسب عدد شركات الصناعة الواحدة في القطاع الصناعي ككل، وبهذا تشكلت العينة من الشركات حسب الجدول التالي:

الجدول (1): توزيع الشركات الصناعية مجتمع وعينة البحث حسب نوع الصناعة

عينة البحث	مجتمع البحث	الصناعة
5	6	صناعة الأدوية والصناعات الطبية
6	7	الصناعات الكيماوية
1	1	صناعة الورق والكرتون
7	8	الأغذية والمشروبات
2	2	التبغ والسجائر
11	13	الصناعات الاستخراجية
7	8	الصناعات الهندسية والإنشائية
4	4	الصناعات الكهربائية
3	3	صناعة الملابس والجلود والنسيج
46	52	المجموع الكلي لشركات القطاع الصناعي مجتمع وعينة البحث

المصدر: النشرة السنوية لبورصة عمان لعام 2020

4.3 وصف خصائص عينة البحث

يتضمن هذا الجزء وصفا للبيانات الشخصية لأفراد عينة البحث وهي: (المؤهل العلمي، التخصص العلمي، المسمى الوظيفي، وعدد سنوات الخدمة)، وذلك باستخدام أساليب الإحصاء الوصفي المتمثلة في التكرارات والنسب وعلى النحو الآتي:

الجدول (2): توزيع أفراد عينة البحث حسب المتغيرات الديموغرافية

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية
المؤهل العلمي	دبلوم	6	2.5
	بكالوريوس	143	59.3
	ماجستير	60	24.9
	دكتورة	26	10.8
	أخرى	6	2.5
التخصص العلمي	المجموع	241	100
	محاسبة	168	69.7
	اقتصاد	18	7.5
	علوم مالية ومصرفية	16	6.6
	إدارة أعمال	25	10.4
المسمى الوظيفي	أخرى	14	5.8
	المجموع	241	100
	مدير	6	2.5
	رئيس قسم	35	14.5
	موظف إداري	54	22.4
عدد سنوات الخدمة	مدقق	134	55.6
	أخرى	12	5.0
	المجموع	241	100
	أقل من 5 سنوات	7	2.9
	من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات	67	27.8
من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة	88	36.5	
15 سنة فأكثر	79	32.8	
المجموع	241	100	

يتضح من الجدول (2) فيما يتعلق بالمؤهل العلمي أن فئة حملة شهادة (البكالوريوس) قد شكلوا النسبة الكبرى من أفراد عينة البحث، والتي بلغت (59.3%)، تلاها فئة حملة شهادة (الماجستير)، حيث بلغت نسبتهم (24.9%)، وهذا يدل على ارتفاع المستوى العلمي والمعرفي لدى موظفي الدوائر والأقسام المستهدفة في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة، وامتلاكهم مستوى معقول من التأهيل العلمي.

وفيما يتعلق بالتخصص العلمي فقد تبين أن تخصص (محاسبة) قد شكلوا النسبة الكبرى من أفراد عينة البحث، والتي بلغت (69.7%)، كما يتضح توزيع أفراد عينة البحث على باقي التخصصات بنسب متقاربة نسبياً، ووجود ما نسبته (5.8%) من تخصصات أخرى تشتمل على التسويق ونظم المعلومات الإدارية ونظم المعلومات المحاسبية والبرمجيات.

وفيما يتعلق بالمسمى الوظيفي، فقد تبين أن (المدققين) قد شكلوا النسبة الكبرى من أفراد عينة البحث، والتي بلغت (55.6%)، في حين شكل (المدراء) النسبة الأقل والتي بلغت (2.5%)، وهذا يتوافق مع توزيع الموظفين وفق الهرم الإداري في

المنظمات، حيث يقل العدد كلما اتجهنا لقمة الهرم، كما قد يعود سبب ارتفاع نسبة المدققين إلى كونها تعد أحد أهم الفئات المستهدفة في البحث.

أما بالنسبة لعدد سنوات الخدمة فقد تبين أن النسبة الأكبر لسنوات خدمة موظفي الدوائر والأقسام المستهدفة في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة قد تراوحت بين (من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة)، والتي بلغت (36.5%) تلاها عدد سنوات الخدمة (15 سنة فأكثر) والتي بلغت (32.8%)، وهذا يدل على ارتفاع مستوى خبرات مدراء الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة، كما قد يدل على اهتمام إدارة الشركات الصناعية بالاحتفاظ بموظفيها.

4.4 وحدة التحليل

تكونت وحدة التحليل من مدراء العاملين ونائبيهم ورؤساء أقسام كل من دائرة اللوازم والمشتريات والإنتاج والمبيعات وتكنولوجيا المعلومات والدائرة المالية وقسم التدقيق الداخلي، بالإضافة إلى المدققين الداخليين في الشركات الصناعية الأردنية المساهمة العامة المدرجة في بورصة عمان. وقد تم توزيع (276) إستبانة إلكترونياً وبمتوسط (6) إستبانات في كل شركة لضمان اشتمال كافة الفئات المستهدفة، واسترجاع (250) إستبانة، وبعد مراجعة الاستبانات وتدقيقها تم استبعاد (9) إستبانات لعدم اكتمال الإجابات على كافة الفقرات، ليصبح عدد الإستبانات المستردة والقابلة للتحليل الإحصائي (241) إستبانة، أي ما نسبته (87.3%) من إجمالي الإستبانات الموزعة، وهي نسبة مقبولة إحصائياً.

4.5 مصادر جمع البيانات

استخدمت البحث نوعين من مصادر البيانات لجمع البيانات والمعلومات اللازمة لتحقيق أهداف البحث، وقد تمثلت هذه المصادر بما يأتي:

أولاً: المصادر الثانوية، اعتمدت البحث في معالجة الإطار النظري على مصادر البيانات الثانوية بهدف تغطية موضوع البحث ومتغيراتها الرئيسية وأبعادها الفرعية والمؤشرات الدالة، وقد تمثلت هذه المصادر في الكتب العلمية والدراسات والأبحاث السابقة وأطاريح الدكتوراه ورسائل الماجستير والمقالات والدوريات العلمية المحكمة والمختلفة سواء العربية منها أو الأجنبية، بالإضافة إلى شبكة المعلومات العنكبوتية والنشرات والإحصائيات ذات العلاقة، بهدف التركيز على أخذ تصور عام عن آخر المستجدات التي حدثت على مواضيع البحث الحالية ومتغيراتها.

ثانياً: المصادر الأولية، اعتمد البحث في إعداد الجانب العملي على الاستبانة، والتي تم تصميمها بالرجوع إلى المصادر الثانوية، وبشكل ينسجم مع مشكلة البحث وأسئلتها، بحيث تغطي كافة الجوانب التي تناولها الإطار النظري والتساؤلات والفرضيات التي استند عليها البحث، بالإضافة إلى الأخذ بأراء أصحاب الخبرة والاختصاص. وللإجابة عن فقرات أداة البحث والتعرف على مدى الموافقة عليها، تم اعتماد مقياس ليكرت الخماسي لقياس استجابات أفراد عينة البحث، حيث تم تحديد الأوزان الآتية لكل استجابة:

الجدول (3): مقياس ليكرت الخماسي

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

وللكشف عن مستوى اهتمام ودرجة ممارسة المنظمات المبحوثة لمتغيرات البحث، تم تطبيق الصيغة الآتية:

$$\text{طول الفترة} = \frac{\text{الحد الأعلى للبدل} - \text{الحد الأدنى للبدل}}{\text{عدد المستويات}} = \frac{5 - 1}{3} = 1.33$$

حيث تم تحديد مستوى الأهمية النسبية بالاعتماد على قيمة الوسط الحسابي لأوزان الإجابات على فقرات أداة البحث ومتغيرات أنموذجها، ووفقاً لثلاثة مستويات، وهي: منخفض ومتوسط ومرتفع، وذلك كما يأتي:

الجدول (4): مستوى الأهمية النسبية لفقرات ومتغيرات البحث والأوساط الحسابية التي تقابلها

مستوى الأهمية النسبية	منخفض	متوسط	مرتفع
الوسط الحسابي	1 - أقل من 2.33	2.33 - أقل من 66.3	3.66 - 5.00

4.6 وصف متغيرات البحث

وصف المتغير المستقل، نظم تخطيط موارد المنشأة

يتضح من الجدول (5) أن المتوسط الحسابي العام لنظم تخطيط موارد المنشأة من حيث الأهمية النسبية متوسط، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.606) وبانحراف معياري (0.722).

الجدول (5): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب والأهمية النسبية لفقرات نظم تخطيط موارد المنشأة

ت	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
1	نظم تخطيط موارد المنشأة	3.606	0.722	متوسطة

وصف المتغير التابع، إدارة سلسلة التوريد

يتضح من الجدول (6) أن المتوسط الحسابي العام لإدارة سلسلة التوريد من حيث الأهمية النسبية متوسط، حيث بلغ المتوسط الحسابي (3.558) وبانحراف معياري (0.749).

الجدول (6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والرتب والأهمية النسبية لفقرات إدارة سلسلة التوريد

الرقم	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية
1	إدارة سلسلة التوريد	3.558	0.749	متوسطة

4.7 اختبار ثبات أداة البحث

تم اختبار مدى ثبات أداة البحث باستخدام مقياس معامل كرونباخ ألفا (Cronbach Alpha Coefficient)، حيث تكون النتيجة مقبولة إحصائياً إذا كانت تجاوزت قيمة معامل كرونباخ ألفا القيمة (0.70) (Sekaran & Bougie, 2016)، وكلما اقتربت القيمة من (100%) دل هذا على درجات ثبات أعلى لأداة البحث.

وبالنظر إلى البيانات الواردة في الجدول التالي فقد جرى قياس معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا، لمتغيرات البحث ولأبعادها ولأداة البحث ككل، لمعرفة مدى الاتساق في الإجابات؛ وذلك على النحو التالي:

الجدول (7): قيم معامل الاتساق الداخلي لفقرات أداة البحث

القيمة ألفا	البعد / المتغير
0.912	نظم تخطيط موارد المنشأة
0.919	إدارة سلسلة التوريد الخضراء
0.975	أداة البحث إجمالاً

يتضح من الجدول (7) أن قيم معامل الاتساق الداخلي كرونباخ ألفا لفقرات أداة البحث تراوحت بين (0.912-0.960)، بالإضافة إلى أن قيمة ألفا لأداة البحث ككل قد بلغت (0.975)، وبالتالي تكون جميع القيم أكبر من (70.0) وهذا مؤشر على الاتساق بين فقرات أداة البحث، وموثوقية أداة البحث وإمكانية الاعتماد عليها لإجراء التحليل الإحصائي.

4.8 اختبار فرضيات البحث

الفرضية الرئيسية الأولى

لا توجد علاقة ارتباط ذو دلالة إحصائية بين نظم تخطيط موارد المنشأة وإدارة سلسلة التوريد في الشركات الصناعية المساهمة الأردنية.

تشير نتائج الجدول رقم (8) أن معامل الارتباط ($R=0.826$) يشير إلى العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

الفرضية الرئيسية الثانية

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لنظم تخطيط موارد المنشأة (ERP) في إدارة سلسلة التوريد في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية.

تم إخضاع الفرضية الرئيسية لتحليل الانحدار الخطي المتعدد والمتدرج (Multiple and Stepwise Linear Regression)، وتم إخضاع الفرضية لتحليل الانحدار الخطي البسيط (Simple Linear Regression).

ولاختبار الفرضية الرئيسية، تم استخدام تحليل الانحدار البسيط، وكانت النتائج كما يلي:

الجدول (8): * نتائج اختبار أثر (نظم تخطيط موارد المنشأة (ERP)) في إدارة سلسلة التوريد الخضراء

Coefficients		ANOVA		Model Summary		المتغير التابع			
Sig t*	T	الخطأ المعياري	B	المستقل	Sig F*		F	R ²	R
0.000	22.664	0.038	0.857	نظم تخطيط موارد المنشأة	0.000	513.651	0.682	0.826	إدارة سلسلة التوريد

* يكون التأثير ذا دلالة إحصائية عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$)

كما تظهر نتائج الجدول (8) أن أثر المتغير المستقل (نظم تخطيط موارد المنشأة (ERP)) في المتغير التابع (إدارة سلسلة التوريد الخضراء) هو أثر ذو دلالة إحصائية، حيث كانت قيمة F المحسوبة (513.651)، وبمستوى دلالة (Sig=0.000) وهو أقل من 0.05، حيث ظهر أن قيمة معامل التحديد ($R^2=0.682$) وهي تشير إلى أن (68.2%) من التباين في (إدارة سلسلة التوريد الخضراء) يمكن تفسيره من خلال التباين في (نظم تخطيط موارد المنشأة (ERP)).

كما يتبين من جدول المعاملات أن قيمة (B=0.857) وأن قيمة (t=2.664) عند مستوى دلالة (Sig=0.000) وهذه تؤكد معنوية المعامل عند مستوى ($\alpha \leq 0.05$).

وبناء على ما سبق، نرفض الفرضية الرئيسية الثالثة ونقبل الفرضية البديلة القائلة:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لنظم تخطيط موارد المنشأة (ERP) في إدارة سلسلة التوريد في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية

5. النتائج والتوصيات

4.1 النتائج

- بناءً على مخرجات تحليل البيانات واختبار الفرضيات، فقد توصل البحث إلى النتائج الآتية:
1. أظهرت نتائج التحليل الوصفي توسط مستوى اهتمام الشركات الصناعية الأردنية بإدارة سلسلة التوريد، وهذا يدل على اهتمام الشركات الصناعية إلى حد ما بتبني الأنشطة والممارسات التي تسهم في تحقيق الإدارة الفاعلة لسلسلة التوريد، والتي تمثلت أبرزها في تطوير برامج الشراكة الاستراتيجية مع الموردين، وتعزيز التعاون بين الوحد والأقسام في الشركة لحل مشاكل العمل.
 2. أظهرت نتائج التحليل الوصفي توسط مستوى اهتمام الشركات الصناعية الأردنية بنظم تخطيط موارد المنشأة، وهذا يدل على اهتمام الشركات الصناعية إلى حد ما بتبني وتطبيق أنظمة المعلومات التي تساعد على توظيف بيانات العمل من خلال جمعها ومعالجتها وتخزينها، وتزويد الإدارة وأصحاب العلاقة بالتقارير والمعلومات التي تساعد على تقييم كفاءة وفاعلية أعمال الشركة.
 3. أظهرت نتائج اختبار الفرضيات المتفرعة من الفرضية الرئيسية وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) لكل من نظام تخطيط موارد المنشأة في إدارة سلسلة التوريد في الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية، وذلك عند دراستها بشكل منفرد، حيث ظهر الأثر المعنوي عند جميع الأبعاد. وهذا يشير إلى الدور الإيجابي والأهمية الكبيرة التي يؤديها نظام تخطيط موارد المنشأة من خلال أبعاده في تحقيق الإدارة الفاعلية لسلسلة التوريد، حيث يمثل دور نظام تخطيط موارد المنشأة في توفير البيانات والمعلومات الصحيحة وذات العلاقة بأنشطة وعمليات وعلاقات الشركة وتدفعها بين المستويات الإدارية في الشركة وتحليلها، مما يساعد على تحقيق التكامل والانسجام بين المهام المختلفة في أنشطة سلسلة التوريد، بالإضافة إلى تقييم وتحديد مستوى المخاطر والظروف التي قد تتعرض لها سلسلة التوريد ومدى تأثير أنشطة وعمليات السلسلة بها، وإعداد الاستراتيجيات المناسبة للاستجابة لها.

5.2 التوصيات

- بناءً على النتائج التي توصل إليها البحث، فإنها توصي بما يأتي:
1. تحفيز إدارة الشركات الصناعية الأردنية على زيادة مستوى الاهتمام بممارسة أنشطة وعمليات إدارة سلسلة التوريد الخضراء، وذلك لدورها في ضمان سير العمل بالشكل الصحيح واكتشاف حالات التلاعب والتزوير في البيانات، وإيصال التقارير المتضمنة لنتائج التدقيق بصورة إلكترونية ومباشرة للإدارة.
 2. زيادة مستوى اهتمام إدارة الشركات الصناعية الأردنية بتطبيق أنظمة وتقنيات الذكاء الاصطناعي، وذلك لدورها في تسهيل وإنجاح أداء عمل الشركات لأنشطتها وعملياتها المختلفة، ومساعدتها في حل المشاكل التي تواجهها واكتشاف الإخطاء والانحرافات في وقت قياسي، وتزويدها بالدعم الكافي في عملية اتخاذ القرارات المناسبة.
 3. زيادة مستوى اهتمام إدارة الشركات الصناعية الأردنية بتطبيق نظم دعم القرار واعتبارها جزءاً من عملية التطوير، وتفعيل دورها في توفير المعلومات التي تتناسب مع احتياجات ومتطلبات العمل وذلك من خلال تشخيص المشاكل التي تواجه هذه النظم وإيجاد الحلول المناسبة لها وتوفير البيئة الداعمة لها.
 4. توجيه المعنيين بنظم تخطيط الموارد لدى الشركات الصناعية الأردنية نحو اعتماد أنشطة إدارة سلسلة التوريد الخضراء في ممارسة أنشطة وعمليات إدارة سلسلة التوريد الخضراء، لما لهما من دور في تقديم الدعم والمساندة في تدقيق ومراجعة كافة المعاملات والملاحظات داخل الشركة، وتقديم المعلومات التي تخدم قراراتها الإدارية، والعمل على تحقيق أهدافها.
 5. العمل على تحسين مستوى أداء سلسلة التوريد لدى الشركات الصناعية الأردنية، وذلك من خلال التخطيط لأنشطته بشكل فعال، واستخدام وسائل تكنولوجيا معلومات حديثة ومطورة للتواصل مع العملاء، وإعداد قاعدة بيانات خاصة بموردي الشركة وتحديثها باستمرار، بالإضافة إلى توفير أنظمة إلكترونية تساعد على إيصال المعلومات وتبادلها بين الشركة والموردين.
 6. زيادة مستوى اهتمام إدارة الشركات الصناعية الأردنية بتطبيق نظم إدارة تخطيط موارد المنشأة، والعمل على تبني كافة الممارسات والإجراءات التي تسهم في تحقيق الكفاءة والفاعلية في أنشطتها وعملياتها، وذلك لما له من دور ربط جميع الأعمال الأساسية والمساندة في الشركة مما يسهم في تحقيق التكامل في بيئة الأعمال، وتوفير معلومات عن تخطيط موارد على المستوى التشغيلي والتكتيكي والاستراتيجي، وتحسين الانتاجية من خلال العمل والاستجابة للعملاء من خلال دمج العمليات في تطبيق واحد.

المصادر والمراجع

1. Abdullah, Antar Mugahed Ahmed (2017). Evolution of Enterprise Resource Planning. Journal of Engineering Technology and Management Science, 1 (11), 1-6.
2. Alomyan, Nayef Rajl (2021). The Intellectual Impact of Strategic Leadership on the Efficiency of Implementing the Enterprise Resource Planning (ERP) System for Jordanian Industrial Companies: A Field Study. International Journal of Business and Social Science, 12 (2), 80-93.
3. Ayyagari, Ramakrishna (2010). Hands on ERP Learning: Using on Open ERP, an Alternative to SAP. Journal of Information Systems Education, 22 (2), 123-133.
4. Barr-Pulliam, Dereck (2019). The Effect of Continuous Auditing and Role Duality on the Incidence and Likelihood of Reporting Management Opportunism. Management Accounting Research, 44, 44-56.

5. Buendía, N. G., Fuentes, J. M., & Marín, J. M. M. (2019). Planteamiento de un modelo de evaluación de Lean Supply Chain Management. *Revista de Estudios Empresariales. Segunda Época*, (1).
6. Chau, K. Y., Tang, Y. M., Liu, X., Ip, Y. K., & Tao, Y. (2021). Investigation of critical success factors for improving supply chain quality management in manufacturing. *Enterprise Information Systems*, 15 (10), 1418-1437.
7. Farzaneh, M.K. (2014). Evaluation of use of ERP in E-commerce: Methods and Strategies. *Research Journal of Applied Sciences, Engineering and Technology*, 7 (20), 4171-4174.
8. Garg, M.A (2019). Impact of Enterprise Resource Planning on Organizational Productivity in on Formation Technology. Unpublished Doctoral dissertation, Walden, USN.
9. Giannakis, M., Spanaki, K. & Dubey, R. (2019). A Cloud-Based Supply Chain Management System; Effects on Supply Chain Responsive. *Journal of Enterprise Information Management*, 32 (4), 585-607.
10. Gujarati, D.N. (2004). *Basic Econometrics*. 4th Ed., McGraw Hill, New York, USA.
11. Haddouch, H., Beidouri, Z., & El Oumami, M. (2019). Supply chain management: A review of approaches, practices and impact on performance. *International Journal of Supply Chain Management*, 8 (6), 1-13.
12. Hameed, Shahar (2019). The Effect of Integration between Audit and Leadership on Supply Chain Performance Evidence from UK Based Supply Chain Com. *Journal of Management Accounting Research*, 7 (2), 311-328.
13. Hwang, D., & Min, H. (2015). Identifying the drivers of enterprise resource planning and assessing its impacts on supply chain performances. *Industrial Management and Data Systems*, 115 (3).
14. Jain, S., Jain, N. K., & Metri, B. (2018). Strategic framework towards measuring a circular supply chain management. *Benchmarking: An International Journal*, 25 (8).
15. Kim, S.W. (2006). Effects of Supply Chain Management Practices, Integration and Competition Capability on Performance, *Supply Chain Management. An International Journal*, 11 (3), 241-248.
16. Kumar, A. & Thakurani, D. (2019). A Review of Sustainable Supply Chain Initiatives. In *Proceedings of International Conference on Sustainable Computing in Science, Technology and Management (SUSCOM)*, Amity University Rajasthan, Jaipur-India.
17. Le, M. (2017). ERP and application status: A review of Vietnam's SMEs. *Journal of Research in Business, Economics and Management*, 8 (6), 1577 – 1587.
18. Mageto, J. (2021). Big data analytics in sustainable supply chain management: A focus on manufacturing supply chains. *Sustainability*, 13(13).
19. Munoko, I., Brown-Liburd, H. L. & Vasarhelyi, M (2020). The Ethical implications of Using Artificial Intelligence in Auditing. *Journal of Business Ethics*, 167 (3), 209–234.
20. Nassima, O. & Hassane, O. (2020). The Effect of Enterprise Resource Planning 'Erp' on Management Control and Decision-Making Process. *les cahiers du mecas*, 16 (2), 107-118.
21. Nemati, S. A. & Mangaladurai, D. (2014). Impact of Enterprise Resource Planning in Supply Chain Management. Unpublished Master's Thesis, University College of Boras, Sweden.
22. Ociepa- Kubicka, A. (2017). Advantages of Using Enterprise Resource Planning Systems (ERP) in the Management Process. *World Scientific News*, 89, 237-243.
23. Palang, D., & Tippayawong, K. Y. (2019). Performance evaluation of tourism supply chain management: the case of Thailand. *Business Process Management Journal*, 25 (6).
24. Romney, M. B. & Steinbart, P. J. (2017). *Accounting Information Systems*. 14th Edition, Pearson Boston, MA.
25. Rouhani, S. & Mehri, M. (2018). Empowering Benefits of ERP Systems Implication: Empirical Study of Industrial Firms. *Journal of Systems and Information Technology*, 20 (1), 54-72.
26. Sekaran, U. & Bougie, R. (2016). *Research Methods. For Business: A Skill- Building Approach*. 7th Ed. John Wiley and Sons Inc, New York, USA.
27. Serag, Asmaa & Daoud, Mona (2021). Using Modern Audit Methods to Overcome the Challenges Facing the Audit Profession in The COVID-19 Pandemic. *Scientific Journal of Commerce and Finance*, 41(2), 1-10.
28. Serhan, A. & El Hajj, W. (2019). Study on the Factors that Determine the Success of ERP Implementation. *Proceedings of the International Conference on Business Excellence*, 13 (1), p. 298-312.
29. Tracey, M., Vonderembse, M. & Lim, J. (2009). Manufacturing Technology and Strategy Formulation: Keys to Enhancing Competitiveness and Improving Performance. *Journal of Operation Management*, 17, 411-428
30. Waters, D. & Rinsler, S. (2014). *Global Logistics: New Directions In supply chain management*. 6th Edition, Kogan Page Publisher.
31. Wei, Z. & Xiang, W (2013). The Importance of Supply Chain Management. *International Journal of Business and Social Science*, 4 (16), 279-282.
32. Zijm, H., Klumpp, M., Clausen, U. & Hompel, M. T. (2015). *Logistics and Supply Chain Innovation, Bridging the Gap between Theory and Practice*. Springer, Berlin.

1. تدرك الشركة بان احدى متطلبات تحقيق نظم تخطيط موارد المنشأة هي الايفاء بمتطلبات الزبائن..
2. طورت الشركة أنشطة نظم تخطيط موارد المنشأة بحيث تكون مصممة خصيصاً لتلبية متطلبات الزبائن.
3. تدرك الشركة بان تحسين عملياتها الداخلية لخفض الكلف تعد من متطلبات نظم تخطيط موارد المنشأة.
4. تبني الشركة علاقتها مع الموردين لفترات طويلة.
5. تمتاز الشركة بإدارة أعمالها التنظيمية عن طريق فرق عمل نظم تخطيط موارد المنشأة متميز.
6. تمتلك الشركة عاملين يمتازون بالخبرة في مجال إدارة الأنشطة اللوجستية.
7. سهل نظم تخطيط موارد المنشأة المتبع في الشركة اداء الأنشطة الخضراء.

ادارة سلسلة التوريد الخضراء

1. قامت الشركة بتضمين استراتيجيات ادارة سلسلة التوريد الخضراء في عملية التخطيط الاستراتيجي.
2. لدى الشركة القدرة على تقليل الهدر في عمليات الشراء.
3. تعتمد الشركة على عدد قليل من الموردين.
4. تحرص الشركة على تكامل للرؤية والثقافة والاستراتيجية لخدمة الزبائن بجودة عالية وتكلفة منخفضة وأوقات تسليم قصيرة في الشركة.
5. تدعم إدارة الشركة التخزين الخفيف من خلال توفير موارد كافية.
6. هناك علاقة بين النقل ونظام الإنتاج في الوقت المناسب في الشركة.
7. تتمتع الشركة بتدفق اخضر للسلع والخدمات للزبائن.

دور تقنية محاسبة استهلاك الموارد في ادارة الكلفة - دراسة تطبيقية - في شركة اور العامة /
معمل القابلوات والاسلاك الكهربائية

The Role of the Resource Consumption Accounting Technique in Managing Cost - Applied Study In UR State Company /Cables and Electrical Wires Factories.

م.د سعود سعد جاسم منشد الغزي
Saud Saad Jasim M. Al_Ghazi
salah.m@uokerbala.edu.iq
جامعة كربلاء- كلية الإدارة والاقتصاد
Karbala University / College of
Administration and Economics

أ.د صلاح مهدي جواد الكواز
Prof. Dr Salah Mahdi Jawad Al-Kawaz
sauksaad164@yahoo.co.uk
جامعة كربلاء- كلية الإدارة والاقتصاد
Karbala University / College of
of Administration and Economics

المستخلص :

يهدف البحث الى تطبيق تقنية محاسبة استهلاك الموارد في احد معامل شركة اور العامة وهو معمل القابلوات والاسلاك الكهربائية باعتبارها من اهم تقنيات ادارة التكلفة الاستراتيجية في مجال محاسبة التكاليف والإدارية ، وان تطبيق هذه التقنية من شأنه ان يؤدي الى الاستغلال الكفء للموارد وتحقيق الرقابة عليها وبالتالي ادارة التكلفة. ولتحقيق هذا الهدف فقد قام الباحثان بدراسة حالة لعينة البحث والمتمثلة في معمل القابلوات والاسلاك الكهربائية التابع لشركة اور العامة احدى شركات وزارة الصناعة والمعادن وذلك بالاعتماد على بيانات الوحدة الاقتصادية عينة البحث عن طريق المقابلات الشخصية مع موظفي الشركة والزيارات الميدانية لغرض تطبيق تقنية محاسبة استهلاك الموارد. وتم التوصل الى مجموعة من الاستنتاجات اهمها : ان تطبيق تقنية محاسبة استهلاك الموارد يسهم في الاستغلال الأمثل للموارد وتحقيق الرقابة عليها وانعكاس ذلك بالنتيجة في انخفاض التكاليف . وفي ضوء هذه الاستنتاجات تم اقتراح مجموعة من التوصيات اهمها : العمل على تطبيق تقنية محاسبة استهلاك الموارد بهدف ترشيد موارد الوحدة الاقتصادية عينة البحث وتحقيق الرقابة عليها فضلا عن التخطيط لها وبالشكل الذي يساعد في ادارة التكلفة .
الكلمات المفتاحية : محاسبة استهلاك الموارد ، نظرية القيود ، حوكمة الشركات .

Abstract :

The research aims to apply Resource Consumption Accounting technique in one of the Ur state company Factories', which is the factory of Cables and Electrical Wires, as this technique is among of the most important strategic cost management techniques in the field of cost and management accounting, and applying it would lead to Cost management in terms of achieving the goal of control and efficient exploitation of resources. The researchers used the data of the company which is the research sample through personal interviews with the employees and field visits in order to apply the technique of resource consumption accounting and achieve the goal of research. The Researchers reached a set of conclusions , the most important ones are: The applying of resource consumption accounting contributes to optimizing the use of resources and achieving control over them, and this is can be reflected in reducing costs. In light of these conclusions, there are many recommendations has been proposed, the most important of these recommendations are: Work on Applying the technique of resource consumption accounting in order to rationalize achieve Control and planning for the resources of the research sample in a way that helps in Managing cost.

Key Words :Resources Consumption Accounting (RCA),Theory of Constraints (TOC) ,Corporate Governance

1. المقدمة Introduction

مما لا شك فيه أن من أهم أهداف الوحدات الاقتصادية هو (الاستخدام الأمثل للموارد) وبما يتماشى مع التغيرات التي تحدث في بيئة الأعمال التنافسية ، كما أن التطورات الكبيرة التي حدثت في الوحدات الاقتصادية من ناحية الحجم واتساع الأنشطة الاقتصادية كرد فعل للتطورات التي تشهدها بيئة الأعمال وبرزها المنافسة الشديدة ، التقدم التكنولوجي ، وغيرها وما ترتب على ذلك من تزايد المعلومات قد كانت من الأسباب المهمة في ضعف الرقابة التي تفرضها تلك الوحدات على مواردها المختلفة مع عدم الاستغلال الأمثل لتلك الموارد ، يوازي ذلك أن النظم الكفوية التقليدية أصبحت عاجزة عن توفير المعلومات التي تساعد في تحقيق الرقابة الفعالة على تلك الموارد واستغلالها بشكل كفاء وهذا ما دعا إلى ضرورة اتخاذ الإجراءات اللازمة التي تحكم الرقابة على موارد الوحدة الاقتصادية واستغلالها أفضل استغلال بهدف تخفيض التكلفة على نحو فاعل مع اعتماد تقنيات المحاسبة الإدارية الحديثة التي تعزز من إدارة التكلفة بالشكل الذي يعمل على تحقيق الرقابة الفعالة على موارد الوحدة الاقتصادية والاستغلال الكفوء للطاقة العاطلة/الفائضة مما ينعكس في تحسين الأداء وتحقيق الأهداف الاستراتيجية ، وعليه فإن هذا البحث يهدف إلى بيان دور تطبيق تقنية محاسبة استهلاك الموارد باعتبارها من أبرز تلك التقنيات في تحقيق الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة وتحديد الطاقة العاطلة وانعكاس ذلك بالنتيجة في إدارة التكلفة في الوحدة الاقتصادية عينة البحث.

ولتحقيق هدف البحث فقد تم تقسيمه إلى أربعة مباحث ، خصص المبحث الأول لعرض منهجية البحث ، في حين تناول المبحث الثاني الإطار النظري لتقنية محاسبة استهلاك الموارد. أما المبحث الثالث فتناول الجانب التطبيقي للبحث في معمل القابلات والأسلاك الكهربائية أحد معامل شركة أور العامة في محافظة ذي قار. وأخيراً خصص المبحث الرابع إلى عرض ما توصل إليه الباحثان من استنتاجات وتوصيات.

2. منهجية البحث

(2-1) مشكلة البحث: Research Problem

تكمن مشكلة البحث في أن التطورات السريعة الذي تشهدها بيئة الأعمال الحديثة وأبرزها المنافسة الشديدة ، جعلت من النظم الكفوية التقليدية عاجزة عن توفير معلومات ملائمة تساعد الوحدات الاقتصادية في العراق ومنها معمل القابلات والأسلاك الكهربائية باعتباره عينة البحث في تحقيق الرقابة على مواردها وتحقيق الاستغلال الأمثل لها مع ، كما أن المعلومات التي تنتجها النظم التقليدية لا تسهم في تلبية المتطلبات الجديدة التي ينبغي تحقيقها من أجل النجاح والاستمرار في ظل هذه التطورات وهذا ما أسفر عن حصول مشكلات كبيرة في أغلب الوحدات الاقتصادية ومنها الوحدة الاقتصادية عينة البحث والتي تتمثل في تحقيقها للخسائر الكبيرة والمتكررة نتيجة لارتفاع تكاليف المنتجات ، والذي أثر سلباً في إنتاجيتها وبالنتيجة انخفاض مبيعاتها وذلك نتيجة عدم تطبيق تقنيات إدارة التكلفة الاستراتيجية الحديثة .

وعلى هذا الأساس فإن مشكلة هذا البحث يمكن تأطيرها في التساؤل الآتي:

هل يسهم تطبيق تقنية محاسبة استهلاك الموارد في إدارة التكلفة في المعمل عينة البحث وذلك من خلال، الاستغلال الأمثل لموارده و تحقيق الرقابة الفعالة على تلك الموارد ، وتخفيض التكاليف ؟

(2-2) أهمية البحث Research Significance

تتبع أهمية البحث من مدى حاجة الوحدات الاقتصادية إلى تطبيق تقنيات في نطاق إدارة التكلفة الاستراتيجية المعاصرة ومنها على وجه الخصوص تقنية محاسبة استهلاك الموارد والتي تساعد في تحقيق الرقابة على موارد تلك الوحدات والاستغلال الأمثل لتلك الموارد بالشكل الذي يسهم في إدارة التكلفة.

(2-3) أهداف البحث: Research Objectives

يهدف البحث إلى تحقيق ما يأتي :

- بيان تقنية محاسبة استهلاك الموارد كتقنية كفوية معاصرة تستهدف تطوير نظم إدارة التكلفة في الوحدة الاقتصادية عينة البحث .
- بيان دور تطبيق تقنية محاسبة استهلاك الموارد في تحقيق الاستغلال الأمثل للموارد المتاحة وتحديد الطاقة العاطلة وانعكاس ذلك بالنتيجة في إدارة التكلفة في الوحدة الاقتصادية عينة البحث.

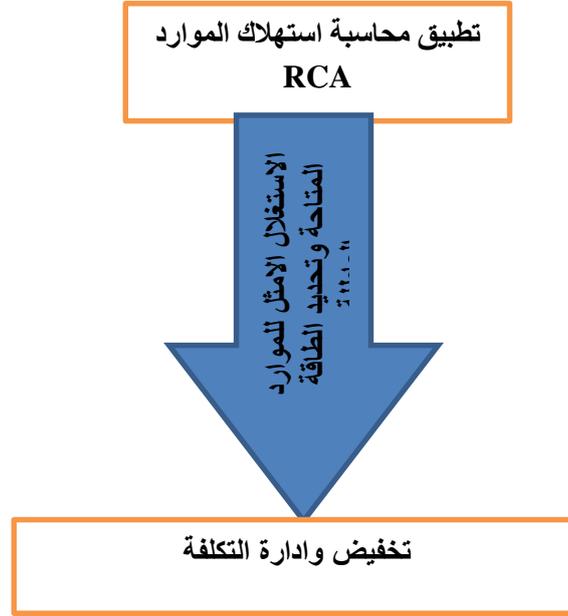
(2-4) فرضية البحث: Research Hypothesis

يستند البحث إلى فرضية رئيسة مفادها الآتي : (أن تطبيق تقنية محاسبة استهلاك الموارد من شأنه أن يؤدي إلى تطوير نظم إدارة التكلفة في الوحدة الاقتصادية عينة البحث وبالشكل الذي يتلاءم مع متطلبات بيئة الأعمال المعاصرة).

Research Model: (2-5) أنموذج البحث

تشمل متغيرات البحث على نوعين من المتغيرات هما المتغيرات المستقلة التي تتضمن تقنية (محاسبة استهلاك الموارد) والتي تطبيقها سيقدم الدعم الضروري للمتغير التابع والمتمثل (ادارة التكلفة) وكما موضح في الشكل الآتي:

الشكل (1-1) أنموذج البحث



المصدر : من اعداد الباحثان

المبحث الثاني : الاسس المعرفية لتقنية محاسبة استهلاك الموارد (RCA)

3. مفهوم وفلسفة محاسبة استهلاك الموارد: Concept and Philosophy of RCA

(3-1) مفهوم تقنية محاسبة استهلاك الموارد

تعد محاسبة استهلاك الموارد أحد التقنيات الحديثة التي تركز على توفير معلومات مفيدة لا توفرها نظم الكلفة التقليدية (Merwe,2011:1). ونظرا لأهمية تقنية محاسبة استهلاك الموارد فقد تناولها العديد من الباحثين و المهتمين في بحوثهم ودراساتهم الا انهم لم يتفقوا على تعريف محدد وشامل لهذه التقنية ، اذ وردت العديد من التعريفات بشأنها ، وفي هذا الصدد يمكن تسليط الضوء على بعضا منها وكالاتي :

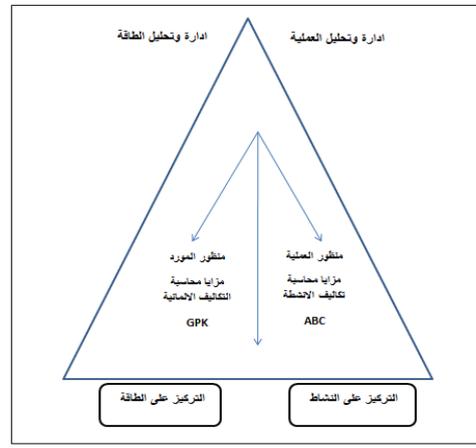
1. يرى (White, 2009:63) ان محاسبة استهلاك الموارد هي نموذج لقياس التكلفة مصمم لتزويد الادارة بمعلومات التكاليف لدعم عملية اتخاذ القرارات بما يمكن من تحقيق الاستغلال الكفء للموارد المتاحة بهدف تحسين المقدرة التنافسية للوحدة الاقتصادية.
2. وعرفها (Blocher,2010:152) بانها عملية تكييف لنظام الكلفة على اساس الانشطة ABC ، فهي تركز على استهلاك الموارد عن طريق زيادة عدد مجتمعات تكلفة الموارد وهذا يسمح بالتتبع المباشر لتكاليف الموارد إلى اهداف التكلفة بصورة اكثر وضوحا مقارنة بنظام ABC الذي يستخدم مراكز تكلفة أقل .
3. وفي نفس السياق وضع (الجبلي، 2020: 532) تعريفا لمحاسبة استهلاك الموارد وعرفها على أنها نموذج يتميز بنظرة مستقبلية يركز على الوصول الى دقة أفضل في تخصيص التكاليف عن طريق التدفق العيني(الكمي) للموارد وبناءً على متطلبات اهداف التكلفة وبالتوافق مع رغبات الزبون من الموارد، وإدارة وتخطيط الموارد و الطاقة العاطلة وذلك بمراعاة العلاقات التبادلية بين الموارد تمهيدا لمحاسبة المسنول عنها، وتوفير معلومات أفضل لمساعدة الإدارة في اتخاذ القرارات التي تهدف الى ترشيد إدارة الموارد مع العمل على التخلص من الموارد التي لا تضيف قيمة وكذلك العمل على زيادة الإيرادات بهدف تعظيم الربحية، ودعم القدرة التنافسية للوحدة الاقتصادية .
4. وتطرق (Datar&Rajan, 2021 :661) الى محاسبة الاستهلاك الموارد، فاعتبرها نظام محاسبة إدارية حديث ، يستخدم إجراءات مشابهة لتلك التي تستعمل في عملية تحميل التكلفة على المنتجات ،اذ يستند تحديد معدلات تحميل التكاليف الثابتة على الطاقة العملية في حين يستند تحديد معدلات تحميل التكاليف التناسبية (أي التكاليف التي تختلف باختلاف مخرجات مجمع الموارد) على الكميات المخططة.

وبناء على ما سبق يمكن للباحثان ان يعرفا محاسبة استهلاك الموارد على انها "تقنية ادارية استراتيجية متكاملة وشاملة تجمع بين ميزات نظم محاسبة التكاليف الألمانية ومحاسبة التكاليف على النشاط وبالشكل الذي يعمل على ادارة التكلفة بتخفيضها وذلك عن طريق فصل تكاليف الطاقة العاطلة بشكل كمي ومالي وتحديد المسؤولية بما يعزز من الرقابة على الموارد المتاحة بطريقة يمكن ان تسهم في تحقيق الاستغلال الكفاء للطاقة العاطلة مما يمكن من زيادة الربحية والنمو وبالنتيجة تعظيم قيمة الوحدة الاقتصادية".

(3-2) فلسفة تقنية محاسبة استهلاك الموارد

يشير (Ahmed & Moosa, 2011:756) الى ان الفلسفة الاساسية التي تستند عليها عملية تطبيق تقنية محاسبة استهلاك الموارد تعتمد على فكرة مفادها أن الموارد هي السبب في حدوث التكلفة ، وأن هذه الموارد ينبغي ان تكون مصنفة في مجموعات تسمى مجموعات الموارد ، بحيث ان كل مجمع من هذه المجمعات يستخدم مجموعة من المدخلات لإنتاج مخرجات قد تستخدمها مجموعات موارد أخرى أو تستخدم لإنتاج المنتجات النهائية للزبائن ، مما يسهم في توفير معلومات ملائمة تدعم عملية اتخاذ القرارات الرشيدة بشأن تخفيض التكلفة وتعظيم الإيراد وتحقيق المقدررة الإنتاجية للوحدة الاقتصادية في ظل بيئة المنافسة الشديدة ، ناهيك عن ان محاسبة استهلاك الموارد هي من التقنيات التي تجمع بين مزايا محاسبة التكاليف الألمانية ومحاسبة التكلفة على أساس النشاط وكما موضح في الشكل ادناه.

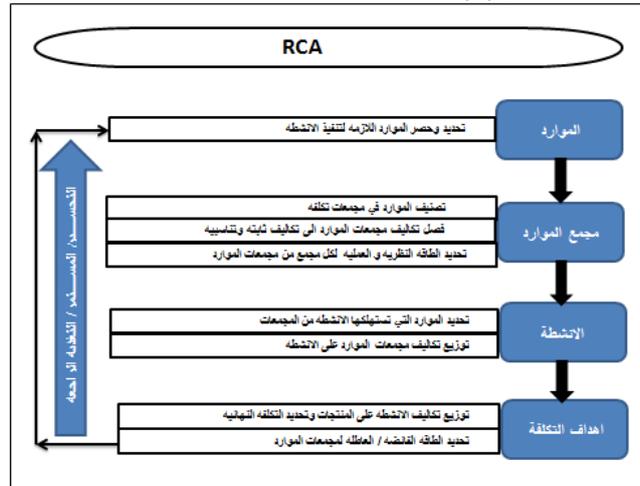
شكل (2) : فلسفة تقنية محاسبة استهلاك الموارد



Ahmed, S., Moosa, M. (2011). Application of Resource Consumption Accounting (RCA) In an Educational Institute, p:756.

يتضح من خلال الشكل السابق ان تقنية محاسبة استهلاك الموارد لا تعد طريقة جديدة لمحاسبة التكاليف بل انها عملية تطوير لنظم ادارة التكلفة التي تركز على الدمج بين منظور الموارد المستند على مهارات وخبرات التطبيق العملي لنظام التكاليف الألماني GPK منظور الأنشطة او العمليات المستمد من مفاهيم نظام التكاليف على أساس النشاط ABC ، اذ ينتج من خلال تحليل الطاقات وادارة العمليات معلومات تفصيلية عن الموارد التي من خلالها تؤدي الأنشطة سيما وانها تصنف في مجموعات متجانسة نسبيا بحيث ان كل مجمع موارد يوظف مدخلاته لإنتاج مخرجات تدعم مجمع موارد آخر أو تنتج منتجاً أو تقدم خدمة للزبون وهذا من شأنه ان يسهم في دعم عملية اتخاذ القرارات وتحقيق الرقابة على مستوى تلك الموارد. ويوضح الشكل (3) خطوات تطبيق محاسبة استهلاك الموارد التي سيتم التطرق لها بالتفصيل في الجانب العملي من البحث .

شكل (3) : خطوات تطبيق محاسبة استهلاك الموارد



المصدر: من إعداد الباحثان بالاعتماد على الدراسات السابقة

4. دور تقنية محاسبة استهلاك الموارد في ادارة التكلفة : Role of RCA in Cost Managing

أن التطورات الكبيرة التي تشهدها بيئة الاعمال الحديثة اسهمت في تقديم تعريفات متعددة لمفهوم إدارة التكلفة ، إذ تعرف بانها مجموعة من الادوات الرسمية التي يتم وضعها للتخطيط والرقابة على تكاليف الأنشطة ذات العلاقة بالوحدة الاقتصادية (Kinney,2011:25) كما (Huang & Zhang,2013:10) فينظر لإدارة التكلفة على انها استخدام بيانات التكلفة لإدارة المشروعات بما تتضمنه من أنشطة وعمليات تسهم في تعزيز الميزة التنافسية ، كما يعرفها (علي،2013:276) بانها ادارة التكلفة تشمل وصف لممارسات الإدارة المرتبطة بعمليات التخطيط والتخفيض والرقابة المستمرة على التكاليف .وتعد تقنية محاسبة استهلاك الموارد إحدى تقنيات إدارة التكلفة المعاصرة التي تعمل على توفير معلومات أكثر ملائمة وتفصيلية عن الأنشطة المرتبطة بالمنتج وبالشكل الذي يساعد في اتخاذ القرارات (Batt,2014:1).

يرى (Datar & Rajan, 2021:354) ان تحديد كمية الانفاق "الصحيحة" ، أو مستوى الطاقة المناسب أحد أصعب القرارات التي تواجهها الإدارة ، ولعل الإنتاج مقارنة بما هو مطلوب لتلبية طلب السوق يعني أن الوحدة الاقتصادية ستتحمل تكاليف الطاقة غير المستخدمة ، من ناحية اخرى فإن وجود طاقة محدودة في الإنتاج يعني أن الطلب من بعض الزبائن قد لا يتم إنجازه ، وبالنتيجة فان هذا الامر قد يؤدي الى خسارة لهؤلاء الزبائن لتحويلهم الى مصادر التوريد الأخرى. لذلك على الإدارة فهم هذه المشكلات التي تنشأ مع تكاليف الطاقة .

وتؤكد محاسبة استهلاك الموارد على ان الوحدة الاقتصادية لا يمكنها استخدام الموارد المتاحة بصورة كاملة ويبقى الجزء غير المستخدم كطاقة عاطلة، فعندما تُستهلك تلك الموارد بصورة فعلية يتم تخصيص تكاليف تلك الموارد فقط على أهداف التكلفة ويتم الاعتراف بالموارد غير المستخدمة في عملية التشغيل بوصفها طاقة عاطلة ولا يتم تخصيصها على أي مجمع تكلفة أو هدف تكلفة وتعالج على انها تكاليف فترة (Tse,Gong,2009:43-44).

وبالنسبة لمعالجة الطاقة العاطلة في ظل تقنية محاسبة استهلاك الموارد ، فيرى (شاهين ، 2010 : 253-254) ان المعالجة بموجب هذه التقنية تتم من خلال النظر لتكاليف الموارد التي يتم استهلاكها على انها تكاليف منتج اما تكاليف الموارد العاطلة فتعد من مصروفات فترة ويأتي هذا التمييز بسبب وجود مجتمعات الموارد وبهذا فإنها تنتقل بمستوى تكاليف الموارد من المستوى الكلي كما في محاسبة تكاليف على أساس النشاط إلى المستوى الجزئي على مستوى كل مورد من الموارد مما يترتب عليه فصل الموارد العاطلة على مستوى كل مورد من الموارد بالمقارنة ما بين تكلفة المورد الاجمالية في مجمع الموارد وبين تكلفة الموارد المستهلكة في مجتمعات التكلفة الخاصة بالأنشطة.

ويضيف (Clinton & keys, 2001: 3) بهذا الصدد ان فعالية ادارة الطاقة العاطلة / الفائضة في ظل محاسبة استهلاك الموارد تتحقق من حيث انه لا يتم تحميل المنتجات بتكاليف الطاقة العاطلة / الفائضة ، اذ يتم اعتبارها انحرافات ينبغي تحليلها وايجاد المعالجات بصدها كما يمكن تحقيق الرقابة على تكاليف الطاقة العاطلة / الفائضة وتعزيز محاسبة المسؤولية من خلال تحديد الشخص المسؤول عن هذه التكاليف . وتحقق هذه المعالجة المتميزة لطاقة الموارد العاطلة المزايا الاتية (منير ، 2018:66)، (الشطبي ، 2017 : 749-750):

- تسهيل اجراءات تحليل تكاليف الموارد : وذلك بأن يتم التعديل على تكاليف مجمع الموارد دون المساس بالموارد الاخرى الموجودة والمتفاعلة داخل نظام تكاليف الموارد.
- الافصاح عن تكاليف الموارد العاطلة مما يدعم عملية اتخاذ القرارات نتيجة توفير المعلومات الاتية:

- الأساس المتبع في الربط بين مجموعات الموارد ومجمعات التكلفة مما يوفر الفرصة لتخفيض التكاليف وذلك بتقليل أو إزالة الأنشطة التي تضيف قيمة.
- الإفصاح عن الطاقة العاطلة بصورة كمية ومالية مما يساعد الوحدة الاقتصادية في ادارة الموارد وتحسين كفاءة تشغيل الأنشطة المرتبطة بها.

ويرى الباحثان ان محاسبة استهلاك الموارد تهدف للتخلص من عيوب نظم التكاليف التقليدية من حيث انها تهدف الى تحديد الطاقة العاطلة وضمان ادارتها بإعادة استعمالها في مجالات من شأنها ان تحسن الموقف التنافسي مع عدم تحميلها على تكلفة المنتجات وبالنتيجة تخفيض تكلفة تلك المنتجات وعليه فإن هذه التقنية محاسبة استهلاك الموارد وبما توفره من معلومات ملائمة عن التكاليف تساعد الإدارة على اتخاذ قرارات إدارية رشيدة ، الأمر الذي ينعكس على حسن ادارة التكلفة و استغلال الموارد المتاحة.

5. الانتقادات الموجهة لتقنية محاسبة استهلاك الموارد: Cons of RCA

بالرغم من ما تتمتع به تقنية محاسبة استهلاك الموارد من مزايا إلا انها تعرضت لبعض الانتقادات و واجهت بعض التحديات والصعوبات التي اعترضت طرق تطبيقها ومن أهم هذه الانتقادات والتحديات ما يأتي: (Karabayir & Koc, 2019:128) ، (Al-Subhrangshu, 2014:17) ، (Nafaa & Amarah, 2019:288) ، (Balakrishnan et al, 2012:25) ، (شاهين، 2018: 91).

- أ- التعقيد الكبير في آلية تطبيق محاسبة استهلاك الموارد مما يضعف من إمكانية التحول إلى هذا النظام يحتاج إلى تطبيق نظام تخطيط موارد المشروع (ERP) ؛ لتوفير المعلومات التفصيلية التي تحتاجها عند تطبيق محاسبة استهلاك الموارد.
- ب- تتحمل الوحدة الاقتصادية تكلفة عالية عند تطبيق هذه التقنية وذلك لان تطبيقها يتطلب تحديد العلاقات التبادلية وغير التبادلية بين الموارد نفسها أو بين الموارد والأنشطة، حيث يتطلب تتبع هذه العلاقات المعقدة والمتداخلة وجود أنظمة برامجيات (Software) ذات تكلفة عالية للمساعدة في توفير المعلومات اللازمة عن الموارد المتاحة والأنشطة المُنفذة على كل مستويات الوحدة الاقتصادية.
- ت- بالإضافة إلى تكاليف تطبيقه المرتفعة فإنه يحتاج إلى وقت كبير للتخطيط مما يؤدي إلى قلة الوحدات الاقتصادية التي تتبنى محاسبة استهلاك الموارد.
- ث- يتطلب استخدام تقنية محاسبة استهلاك الموارد قدرا كبيرا من التدريب والخبرة العالية المتخصصة.
- ج- العامل الثقافي والسلوكي لدى العاملين قد يسبب عدم قبولهم وقناعتهم بفكرة التغيير وتطبيق تقنية محاسبة استهلاك الموارد وذلك بسبب عدم أدراك فلسفتها وماهي الفوائد المترتبة على تطبيقها بالإضافة إلى الجوانب السلوكية لموضوع تخصيص التكلفة ومنها الاسراف عند استخدام الموارد المتاحة وخدمات الأنشطة الداعمة وبذلك تلاقى فكرة التحول لغرض التطبيق العملي لمحاسبة استهلاك الموارد معارضة من المستخدمين.

المبحث الثالث :

6. تطبيق محاسبة استهلاك الموارد في المعمل عينة البحث

يتضمن هذا الجزء من البحث نبذة تعريفية عن مجتمع البحث والمتمثلة بشركة اور العامة .

6.1 لمحة تعريفية عن شركة اور العامة في الناصرية

تعد شركة اور العامة احدى شركات وزارة الصناعة والمعادن العراقية التي تقع جنوب غرب مدينة الناصرية مركز محافظة ذي قار، وقد تأسست الشركة عام 1988 وذلك بدمج المنشأة العامة لصناعة القابلات والأسلاك الكهربائية مع المنشأة العامة لصناعة مقاطع الألمنيوم بموجب قانون الشركات ذي الرقم (22) لسنة 1997 باسم (شركة اور العامة للصناعات الهندسية) ومن ثم تم تغيير اسمها بموجب كتاب وزارة الصناعة والمعادن ذي الرقم (9451) في 2012/2/20 ليصبح (شركة اور العامة). تضم الشركة حالياً العديد من المعامل الانتاجية وورش للصيانة الميكانيكية والكهربائية وتحوى على ابنية ومرافق عامة من اهمها مبنى الادارة العامة وابنية إدارات الاقسام والابنية الخاصة بالخدمات الصناعية والخدمات الاخرى موزعة على اقسام القابلات والالمنيوم وتقع جميع هذه المصانع والابنية في نفس موقع الشركة الرئيس. اما عن منتجات الشركة ، فإنها تضم كافة انواع القابلات الكهربائية ذات الضغط الواطئ ، الاسلاك الهوائية المعلقة المصنعة من الالمنيوم والنحاس ، القابلات الكهربائية المبرومة المعلقة، اسلاك لف المحولات الكهربائية، اسلاك التأسيس المنزلية، بالإضافة الى منتجات الالمنيوم ومقاطع الالمنيوم مؤكسدة وغير المؤكسدة وشرطه وصفائح واقراص الالمنيوم و الاثاث المكتبي المصنوع من مادة الالمنيوم.

6.2 لمحة عن واقع أداء الشركة مجتمع البحث

بعد المعايشة الميدانية والمقابلات الشخصية مع مدراء الاقسام في الشركة والعاملين في معمل القابلات والاسلاك الكهربائية ومن خلال تحليل البيانات التي تم الحصول عليها من اقسام المالية والتخطيط والانتاج تم تحديد عدد من المشكلات والتي تتعلق بقلّة الانتاج قياسا بالطاقات المتاحة وزيادة كلف الانتاج وشدة المنافسة التي تتعرض لها منتجات الشركة ، والاتي اهم هذه المشكلات :

- أ- لم تستطع الشركة تحقيق الافادة من الطاقات المتوفرة لديها حيث كانت نسبة الانتفاع متدنية لجميع الطاقات لعام 2020 وهذا ما ترتب عليه من تشويه لكلفة المنتج وتحميله بتكاليف الطاقات غير المستغلة .
- ب- لم تستطع الشركة تحقيق الوصول للمبيعات المخططة حيث نلاحظ انخفاض نسبة كمية المبيعات الفعلية الى المخططة خلال عام . وقد يرى العاملون ان من اهم الاسباب في ذلك هو عدم قدرة المنتجات على المنافسة في الاسواق المحلية ، بسبب ارتفاع اسعارها مقارنة بالمنتجات المستوردة مما يتطلب خفض تكاليف الانتاج .
- ت- استمرار ارتفاع كلف الرواتب والاجور المدفوعة للعاملين حيث بلغت كلف الرواتب والاجور المدفوعة للعاملين خلال عام 2019 مبلغا قدره (31464064) الف دينار وفي عام 2020 بلغت (30474201) الف دينار حيث وصل عدد منتسبي الشركة في عام 2020 الى (2853) منتسب بعد ان كانت تدار في عام 2019 بحوالي (2722) منتسب وبالرغم من انخفاض عدد الملاك الدائم بـ 126 عامل الا ان اجمالي عدد المشاركين بالعملية الانتاجية ازيد بمقدار 131 عامل بسبب التعاقد مع 257 عامل وذلك استجابة للعوامل السياسية المحيطة بالشركة وبالتالي نلاحظ تدني نسبة انخفاض التكلفة .

وبناءً على ما ذكر من ملاحظات ، يتبين عدم وجود ملامح لتطبيق محاسبة استهلاك الموارد في المعمل عينة البحث ، وعليه لابد من تطبيق هذه التقنية بالشكل الذي يتيح من ادارة التكلفة من خلال تحقيق الرقابة الفاعلة على موارد المعمل والاستغلال الامثل لتلك الموارد ، اذ ان تطبيقها في المعمل في ضوء الانتقادات السابقة يمثل من وجهة نظر الباحثان ضرورة من الضرورات لمواجهة التطورات والتغيرات الحاصلة في بيئة الاعمال المعاصرة.

6.3 خطوات تطبيق تقنية محاسبة استهلاك الموارد في المعمل عينة البحث

سيسلط هذا المبحث الضوء على الاجراءات الخاصة بتطبيق تقنية محاسبة استهلاك الموارد (RCA) لتحديد كلفة منتجات معمل القابلات والاسلاك الكهربائية باعتباره عينة البحث وما يشكله تطبيقها من دور في الاستغلال الامثل للموارد وبالتالي تخفيض وادارة التكلفة ووفق الخطوات ادناه :

6.3.1 الخطوة الاولى : حصر الموارد اللازمة لتنفيذ الأنشطة ذات الصلة بمنتجات القابلات والاسلاك الكهربائية

تتمثل هذه الخطوة في عملية حصر الموارد اللازمة لتنفيذ الأنشطة ذات الصلة بمنتجات القابلات والاسلاك الكهربائية في المعمل عينة البحث وكما موضح في الجدول (1) .

جدول (1) : الموارد اللازمة لتنفيذ الأنشطة ذات الصلة بمنتجات معمل القابلات والاسلاك الكهربائية لعام 2020

رقم الحساب	اسم الحساب	المبلغ الكلي
31	الرواتب والأجور	2,258,255,000
32	المستلزمات السلعية	6,175,460,000
33	المستلزمات الخدمية	239,300,000
37	الاندثارات	113,460,000
	اجمالي تكلفة الصنع	8,786,475,000
38	المصاريف التسويقية	258,425,000
39	المصاريف الإدارية	571,200,000
	مجموع المصاريف التسويقية والإدارية	829,625,000
	اجمالي التكلفة	9,616,100,000

المصدر: اعداد الباحثان بالاستعانة بتقارير شعبة التكاليف

يبين الجدول السابق ان اجمالي تكاليف الموارد ذات الصلة بمنتجات القابلات والاسلاك الكهربائية خلال سنة 2020 هو بمقدار (9,616,100,000) دينار بما يتضمنه من أنواع متعددة من تلك الموارد. ولتسهيل عملية حصر التكاليف في مجتمعات الموارد المختلفة وبالشكل الذي يحقق التجانس بينها ، فان الجدول (2) يوضح تفاصيل الاستخدامات المتعلقة بتكلفة الموارد الموضحة في الجدول (1) وهي ذات صلة بمعمل القابلات والاسلاك الكهربائية لسنة 2020 .

جدول (2) : تفاصيل الاستخدامات المتعلقة بتكلفة الموارد ذات الصلة بمنتجات معمل القابلات والاسلاك الكهربائية لعام 2020

المجموع الكلي	المبلغ	رقم الحساب	البيان
	31		الرواتب والاجور والمزايا العينية
	2,008,075,000	311	رواتب العاملين في المعمل
	250,180,000	311	رواتب خدمات الإنتاج
	258,425,000	311	رواتب موظفي التسويق
	571,200,000	311	رواتب الموظفين الإداريين
3,087,880,000			مجموع الرواتب والاجور والمزايا العينية
	32		المستلزمات السلعية
	5,281,580,000	3211	خامات ومواد الأولية
	74,615,000	3212	مواد مساعدة
	3,700,000	3223	زيوت وشحوم
	2,425,000	323	الادوات الاحتياطية
	660,385,000	3241	التعبئة والتغليف
	2,400,000	32512	لوازم قرطاسية
	25175000	326	تجهيزات العاملين
	125,180,000	3272	الكهرباء
6,175,460,000			مجموع المستلزمات السلعية
	33		المستلزمات الخدمية
	204,195,000	331	خدمات الصيانة
	24,820,000	3341	نقل العاملين
	10,285,000	33432	ايفاد العاملين
239,300,000			المستلزمات الخدمية مجموع
	37		الاندثار
	6,815,000	372	اندثار المباني
	105,080,000	373	انثار المكائن والمعدات
	1,565,000	274	اندثار وسائل النقل
113,460,000			مجموع الاندثار
9,616,100,000			المجموع

المصدر: اعداد الباحثان بالاستعانة بتقارير شعبة التكاليف

6.3.2 الخطوة الثانية: تصنيف الموارد في مجتمعات متجانسة

في هذه الخطوة يتم تجميع موارد الوحدة الاقتصادية عينة البحث في مجتمعات متجانسة ، على ان يتألف كل مجّمع من مجتمعات تلك الموارد من مصادر متجانسة . وعليه تم تقسيم موارد معمل القابلات والاسلاك الكهربائية عينة البحث الى اربعة مجتمعات للموارد مع تحديد مسببات هذه الموارد وكما موضح في الجدول (3) .

جدول (3): حصر الموارد في مجتمعات موارد متجانسة في المعمل عينة البحث

ت	مجمعات الموارد	الموارد (عناصر التكاليف)	مسببات تكلفة الموارد
1	مورد الافراد	<ul style="list-style-type: none"> الرواتب والاجور والمزايا العينية نقل العاملين ايفاد العاملين 	<ul style="list-style-type: none"> ساعات العمل عدد العمال عدد العمال
2	مورد المواد المستهلكة	<ul style="list-style-type: none"> المواد الاولية والخامات المواد المساعدة 	<ul style="list-style-type: none"> الكمية (كغم) الكمية (كغم)

ت	مجمعات الموارد	الموارد (عناصر التكاليف)	مسببات تكلفة الموارد
		<ul style="list-style-type: none"> زيوت وشحوم مواد التعبئة والتغليف لوازم القرطاسية تجهيزات العاملين 	<ul style="list-style-type: none"> الكمية (لتر) كمية المبيعات (كم) عدد الاوامر عدد الاوامر
3	مورد الصيانة والقوى المحركة	<ul style="list-style-type: none"> الادوات الاحتياطية صيانة الآلات والمعدات الكهرباء 	<ul style="list-style-type: none"> عدد اوامر الشراء ساعات الصيانة ساعات عمل الماكينة
4	مورد الموجودات المستخدمة في العملية الانتاجية	<ul style="list-style-type: none"> اندثار المباني اندثار الآلات والمعدات اندثار وسائط النقل 	<ul style="list-style-type: none"> ساعة انتاج مخطط ساعة انتاج مخطط ساعة انتاج مخطط

المصدر : اعداد الباحثان بالاستعانة بالقسم الفني

6.3.3 الخطوة الثالثة: فصل تكاليف مجمعات الموارد الى تكاليف ثابتة وتناسبية
 بعد دراسة طبيعة عناصر التكاليف والاستعانة بالعاملين في شعبة التكاليف في الشركة المبحوثة وباستعمال (طريقة تحليل الحساب) امكن للباحث تقسيم عناصر التكاليف في مجمعات الموارد المختلفة الى ثابتة وتناسبية وعلى النحو الاتي:

جدول (4): التكاليف الثابتة والتناسبية في مجمعات الموارد

الموارد	التكاليف الثابتة	التكاليف التناسبية	الاجمالي
أ- مَجْمَع مورد الأفراد :			
الرواتب والاجور والمزايا العينية	1,079,805,000	2,008,075,000	3,087,880,000
نقل العاملين	5,956,800	18,863,200	24,820,000
ايفاد العاملين	4,285,417	5,999,583	10,285,000
المجموع	1,090,047,217	2,032,937,783	3,122,985,000
ب- مَجْمَع مورد المسواد المستهلكة :			
المواد الاولية والخامات (مادة النحاس)	-	1,958,614,918	1,958,614,918
المواد الاولية والخامات (مادة الالمنيوم)	-	3,322,965,082	3,322,965,082
المواد المساعدة	-	74,615,000	74,615,000
زيوت وشحوم	-	3,700,000	3,700,000
مواد تعبئة وتغليف	-	660,385,000	660,385,000
لوازم القرطاسية	2,400,000	-	2,400,000
تجهيزات العاملين	14,800,000	10,375,000	24,175,000
المجموع	17,200,000	6,030,655,000	6,047,855,000

ت- مَجْمَع مورد الصيانة و القوى المحركة:			
الادوات الاحتياطية	-	2425000	2425000
صيانة الآلات والمعدات	40,839,000	163,356,000	204,195,000
كهرباء	12,350,000	112,830,000	125,180,000
المجموع	53,289	278,611,000	331,800,000

ث- مَجْمَع مورد الموجودات المستخدمة في العملية الانتاجية :			
اندثار المباني	6,815,000	-	6,815,000
اندثار الآلات والمعدات	105,080,000	-	105,080,000
اندثار وسائط النقل	1,565,000	-	1,565,000
المجموع	113,460,000	-	113,460,000

المصدر: اعداد الباحثان بالاستعانة بتقارير شعبة التكاليف

6.3.4 الخطوة الرابعة: تحديد الطاقات النظرية والعملية ومعدلات التكاليف الثابتة والتناسبية

بعد تحديد مجتمعات الموارد المختلفة وتصنيف تكاليف تلك الموارد الى ثابتة وتناسبية، يتم تحديد الطاقات النظرية والعملية لمجمعات الموارد وكما موضح ادناه والتي تكون الاساس في احتساب معدلات التحميل المختلفة سواء الثابتة او التناسبية وفقا للمعادلتين الآتيتين:

$$\text{معدل التكاليف الثابتة لمجمع الموارد} = \text{التكاليف الثابتة لمجمع الموارد} / \text{الطاقة النظرية}$$

$$\text{معدل التكاليف التناسبية لمجمع الموارد} = \text{التكاليف التناسبية لمجمع الموارد} / \text{الطاقة العملية}$$

6.3.4.1 مجمع موارد الأفراد:

تم احتساب الطاقة النظرية والعملية للموارد كما في الجدول (4) وكالاتي :

- أ- الطاقة النظرية لمورد الرواتب والاجور والمزايا العينية : وتحتسب عن طريق ضرب عدد ايام العمل النظرية خلال السنة (360 يوم) في عدد ساعات العمل النظرية اليومية (8 ساعة) في عدد العاملين (435 عامل) ، ليكون الناتج 1252800 ساعة عمل ، وعند قسمة التكاليف الثابتة لهذا المورد على الطاقة النظرية (2,008,075,000 / 1,252,800) يكون معدل التكاليف الثابتة 862 دينار/ ساعة.
- ب- الطاقة العملية لمورد الرواتب والاجور والمزايا العينية : وتحتسب عن طريق ضرب عدد ايام العمل الفعلية خلال السنة (12 شهر * 21 يوم) في عدد ساعات العمل الفعلية اليومية (6 ساعة) في عدد العاملين (435 عامل) ليكون الناتج 657720 ساعة عمل ، وعند قسمة التكاليف التناسبية لهذا المورد على الطاقة العملية (1,079,805,000 / 657720) يكون معدل التكاليف التناسبية 3,053 دينار/ ساعة.
- ت- الطاقة النظرية لمورد نقل العاملين : يتم احتساب الطاقة النظرية لهذا المجمع على اساس اقصى¹ عدد للعاملين وهو (450 عامل) الذين يمكن نقلهم ، وعند قسمة التكاليف الثابتة لهذا المورد على الطاقة النظرية (5,956,800 / 450) يكون معدل التكاليف الثابتة 13,237 دينار/ عامل.
- ث- الطاقة العملية لمورد نقل العاملين : يتم احتساب الطاقة العملية لهذا المجمع على اساس عدد العاملين الفعلي البالغ (435 عامل) ، وعند قسمة التكاليف التناسبية لهذا المورد على الطاقة العملية (18,863,200 / 435) نحصل على معدل تكاليف تناسبية مقداره 43,364 دينار/ عامل.
- ج- الطاقة النظرية لمورد إيفاد العاملين : يتم احتساب الطاقة النظرية لهذا المجمع على اساس (24 عامل) والذين يمثلون اقصى عدد ممكن من العاملين الذين يمكن إيفادهم ، وعند قسمة التكاليف الثابتة لهذا المورد على الطاقة النظرية (4,285,417 / 24) يكون معدل التكاليف الثابتة 178,559 دينار/ عامل.
- ح- الطاقة العملية لمورد إيفاد العاملين : يتم احتساب الطاقة العملية لهذا المجمع على اساس (18 عامل) والذين يمثلون عدد العاملين الذين تم إيفادهم فعلا خلا عام 2020 ، وعند قسمة التكاليف التناسبية لهذا المورد على الطاقة العملية (5,999,583 / 18) يكون معدل التكاليف التناسبية 333,310 دينار/ عامل.

6.3.4.2 مجمع موارد المواد المستهلكة:

- أ- الطاقة العملية لمورد المواد الاولية والخامات (مادة النحاس) : تبلغ الطاقة العملية ذات الصلة بهذا المورد (244,993.96 كغم) ، وعند قسمة التكاليف التناسبية لهذا المورد على الطاقة العملية (1,958,614,918 / 244,993.96) يكون معدل التكاليف التناسبية 7994.54 دينار/ كغم.
- ب- الطاقة العملية لمورد المواد الاولية والخامات (مادة الالمنيوم): تبلغ الطاقة العملية ذات الصلة بهذا المورد (44,993.96 كغم) ، وعند قسمة التكاليف التناسبية لهذا المورد على الطاقة العملية (3,322,965,082 / 1,113,727) يكون معدل التكاليف التناسبية 2983.64 دينار/ كغم.
- ت- الطاقة العملية لمورد المواد المساعدة : تبلغ الطاقة العملية ذات الصلة بهذا المورد (80,848.01 كغم)، وعند قسمة التكاليف التناسبية لهذا المورد على الطاقة العملية (74,615,000 / 80,848.01) يكون معدل التكاليف التناسبية 922.9 دينار/ كغم.
- ث- الطاقة العملية لمورد الزيوت والشحوم : تبلغ الطاقة العملية ذات الصلة بهذا المورد (9840 لتر) ، وعند قسمة التكاليف التناسبية لهذا المورد على الطاقة العملية (3,700,000 / 9,840) يكون معدل التكاليف التناسبية 367 دينار/ لتر.
- ج- الطاقة العملية لمورد مواد التعبئة والتغليف : تبلغ الطاقة العملية ذات الصلة بهذا المورد (2022 كيلو متر) و هو مجموع الكميات المباعة بالكيلو متر ، وعند قسمة التكاليف التناسبية لهذا المورد على الطاقة العملية (660,385,000 / 2022) يكون معدل التكاليف التناسبية 326,623 دينار/ كم.
- ح- الطاقة النظرية لمورد لوازم القرطاسية : تبلغ (250 امر) وعند قسمة التكاليف الثابتة لهذا المورد على الطاقة النظرية (2,400,000 / 250) يكون معدل التكاليف التناسبية 9,600 دينار/ امر.

¹ تم اخذ عدد العاملين المجازين بنظر الاعتبار عند احتساب الحد الأقصى للعاملين

- خ- الطاقة النظرية لمورد تجهيزات العاملين : يتم احتساب الطاقة النظرية لهذا المجمع على اساس (1200 امر) والتي تمثل اقصى عدد مرات تجهيز العاملين بالمستلزمات ، وعند قسمة التكاليف الثابتة لهذا المورد على الطاقة النظرية (14,800,000 / 1,200) يكون معدل التكاليف الثابتة 12,333 دينار/ عامل.
- د- الطاقة العملية لمورد تجهيزات العاملين : يتم احتساب الطاقة العملية لهذا المجمع على اساس (435 عامل) والتي تمثل عدد مرات تجهيز العاملين ، وعند قسمة التكاليف التناسبية لهذا المورد على الطاقة العملية (10,375,000 / 900) يكون معدل التكاليف التناسبية 11,528 دينار/ عامل.

6.3.4.3 مجمع موارد الصيانة والقوى المحركة:

- أ- الطاقة العملية لمورد الادوات الاحتياطية : يتم احتساب الطاقة العملية لهذا المجمع على اساس (400 امر شراء) والتي تمثل عدد من اوامر الشراء ذات الصلة بهذا المورد، وعند قسمة التكاليف التناسبية لهذا المورد على الطاقة العملية (2,425,000 / 400) يكون معدل التكاليف الثابتة 6,063 دينار/ امر.
- ب- الطاقة النظرية لمورد صيانة الآلات والمعدات: يتم احتساب الطاقة النظرية لهذا المجمع على اساس (9,504 ساعة صيانة) والتي تمثل عدد ساعات الصيانة المتوفرة لمعمل القابلات والاسلاك الكهربائية من بين خمسة معامل والتي تحتسب كالآتي (360 يوم * 6 ساعات صيانه يومية * 22 عامل) / 5) ، وعند قسمة التكاليف الثابتة لهذا المورد على الطاقة النظرية (40,839,000 / 9,504) يكون معدل التكاليف الثابتة 4,297 دينار/ ساعة صيانة.
- ت- الطاقة العملية لمورد صيانة الآلات والمعدات : يتم احتساب الطاقة العملية لهذا المجمع على اساس (6,653 ساعة صيانة) والتي تمثل عدد ساعات الصيانة المتوفرة لمعمل القابلات والاسلاك الكهربائية من بين خمسة معامل ((252 يوم في السنة * 6 ساعات صيانه يومية * 22 عامل) / 5) ، وعند قسمة التكاليف التناسبية لهذا المورد على الطاقة العملية (163,356,000 / 6,653) يكون معدل التكاليف التناسبية 24,554 دينار/ ساعة صيانة.
- ث- الطاقة النظرية لمورد الكهرباء : تحتسب عن طريق ضرب عدد ايام العمل النظرية خلال السنة البالغة (360 يوم) في عدد ساعات اشتغال الماكينة النظرية اليومية البالغة (8 ساعة) في مجموع عدد مكائن المعمل والمعامل الاخرى (33 ماكينة) ، وعليه يكون الناتج 95,040 ساعة عمل ماكينة ، وعند قسمة التكاليف الثابتة لهذا المورد على الطاقة النظرية (12,350,000 / 95,040) يكون معدل التكاليف الثابتة 130 دينار/ ساعة عمل ماكينة.
- ج- الطاقة العملية لمورد الكهرباء : تحتسب عن طريق ضرب عدد ايام العمل خلال السنة (252 يوم) في عدد ساعات اشتغال الماكينة اليومية (6 ساعة) في مجموع عدد مكائن المعمل والمعامل الاخرى (33 ماكينة) ، وعليه يكون الناتج 49,896 ساعة عمل ماكينة ، وعند قسمة التكاليف التناسبية لهذا المورد على الطاقة العملية (49,896 / 112,830,000) يكون معدل التكاليف التناسبية 2,261 دينار/ ساعة عمل ماكينة.

6.3.4.4 مجمع موارد الموجودات المستخدمة في العملية الانتاجية:

- أ- الطاقة النظرية لمورد اندثار المباني: اعتمد الباحثان ساعات الانتاج المخطط كطاقة نظرية لهذا المورد والتي تم احتسابها بجمع ساعات الانتاج المخطط لإنتاج القابلات (2,050 كمية انتاج مخطط * 6.5 وقت تكنولوجي) مع ساعات الانتاج المخطط لإنتاج الاسلاك الهوائية (3,810 كمية انتاج مخطط * 1.7 وقت تكنولوجي) ، وعليه يكون الناتج 19,954 ساعة انتاج مخطط ، وعند قسمة التكاليف الثابتة لهذا المورد على الطاقة النظرية (6,815,000 / 19,954) يكون معدل التكاليف الثابتة 342 دينار/ ساعة انتاج مخطط.
- ب- الطاقة النظرية لمورد الآلات والمعدات : اعتمد الباحثان على ساعات الانتاج المخطط كطاقة نظرية لهذا المورد ، وعند قسمة التكاليف الثابتة لهذا المورد على الطاقة النظرية (105,080,000 / 19,954) يكون معدل التكاليف الثابتة 5,266 دينار/ ساعة انتاج مخطط.
- ت- الطاقة النظرية لمورد وسائل النقل : اعتمد الباحثان على ساعات الانتاج المخطط كطاقة نظرية لهذا المورد ، وعند قسمة التكاليف الثابتة لهذا المورد على الطاقة النظرية (1,565,000 / 19,954) يكون معدل التكاليف الثابتة 78 دينار/ ساعة انتاج مخطط.
- ث- والجدول في ادناه يوضح الطاقة النظرية والعملية وكذلك معدلات التكاليف الثابتة و التناسبية لكل مجمعات الموارد والتي تم احتسابها لكل مورد على حده .

جدول (5): الطاقة النظرية والعملية ومعدلات التحميل لسنة 2020

مجمع الموارد	الطاقة النظرية	الطاقة العملية	معدل التكاليف الثابتة	معدل التكاليف التناسبية	مسبب تكاليف الموارد
مورد الأفراد					
الرواتب والاجور والمزايا العينية	1,252,800	657,720	862	3,053	ساعة عمل
نقل العاملين	450	435	13,237	43,364	عدد العاملين
ايفاد العاملين	24	18	178,559	333,310	عدد العاملين
مورد المواد المستهلكة					
المواد الاولية والخامات (مادة النحاس)	-	254,534	-	7994.54	الكمية (كغم)
المواد الاولية والخامات (مادة الالمنيوم)	-	244,993.96	-	2,984	الكمية (كغم)
المواد المساعدة	-	83,996	-	888	الكمية (كغم)
زيوت وشحوم	-	9,840	-	376	الكمية (لتر)
مواد التعبئة والتغليف	-	2022	-	326,623	كمية المبيعات (كم)
لوازم القرطاسية	250	-	9,600	-	عدد الاوامر
تجهيزات العاملين	1,200	900	12,333	11,528	عدد الاوامر
مورد الصيانة والقوى المحركة					
الادوات الاحتياطية	-	400	-	6,063	عدد اوامر الشراء
صيانة الآلات والمعدات	9,504	6,653	4,297	24,554	ساعة صيانة
الكهرباء	95,040	49,896	130	2261	ساعة عمل ماكينة
مورد الموجودات المستخدمة في العملية الانتاجية					
اندثار المباني	19,954	-	342	-	ساعة انتاج مخطط
اندثار الآلات والمعدات	19,954	-	5,266	-	ساعة انتاج مخطط
اندثار وسائل النقل	19,954	-	78	-	ساعة انتاج مخطط

المصدر : من اعداد الباحثان بالاعتماد على الجدول (4)

6.3.5 الخطوة الخامسة: توزيع تكاليف الأنشطة على المنتجات النهائية وفصل تكاليف الطاقة العاطلة يتم في هذه الخطوة توزيع تكاليف الأنشطة على المنتجات النهائية وفصل تكاليف الطاقة العاطلة تمهيدا لاحتساب تكلفة تلك المنتجات وكالاتي.

جدول (6): مسببات الموارد التي تستهلكها الانشطة في المعمل عينة البحث لعام 2020

النشاط الإداري	نشاط التسوي ق	نشاط التخزين	نشاط الصيانة	نشاط التعبئة والتغلي ف	نشاط السيطرة النوعية	نشاط التصنيع	موجه الموارد	المورد
مورد الأفراد								
45,360	28,728	31,752	33,264	40,824	30,240	447,552	ساعة عمل	الرواتب والاجور والمزايا العينية
30	19	21	22	27	20	296	عدد العمال	نقل العاملين
5	4	—	2	—	1	6	عدد العمال	ايفاد العاملين
مورد المواد المستهلكة								
—	—	—	—	—	—	228,966.32	الكمية (كغم)	المواد الاولية والخامات (مادة النحاس)
—	—	—	—	—	—	1,040,866	الكمية (كغم)	المواد الاولية والخامات (مادة الالمنيوم)
—	—	—	—	—	—	76,579.33	الكمية (كغم)	المواد المساعدة
—	—	—	4,330	—	—	4,890	الكمية (لتر)	زيوت وشحوم
—	—	—	—	1,884.61	—	—	كمية المبيعات (كم)	مواد التعبئة والتغليف
108	72	60	—	—	—	—	عدد الاوامر	لوازم القرطاسية
—	—	50	60	65	50	675	عدد الاوامر	تجهيزات العاملين
مورد الصيانة والقوى المحركة								
—	—	—	239	—	—	148	عدد الاوامر	الادوات الاحتياطية
—	—	—	1,209.60	1,512	1,209.60	2,419.20	ساعات الصيانة	صيانة الآلات والمعدات
680	1,134	2,268	3,024	6,048	3,024	33,264	ساعات عمل الماكنة	الكهرباء
مورد الموجودات المستخدمة في العملية الانتاجية								
1,282.76	712.64	2,850.57	2,850.57	2,850.57	2,850.57	5,701.14	ساعة انتاج مخطط	اندثار المباني
—	—	—	1,330.27	2,660.53	1,330.27	13,302.67	ساعة انتاج مخطط	اندثار الآلات والمعدات
1,995.40	1,995.40	3,990.80	—	3,990.80	—	5,986.20	ساعة انتاج مخطط	اندثار وسائط النقل

المصدر : اعداد الباحثان بالاستعانة بتقارير واستشارات القسم الفني.

وعن عملية توزيع تكاليف مجتمعات الموارد على الأنشطة فإنها تتم وفق الآتي:

6.3.5.1 مجمع موارد الأفراد

يتم توزيع مورد الرواتب والاجور والمزايا العينية على الأنشطة باستخدام مسيب المورد والمتمثل بساعات العمل وذلك بضرب عدد الساعات التي يستهلكها النشاط في معدلي التكاليف الثابتة والتناسبية ، فمثلا ، يتم احتساب حصة نشاط التصنيع من التكاليف بضرب مسيب التكلفة الذي يستهلكه ذلك النشاط والبالغ (447,552) ساعة عمل في مجموع معدلي التكاليف الثابتة والتناسبية البالغ (3,915) دينار / ساعة ، لتكون حصة هذا النشاط من التكاليف الموزعة بمقدار (1,752,165,280.46) دينار وهكذا لبقية أنشطة هذا المورد .

6.3.5.2 مجمع موارد المواد المستهلكة

يوزع مورد المواد الأولية والخامات (مادة النحاس) على الأنشطة باستخدام مسيب المورد المتمثل بكمية المواد من هذا النوع بالكغم ، فمثلا ، يتم احتساب حصة نشاط التصنيع من التكاليف بضرب مسيب التكلفة وهو كمية المواد من النحاس التي استهلكها نشاط التصنيع الذي البالغة (228,966.32) كغم في معدل التكاليف التناسبية البالغ (7994.54) دينار / كم ، لتكون التكاليف الموزعة لهذا النشاط (1,830,481,249.71) دينار وهكذا لبقية الأنشطة من هذا المورد .

6.3.5.3 مجمع موارد الصيانة والقوى المحركة

يوزع مورد الأدوات الاحتياطية على الأنشطة باستخدام مسيب المورد المتمثل بعدد اوامر الشراء لكل نشاط يستهلك هذا المورد ، فمثلا ، يتم احتساب حصة نشاط الصيانة من التكاليف بضرب مسيب التكلفة وهو عدد اوامر الشراء البالغ (239) امر شراء في معدل التكاليف التناسبية البالغ (6,062.5) دينار / امر شراء ، لتكون التكاليف الموزعة لهذا النشاط (1,448,937.50) دينار وهكذا لبقية الأنشطة من هذا المورد .

6.3.5.4 مجمع موارد الموجودات المستخدمة في العملية الانتاجية

يوزع مورد اندثار الآلات والمعدات على الأنشطة باستخدام مسيب المورد وهو ساعات الانتاج المخطط لكل نشاط يستهلك هذا المورد ، فمثلا ، يتم احتساب حصة نشاط السيطرة النوعية من التكاليف بضرب مسيب التكلفة وهو ساعات الانتاج المخطط البالغة (1,330.27) ساعة في معدل التكاليف التناسبية البالغ (5,266.11) دينار / ساعة ، لتكون التكاليف الموزعة لهذا النشاط (7,005,333.33) دينار وهكذا لبقية الأنشطة من هذا المورد .

ويوضح الجدول ادناه نتائج عملية توزيع تكاليف مجتمعات الموارد المختلفة على الأنشطة .

جدول (7) : توزيع تكاليف مجتمعات الموارد على الأنشطة

المورد	نشاط التصنيع	نشاط السيطرة النوعية	نشاط التعبئة والتغليف
مورد الأفراد			
الرواتب والاجور والمزايا العينية	1,752,165,280.46	118,389,54 5.98	159,825,887.07
نقل العاملين	16,753,899.40	1,132,020. 23	1,528,227.31
ايفاد العاملين	3,071,215.25	511,869.21	—
المجموع	1,771,990,395.11	120,033,43 5.42	161,354,114.38
مورد المواد المستهلكة			
المواد الأولية والخامات (مادة النحاس)	1,830,481,249.71	—	—
المواد الأولية والخامات (مادة الالمنيوم)	3,105,573,783.38	—	—
المواد المساعدة	70,675,415.61	—	—
زيوت وشحوم	1,838,719.51	—	—
مواد التعبئة والتغليف	—	—	615,555,406.45
لوازم القرطاسية	—	—	—

1,550,972.22	1,193,055.56	16,106,250	تجهيزات العاملين		
617,106,378.67	1,193,055.56	5,024,675,418.21	المجموع		
مورد الصيانة والقوى المحركة					
—	—	897,250	الادوات الاحتياطية		
43,624,224	34,899,379.20	69,798,758.40	صيانة الالات والمعدات		
14,460,768	7,230,384	79,534,224	الكهرباء		
58,084,992	42,129,763.20	150,230,232.40	المجموع		
مورد الموجودات المستخدمة في العملية الانتاجية					
974,895.43	974,895.43	1,949,790.86	اندثار المباني		
14,010,666.67	7,005,333.33	70,053,333.33	اندثار الالات والمعدات		
147,451.20	—	221,176.80	اندثار وسائل النقل		
15,133,013.30	7,980,228.76	72,224,300.99	المجموع		
851,678,498.34	171,336,482.93	7,019,120,346.71	المجموع الكلي		
المورد					
المجموع	النشاط الاداري	نشاط التسويق	نشاط التخزين	نشاط الصيانة	مورد الافراد
مورد الافراد					
2,574,972,625	177,584,318.97	112,470,068.68	124,309,023.28	130,228,500.57	الرواتب والاجور والمزايا العينية
24,621,440	1,698,030.34	1,075,419.22	1,188,621.24	1,245,222.25	نقل العاملين
9,213,645.75	2,559,346.04	2,047,476.83	—	1,023,738.42	ايفاد العاملين
2,608,807,710.75	181,841,695.35	115,592,964.73	125,497,644.52	132,497,461.24	المجموع
مورد المواد المستهلكة					
1,830,481,249.71	—	—	—	—	المواد الاولية والخامات (مادة النحاس)
3,105,573,783.38	—	—	—	—	المواد الاولية والخامات (مادة الالمنيوم)
70,675,415.61	—	—	—	—	المواد المساعدة
3,466,869.92	—	—	—	1,628,150.41	زيوت وشحوم

615,555,406.45	—	—	—	—	مواد التعبئة والتغليف
2,285,714.29	1,028,571.43	685,714.29	571,428.57	—	لوازم القرطاسية
21,475,000	—	—	1,193,055.56	1,431,666.67	تجهيزات العاملين
5,649,513.43	1,028,571.43	685,714.29	1,764,484.13	3,059,817.07	المجموع
مورد الصيانة والقوى المحركة					
2,346,187.50	—	—	—	1,448,937.50	الادوات الاحتياطية
183,221,740.80	—	—	—	34,899,379.20	صيانة الآلات والمعدات
118,216,778.40	1,626,836.40	2,711,394	5,422,788	7,230,384	الكهرباء
303,784,706.70	1,626,836.40	2,711,394	5,422,788	43,578,700.70	المجموع
مورد الموجودات المستخدمة في العملية الانتاجية					
6,531,799.37	438,702.94	243,723.86	974,895.43	974,895.43	اندثار المباني
98,074,666.67	—	—	—	7,005,333.33	اندثار الآلات والمعدات
737,256	147,451.20	73,725.60	147,451.20	—	اندثار وسائل النقل
105,343,722.04	586,154.14	317,449.46	1,122,346.63	7,980,228.76	المجموع
8,667,449.57	185,083.25	119,307.522	133,807.263	187,116.20	المجموع الكلي
8.84	7.32	.47	27	7.78	

المصدر : اعداد الباحثان بالاعتماد على الجدولين (5) و (6) .

وتوضح الجداول (5) و(6) و(7) ان تطبيق تقنية محاسبة استهلاك الموارد في تخصيص التكاليف على اساس مسببات الموارد وبلاستناد على علاقة السبب والاثر اسهم في التخلص من عملية تخصيص التكاليف بشكل عشوائي باستخدام نسب مئوية دون اساس منطقي كما هو الحال في تخصيص تكاليف معمل القابلات والاسلاك الكهربائية مما يعزز الرقابة على عناصر التكاليف وكذلك يوفر معلومات اكثر دقة تسهم في اداة التكلفة.

أ- تحديد مسببات الأنشطة ومعدلات تحميل التكاليف

بههدف توزيع تكاليف الأنشطة على المنتجات النهائية ومن ثم فصل تكاليف الطاقة العاطلة المتمثلة بالفرق بين التكاليف المتحققة والتكاليف المحتسبة وفقا لتقنية محاسبة استهلاك الموارد ، يتم تحديد مسببات الأنشطة في معمل القابلات والاسلاك الكهربائية عينة البحث وكما يأتي :

جدول (8): مسببات الأنشطة في معمل القابلات والاسلاك الكهربائية لسنة 2020

النشاط	مسبب النشاط	القابلو الكهربائي	اسلاك هوائية معلقة	المجموع
نشاط التصنيع	الكمية المنتجة (طن)	305.55	1,627.25	1,932.80
نشاط السيطرة النوعية	الكمية المفحوصة (طن)	293.06	1,511.51	1,804.57
نشاط التعبئة والتغليف	الكمية المباعة (كم)	207.90	1,676.71	1,884.61
نشاط الصيانة	ساعة العمل (الصيانة)	4,032	2,016	6,048
نشاط التخزين	اوامر الصرف	82	186	268

النشاط	مسبب النشاط	القابلو الكهربائي	اسلاك هوائية معلقة	المجموع
النشاط التسويقي	الكمية المباعة (طن)	293.06	1,511.51	1,804.57
النشاط الاداري	عدد العقود المبرمة	7	13	20

المصدر : اعداد الباحثان بالاستعانة بالقسم الفني و يتم احتساب معدل تحميل النشاط باستخدام المعادلة الاتية : **تكلفة النشاط الاجمالية / مسبب النشاط** ويوضح الجدول (9) نتائج تطبيق المعادلة اعلاه على الأنشطة ذات الصلة بمنتجات المعمل عينة البحث وذلك بدلالة تكلفة النشاط الاجمالية ومسبب النشاط .

جدول (9) : احتساب معدلات التحميل للأنشطة ذات الصلة بمنتجات المعمل عينة البحث لعام 2020

النشاط	تكلفة النشاط الاجمالية	مسبب النشاط	معدل التحميل للنشاط
نشاط التصنيع	7,019,120,346.71	1,932.80	3,631,583.18 دينار / طن
نشاط السيطرة النوعية	171,336,482.93	1,804.57	94,946.14 دينار / طن
نشاط التعبئة والتغليف	851,678,498.34	1,884.61	451,912.81 دينار / كم
نشاط الصيانة	187,116,207.78	6,048.00	30,938.53 دينار / ساعة
نشاط التخزين	133,807,263.27	268.00	499,280.83 دينار / امر
النشاط التسويقي	119,307,522.47	1,804.57	66,114.28 دينار / طن
النشاط الاداري	185,083,257.32	20.00	9,254,162.87 دينار/عقد
المجموع	8,667,449,578.84	—	—

المصدر : اعداد الباحثان بالاعتماد على الجدولين (7) و (8) .

ب- توزيع تكاليف الأنشطة على المنتجات

بعد تحديد معدل التحميل للنشاط يتم توزيع تكاليف الأنشطة على منتجات معمل القابلوات والاسلاك الكهربائية عن طريق ضرب معدل التحميل للنشاط في مسببات الأنشطة المستهلكة ولكل منتج من المنتجات وباستخدام المعادلة الاتية : **التكاليف المخصصة للنشاط = معدل تحميل النشاط * المسببات المستهلكة لكل نشاط**

فمثلا يتم احتساب التكاليف المخصصة لمنتج القابلو الكهربائي من نشاط التصنيع وذلك بضرب معدل تحميل هذا النشاط (3,631,583.18) دينار / طن في مسبب هذا النشاط المستهلك بواسطة منتج القابلو الكهربائي والبالغ (305.55) طن لتكون النتيجة (1,109,612,084) دينار ، وكذلك يمكن احتساب التكاليف المخصصة لمنتج الاسلاك الكهربائي من نشاط التصنيع وذلك بضرب معدل التحميل لهذا النشاط (3,631,583.18) دينار / طن في مسبب هذا النشاط المستهلك بواسطة منتج الاسلاك الهوائية المعلقة البالغ (1,627.25) طن لتكون النتيجة (5,909,508,262.71) دينار ، وهكذا يمكن احتساب التكاليف المخصصة للمنتجات من بقية الأنشطة وكما في الجدول ادناه.

جدول (10) : التكاليف المخصصة لمنتجات معمل القابلوات والاسلاك الكهربائية

النشاط	معدل التحميل للنشاط	مسبب تكلفة الأنشطة		التكاليف المخصصة لمنتج	
		القابلو الكهربائي	اسلاك هوائية معلقة	القابلو الكهربائي	اسلاك هوائية معلقة
التصنيع	3,631,583.18	305.55	1,627.25	1,109,612,084	5,909,508,262.71
السيطرة النوعية	94,946.14	293.06	1,511.51	27,824,536.30	143,511,946.64

851,678,498.34	757,725,825	93,952,673.34	1,676.71	207.90	451,912.81	التعبئة والتغليف
187,116,207.78	62,372,069.26	124,744,138.52	2,016	4,032	30,939	الصيانة
133,807,263.27	92,866,234.96	40,941,028.31	186	82	499,281	التخزين
119,307,522.47	99,932,334.93	19,375,187.54	1,511.51	293.06	66,114.28	التسويقي
185,083,257.32	120,304,117.26	64,779,140.06	13	7	9,254,162.87	الاداري
8,667,449,578.84	7,186,220,790.76	1,481,228,788.08	—	—	—	المجموع

المصدر : اعداد الباحثان

ت- فصل تكاليف الطاقة العاطلة

بعد تحديد التكاليف المخصصة لمنتجات معمل القابلات والاسلاك الكهربائية واستكمالاً لهذه الخطوة ، يتم فصل تكاليف الطاقة العاطلة وذلك عن طريق مقارنة التكاليف المتحققة للمعمل والمستخرجة من واقع سجلات الكلفة مع التكاليف المحسوبة بتطبيق تقنية محاسبة الموارد ولكل مجمعات الموارد وكما في الجدول ادناه .

جدول (11): تكاليف ونسب الطاقة العاطلة لمجمعات الموارد

المورد	(1) التكاليف المتحققة	(2) التكاليف بعد تطبيق محاسبة استهلاك الموارد	(3) الطاقة العاطلة - (1)	(4) النسبة من مجموع الطاقة العاطلة (4 / مجموع 3)
مورد الافراد				
الرواتب والاجور والمزايا العينية	3,087,880,000	2,574,972,625	512,907,375	54.07%
نقل العاملين	24,820,000	24,621,440	198,560	0.02%
ايفاد العاملين	10,285,000	9,213,645.75	1,071,354.25	0.11%
المجموع	3,122,985,000	2,608,807,710.75	514,177,289.25	54.20%
مورد المواد المستهلكة				
المواد الاولية والخامات (مادة النحاس)	1,958,614,918	1,830,481,249.71	128,133,668.29	13.51%
المواد الاولية والخامات (مادة الالمنيوم)	3,322,965,082	3,105,573,783.38	217,391,298.62	22.92%
المواد المساعدة	74,615,000	70,675,415.61	3,939,584.39	0.42%
زيوت وشحوم	3,700,000	3,466,869.92	233,130.08	0.02%
مواد التعبئة والتغليف	660,385,000	615,555,406.45	44,829,593.55	4.73%
لوازم القرطاسية	2,400,000	2,285,714.29	114,285.71	0.01%
تجهيزات العاملين	25,175,000	21,475,000.00	3,700,000	0.39%
المجموع	6,047,855,000	5,649,513,439.35	398,341,560.65	41.99%
مورد الصيانة والقوى المحركة				
الادوات الاحتياطية	2,425,000	2,346,187.50	78,812.50	0.008%

المورد	(1) التكاليف المتحققة	(2) التكاليف بعد تطبيق محاسبة استهلاك الموارد	(3) الطاقة العاطلة -2 (1)	(4) النسبة من مجموع الطاقة العاطلة (4 / مجموع 3)
صيانة الآلات والمعدات	204,195,000	183,221,740.80	20,973,259.20	2.21%
الكهرباء	125,180,000	118,216,778.40	6,963,221.60	0.73%
المجموع	331,800,000	303,784,706.70	28,015,293.30	2.95%
مورد الموجودات المستخدمة في العملية الإنتاجية				
اندثار المباني	6,815,000	6,531,799.37	283,200.63	0.03%
اندثار الآلات والمعدات	105,080,000	98,074,666.67	7,005,333.33	0.74%
اندثار وسائط النقل	1,565,000	737,256.00	827,744	0.09%
المجموع	113,460,000	105,343,722.04	8,116,277.96	0.86%
المجموع الكلي	9,616,100,000	8,667,449,578.84	948,650,421.16	100.00%

المصدر : من اعداد الباحثان بالاعتماد على الجدولين (2) و(7) يتضح من العرض السابق أهمية الدور الذي تؤديه تقنية محاسبة استهلاك الموارد من حيث تخفيض التكاليف ذات العلاقة بمنتجات المعمل عن طريق عزل تكاليف الطاقة العاطلة والوصول بالكلفة إلى مبلغ مقداره (8,667,449,578.84) دينار قياساً بالكلفة التي تم تحديدها بموجب نظام الكلفة التقليدية المطبق في المعمل عينة البحث والبالغه (9,616,100,000) دينار اي حصول تخفيض في الكلفة مقداره (948,650,421.16) دينار والذي يتمثل في تكاليف الطاقة العاطلة والتي ينبغي ان لا تحمل على تكلفة المنتجات ، وبالنتيجة فان هذا يسهم في خفض التكاليف و زيادة الدقة في قياسها ، وتوفير معلومات ملائمة تمكن الادارة من التخطيط على المدى القصير او الاستراتيجي واتخاذ قرارات تعلق بالاستغلال الكفء لهذه الموارد العاطلة. وكما هو معروف فاذا ما أرادت الشركة ترشيد قراراتها وتحقيق الميزة التنافسية مع المنتجات المستوردة لابد من العمل على تخفيض تكاليف منتجاتها وهنا يبرز دور تقنية محاسبة استهلاك الموارد التي تم تطبيقها على منتجات المعمل عينة البحث.

7. الاستنتاجات والتوصيات

(7-1) الاستنتاجات :

يتناول هذا المبحث اهم الاستنتاجات التي توصل اليها الباحثان وهي كالآتي :

1. تعد تقنية محاسبة استهلاك الموارد من التقنيات التي تمتاز بقابليتها على تخصيص التكلفة بشكل سليم وعادل مع تحقيق الاستغلال الأمثل للموارد وتخفيض التكلفة والرقابة عليها عن طريق اجراء التحليل الكمي والكفوي لمختلف انواع الموارد والاستغلال الأمثل لها وبالشكل الذي يعزز من القدرة التنافسية للوحدة الاقتصادية .
2. لا يمكن للوحدة الاقتصادية عمليا ان تستخدم مواردها المتاحة بشكل كامل في العملية الإنتاجية وعليه يتبقى جزء غير مستخدم ، لذا فان تقنية محاسبة استهلاك الموارد تخصص فقط تكاليف الموارد المستخدمة على اهداف التكلفة اما الموارد غير المستخدمة فلا تخصص على أي هدف من اهداف التكلفة ويتم التعامل معها على انها طاقة عاطلة وتعالج على انها تكاليف فترة .
3. ان تنفيذ تقنية محاسبة استهلاك الموارد لتحديد تكلفة الإنتاج في معمل القابلات والاسلاك الكهربائية في الناصرية لعام 2020 يؤدي الى خفض تكلفة الإنتاج من (9,616,100,000) دينار والمحتسبة وفقاً لنظام التكاليف الحالي المتبع في الشركة الى (8,667,449,578.84) دينار المحتسبة بعد تنفيذ تقنية محاسبة استهلاك الموارد أي حصول تخفيض في الكلفة مقداره (948,650,421.16) دينار والذي يتمثل في تكاليف الطاقة العاطلة والتي ينبغي ان لا تحمل على تكلفة المنتجات اي ان تطبيق التقنية اسهم بخفض التكاليف بنسبة (9.87) % .

(7-2) التوصيات :

أما التوصيات ، ففي ضوء النتائج السابقة يوصي الباحثان بالآتي :

1. استجابة للتغيرات في بيئة الأعمال الحديثة ، يوصي الباحثان شركة اور العامة بالاهتمام بتطبيق تقنيات ادارة التكلفة الاستراتيجية في ظل بيئة الأعمال التنافسية وبخاصة تقنية محاسبة استهلاك الموارد لما توفره من مزايا تتمثل في دقة أكبر في تخصيص التكاليف و توفير معلومات ملائمة لاتخاذ قرارات إدارية سليمة، وقدرة أكبر على تخطيط ورقابة الموارد، كما يسهم في إدارة أفضل للطاقة العاطلة/ الفائضة.

2. زيادة وعي المديرين ومجلس إدارة الشركة بأهمية التحول من استخدام النظم التقليدية في قياس التكلفة الى تطبيق تقنيات ادره التكلفة المعاصرة التي تركز على الاستغلال الكفؤ للموارد المتاحة وتعظيم قيمة الشركة وهذا يدعم الحوكمة من ناحية تقليل الهدر والمحافظة على موارد المعمل عينة البحث .
3. من الضروري تدريب العاملين في شركة اور العامة / معمل القابلوات والاسلاك الكهربائية على تقنيات ادارة التكلفة الاستراتيجية وتطوير قابلياتهم وتنمية قدراتهم ، ورفع مهاراتهم لضمان نجاح تطبيق هذه التقنيات بكفاءة وفاعلية لما تحققه من فوائد ستعكس بشكل ايجابي على قيمة الشركة وميزتها التنافسية.
4. قيام شركة أور باستعمال تقنية محاسبة استهلاك الموارد في تخطيط أسعار بيع منتجاتها ، تحديد ربحية الشركة بما يحقق لها التسعير العادل والربحية المناسبة ويحقق العدالة للشركة وزبائنها الحاليين بما يعزز ميزتها التنافسية.

قائمة المصادر

1. Reports of the planning department in UR State company.
2. Cost Division records for UR State company for the year 2020.
3. Annual Management Report for the fiscal year 2020 of UR State Company.
4. Al-Jabali, Walid Samir Abdel-Azim, (2020), "A proposed framework for integration between resource flow cost accounting and resource consumption accounting to support competitiveness," Financial Research Journal, Volume 21, Issue 3.
5. Al-Shatby, Ali Abdullah Saleh, (2017), "Using resource consumption accounting to support the costs of the value stream path with the aim of optimal utilization of resources," A Theoretical study - Scientific Journal of Commercial and Environmental Studies, Volume (8).
6. Shaheen, Mohamed Ahmed, (2010) "An analytical study of the Resource Consumption Accounting approach as one of the proposed approaches to develop the measurement method of activity-based cost," Scientific Journal of Economics and Trade, Faculty of Commerce - Ain Shams University, Issue 4.
7. Qahtan, Mounir Ali Modhesh, (2018), "Measurement of unexploited Capacity using the Resource Consumption Accounting approach in order to improve the quality of cost information – an applied study," Journal of the University of Science for Technology, Volume 24, Issue 2.
8. Ali, Waleed Ahmed Mohamed, (2013), The effect of integration between the resource consumption accounting system and the project resource planning system in cost management, International Journal of Accounting and Auditing, first issue.
9. Ahmed, S., Moosa, M. (2011). " Application of Resource Consumption Accounting (RCA) In an Educational Institute". Pakistan Business Review, 1,.
10. Al-Nafaa, F. S., & Amarah, M. A. (2019). A Proposed Model for Analyzing the Cost Deviations, Using RCA (Resource Consumption Accounting) Approach with Application on a Saudi Hospital (in Arabic). Zarqa Journal for Research and Studies in Humanities. 19 (3), .
11. Balakrishnan, R., L., And Sivaramakrishnan, K., (2012). " Product Costs As Decision Aids: An Analysis Of Alternative Approaches (Part 1)" Accounting Horizons, Vol. 26, No.1.
12. Bhatt, Pares J., (2014) "Resource consumption accounting (RCA): an ABC of overheads Midas Touch International Journal of Commerce, Management and Technology, Volume 2, No. 10.
13. Clinton , B. D. and Van der Merwe, A.(2006),"Management Accounting Approaches, Techniques, and Management Processes", Cost Management, Vol.20, No.3 , .
14. Datar , Srikant M.& Madhav V. Rajan ,(2021) , Horngren's Cost Accounting ,17th Edition, ISBN 978-0-13-562847-8 Pearson Education limited .
15. David E. Keys and Anton van der Merwe,2001, " The Case for RCA: Excess and Idle Capacity, Cost Management" ,formerly Journal of Cost Management,.
16. Edward J. Blocher, David E. Stout, Gary Cokins ,(2010) "Cost Management A Strategic Emphasis" 5th ed, The McGraw-Hill Companies , Inc. , New York.

17. Huang, Hailiang, Zhang, Chaofeng (2013) "Cost Management A Case Study Of A Gardening Firm Project" Industrial Engineering And Management, "Master Programme In Logistics And Innovation Management.
18. Karabayir, M. E., and Ömer K. (2019). Resource Consumption Accounting: Case Study In A Private Educational Institution. Kafkas University. Faculty of Economics and Administrative Sciences. Journal, 10(19),.
19. Kinney, Micheal R. ., Ceclly A. ., Raiborn, (2011) "Cost Accounting Fundamental and Evaluation" ,8th university of Texas ,South Western Cengage Learn.
20. Rahimi, M., Sheybani, Z. , Sheybani,E. , and Abed, F. ,(2014),"Resource Consumption Accounting: A New Approach to Management Accounting",Management and Administrative Sciences Review www.absronline.org/journals e-ISSN: 2308-1368, p-ISSN: 2310872XVolume: 3, Issue: 4 (Special Issue).
21. Subhrangshu, S. (2014). "Cost and Management Accounting: Resource Consumption Accounting",P.17. In Tezpur University.
22. Tse, M. & Gong, M. (2009). "Recognition of Idle Resources in Time-Drive Activity-Based Costing and Resource Consumption Accounting Models". Jamar, 7(2).
23. White, L. R.,(2009). "Resource Consumption Accounting: Manager- Focused Management Accounting." The Journal Of Corporate Accounting &Finance,Vol. 20No.4.

Improving the value of the product by employing of Time Driven -
Performance Based Costing technique
(An Empirical Study)

ایمان عبد الرحيم عبد الكريم المياحي

Iman Abdel Rahim Al Mayahi

جامعة الفرات الاوسط التقنية/ المعهد التقني كربلاء

Al-Furat Al-Awsat Technical University

iman.abdulkreem@atu.edu.iq

أ. د. صلاح مهدي جواد الكواز

Prof.Dr. Salah Mahdi Al-Kawaz

جامعة كربلاء/كلية الادارة والاقتصاد

Karbala University

salah.m@uokerbala.edu.iq

المستخلص: تعد تقنية الكلفة على اساس الاداء الموجه بالوقت من بين اهم التقنيات الاستراتيجية لإدارة التكلفة في بيئة الاعمال الحديثة والتي يمكن من خلالها ان تحقق الوحدات الاقتصادية اهدافها بتحسين قيمة المنتج وتخفيض كلفته وتقديم المنتجات التي تلبي متطلبات واحتياجات الزبائن من خلال ادائها واسعارها المنخفضة والجودة العالية التي تتمتع بها. وعليه فإن اهم اهداف البحث الحالي هو دراسة تقنية الكلفة على اساس الاداء الموجه بالوقت عن طريق تطبيقها في أحد مصانع الشركة العامة للصناعات النسيجية والجلدية الا وهو مصنع الالبسة الجاهزة في النجف الاشرف. ولغرض تحقيق هذا الهدف فقد اعتمد الباحثان عند تطبيق تقنية الكلفة على اساس الاداء الموجه بالوقت على البيانات التي تم الحصول عليها بعدة طرق، منها الزيارات الميدانية، والمقابلات الشخصية مع العاملين والمسؤولين في المصنع فضلا عن وكلاء البيع، وايضا البيانات المستخرجة من السجلات المحاسبية والكفوية في المصنع عينة البحث.

وقد توصل الباحثان الى جملة من الاستنتاجات، اهمها ان مصنع للالبسة الجاهزة في النجف الاشرف، بوصفه عينة البحث، غير قادر على تطبيق تقنية الكلفة على اساس الاداء الموجه بالوقت والتي يمكن ان تحقق اهدافه بتخفيض التكلفة وتحسين قيمة المنتج، لذلك فان اهم ما ورد في هذا البحث من توصيات يؤكد على تركيز الاهتمام بتطبيق التقنية المذكورة اعلاه لدورها في تحقيق هذا الهدف.

الكلمات المفتاحية: الكلفة على اساس الاداء الموجه بالوقت، تحسين قيمة المنتج، ادارة التكلفة، اداء المنتج، اداء الاجزاء.

Abstract: The Time Driven - Performance Based Costing technique Considered as most important strategic cost management techniques in the modern era, through which economic Entities can perform their objectives by improving the value of the product, reducing its cost and providing products that meet the requirements and needs of the customer through their performance, low prices and high quality that enjoy out.

Accordingly, the most important objectives of the current research is to study the above technique by applying it in one of the factories of the General Company for Textile and Leather Industries, which is the ready-made clothes factory in Najaf. For the purpose of achieving this goal, the researchers, when applying the time- driven performance-based costing technique, relied on the data obtained in several ways, including field visits, personal interviews with workers and officials in the factory as well as sales agents, as well as data extracted from the accounting and cost records in the factory the research sample.

The researchers reached A set of conclusions, the most important of which is that a factory for ready-made clothes in Najaf, as the research sample, suffers due to the lack of application of the time- driven performance-based costing technique, which can achieve its goals by reducing cost and improving the value of the product, so the most important Issue in this The research of recommendations emphasizes the focus of attention to the application of the above-mentioned technology for its role in achieving this goal.

Key words: Time Driven - Performance Based Costing, improvement of product value, Cost Management, Product performance, parts performance.

1. **المقدمة (Introduction):** نظرا للتطورات التي تشهدها بيئة الاعمال المعاصرة وأبرزها المنافسة الشديدة، التقدم التكنولوجي والمعلوماتي، قصر دورة حياة المنتجات، التذبذب والتغير المستمر في اذواق الزبائن، وحاجتهم الى منتجات او خدمات تلبي احتياجاتهم وذات كلفة منخفضة وجودة عالية، كل هذا يتطلب من الوحدات الاقتصادية مواكبة هذه التطورات إذا ما ارادت الاستمرار والنمو وذلك من خلال زيادة اهتمامها بجودة المنتج من اجل دعم قدراتها التنافسية في السوق. ازاء كل هذه التطورات كان من الصعب على الوحدات الاقتصادية الاستمرار في تطبيق النظم والتقنيات التقليدية لمحاسبة الكلفة والادارية (كطريقة الاقسام المتجانسة لتوزيع التكاليف) اذا ما ارادت تحقيق هدف النجاح عن طريق تحسين قيمة المنتج ، اذا ان

هذه النظم والتقنيات لا توفر بيانات ملائمة تعد كمتطلبات لتحقيق هذا الهدف وذلك لان فحوى تركيزها اكثر ما يكون على البيئة الداخلية لهذه الوحدات ، لذا كان من الطبيعي ان يتم البحث عن التقنيات الاستراتيجية الحديثة في مجال محاسبة الكلفة والادارية التي تستجيب للتطورات اعلاه والتي من شأنها تحسين و رفع قيمة المنتج التي فرضتها بيئة الاعمال الحالية. وتعد تقنية الكلفة على اساس الاداء الموجه بالوقت من بين التقنيات المهمة الحديثة لإدارة الكلفة الاستراتيجية التي يمكن استعمالها في تحقيق هدف تحسين قيمة المنتج.

اذ تتصف تقنية الكلفة على اساس الاداء الموجه بالوقت بتخطيط الانشطة ذات العلاقة بأداء المنتج بما يتضمنه من اجزاء وذلك في مرحلة مبكرة من سلسلة القيمة عن طريق الاعتماد على مبدأ التخصيص الجيد للكلفة بربطها بالوقت الامثل الذي تستغرقه الانشطة ذات العلاقة بأداء هذه الاجزاء في محاولة لتحسين قيمة المنتج بزيادة جودته، تخفيض كلفته.

ولتحقيق النجاح في تطبيق تقنية الكلفة على اساس الاداء الموجه بالوقت فانه يتطلب تحقيق تحسين دائم ومستمر من خلال الاستغلال الامثل للموارد المتاحة وذلك بالتخلص من الانشطة التي لا تضيف قيمة والتركيز على الانشطة التي تضيف قيمة.

ولتحقيق هدف وفرضية البحث فقد تم تقسيمه إلى اربعة مباحث، أختص الأول منها بمنهجية البحث ، فيما حُصّن الثاني لتناول الاسس المعرفية لتقنية TD-PBC، اما المبحث الثالث فقد أهتم بالجانب التطبيقي، والمبحث الرابع تناول استعراض أهم الاستنتاجات والتوصيات التي توصل إليها البحث.

المبحث الأول: منهجية البحث

1-2 مشكلة البحث Research Problem

ان المشكلة التي يطرحها هذا البحث تتمحور حول نقطة اساسية وهي ان معظم الوحدات الاقتصادية العراقية ومنها مصنع الالبسة الجاهزة في النجف الاشرف تعاني من ارتفاع التكاليف ، انخفاض الإنتاج ، عدم تحقيق الارباح ، عدم القدرة على استغلال الموارد بشكل امثل مما اثر على الموقف التنافسي لها بالمقارنة مع المنظمات المماثلة فضلا عن ذلك فان النظم الكفوية التقليدية أصبحت غير قادرة على التعامل بشكل كفوء مع التطورات التي تشهدها بيئة الاعمال مما يستلزم من الوحدات الاقتصادية تبني تطبيق التقنيات الكفوية الحديثة التي تستهدف تخفيض التكاليف ، الاستغلال الأمثل للموارد ، التخلص من الأنشطة التي لا تضيف قيمة ، تحقيق الأرباح.

ووفق هذا الأساس سيتم صياغة مشكلة البحث في التساؤل الآتي: -

هل تساعد تقنية الكلفة على أساس الأداء الموجه بالوقت في تخطي المشكلات التي تعاني منها نظم الكلفة التقليدية وتوفير المعلومات التي تساهم في تخفيض التكاليف وتحقيق الاستغلال الأمثل للموارد واستبعاد الأنشطة التي لا تضيف قيمة وبالنتيجة تفضي إلى تحسين قيمة المنتج في مصنع الالبسة الجاهزة في النجف الاشرف، عينة البحث؟

2-2 هدف البحث Research Objective

يسعى البحث إلى تحقيق الأهداف الآتية:

1. صياغة اطار معرفي لبعض التقنيات المحاسبية الحديثة والمتمثلة بتقنية الكلفة على أساس الأداء الموجه بالوقت.
2. بيان دور تقنية الكلفة على أساس الأداء الموجه بالوقت في توفير معلومات متكاملة عن الموارد التي تسهم في تحسين قيمة المنتج بفاعلية في مصنع الالبسة الجاهزة في النجف الاشرف.
3. بيان دور تقنية الكلفة على أساس الأداء الموجه بالوقت في تخفيض التكاليف، استغلال الموارد بشكل امثل استبعاد الانشطة التي لا تضيف قيمة، زيادة مستوى الإنتاج لمواكبة التطورات الحديثة في مصنع الالبسة الجاهزة في النجف الاشرف.
4. تزويد الوحدة الاقتصادية عينة البحث فضلا عن المتخصصين في مجال محاسبة الكلفة، بالمعرفة العميقة والمتخصصة حول أهمية وضرورة تقنية الكلفة على أساس الأداء الموجه بالوقت ، وما لها من دور كبير في تحسين قيمة المنتج.

3-2 فرضية البحث Research Hypotheses

يستند البحث الى فرضية اساسية مفادها "ان توظيف تقنية الكلفة على أساس الاداء الموجه بالوقت يسهم في تحسين قيمة المنتج بتخفيض كلفته وزيادة جودته والمساهمة بشكل فاعل في تحقيق الاستغلال الامثل للموارد وادارتها "

4-2 أهمية البحث Importance of Research

تتجسد أهمية البحث في الجوانب الآتية:

- ا- تركيزه على اداء الاجزاء ذات العلاقة بالمنتج ومحاولة التخطيط لها في مرحلة مبكرة من تصميم المنتج وبما يتلاءم ومتطلبات تحقيق اهداف مصنع الالبسة الجاهزة في النجف الاشرف المتمثلة في تحسين قيمة المنتج، زيادة رضا الزبون.
- ب- حداثة هذا الموضوع الذي يتناوله هذا البحث، والذي لم يحظى بالاهتمام الكافي من قبل المعنيين بالفكر المحاسبي لحد الآن، اذ لم يتم التطرق في الأدبيات المحاسبية الى تقنية تعنى بتحديد الكلفة على أساس الاداء الموجه بالوقت وهذه ميزة الدراسة الحالية، وبهذه الحالة سيكون لهذا البحث الاسبقية في هذا الجانب كونه يعد اول دراسة تتناول هذه التقنية.

5-2 حدود البحث Research Limits

- 1- الحدود الزمانية: تم الاعتماد على البيانات المحاسبية لسنة (2020) لغرض انجاز ما يهدف إليه البحث.
- 2- الحدود المكانية: تم اختيار مصنع الالبسة الجاهزة في النجف الاشرف كعينة للبحث التابع للشركة العامة للصناعات النسيجية والجلدية في الحلة والذي هو مجتمع للبحث.

6-2 منهج البحث Research Methodology

سيتم انجاز البحث باستخدام منهجين وكالاتي:

1. المنهج الاستنباطي: يتم ذلك من خلال الاستعانة بالمصادر والدوريات والمراجع المختلفة العربية والأجنبية فضلاً عن الاستعانة بشبكة المعلومات العالمية (الانترنت).
2. المنهج الاستقرائي: تم الاعتماد في هذا الجانب على وسائل متعددة للحصول على البيانات والمعلومات المطلوبة وأهمها المعايضة والزيارات الميدانية ومقابلة المسؤولين والعاملين في مصنع الالبسة الجاهزة في النجف الاشرف التابع الى الشركة العامة للصناعات النسيجية والجلدية فضلاً عن الاستعانة بالسجلات المحاسبية وتقارير الكلفة وبطاقات الوقت الخاصة بتلك الشركة.

2- المبحث الثاني: الاطار المعرفي للبحث

ويتناول الاسس المعرفية لتقنية TD-PBC من حيث المفهوم ، خطوات التطبيق، والفوائد المتوخاة من تطبيق تقنية TD-PBC.

3-1 مفهوم تقنية التكلفة على اساس الاداء الموجه بالوقت TD-PBC _ منظور تاريخي.

استخدم مصطلح الكلفة على اساس الاداء PBC كمرادف للكلفة على اساس الانشطة ABC وكمنهج للإدارة فيما يتعلق بتقييم التكاليف بما يتماشى مع قانون الاداء الحكومي (GPRA) لعام 1992 في الولايات المتحدة الامريكية ، ومع بداية عام 2000، أشارت "أخبار الإدارة المالية الفيدرالية" إلى أنه في السنوات القادمة ، ستكون "الحكومة القائمة على الأداء" عنصرًا مركزيًا في الكونغرس وإدارة الحكومة الأمريكية الجديدة . وفي هذا الشأن كان هنالك مبادرتان للإدارة المالية في مجتمع التعاون الأمني وهما الموازنة على أساس الأداء (PBB) والكلفة على أساس الأداء (PBC). وقد تم التوسع في تطبيق الموازنة على أساس الأداء (PBB) لتشمل جميع المطالبين بإعداد الموازنة للمبيعات العسكرية الأجنبية (FMS)، بما في ذلك الإدارات العسكرية (MILDEPS) ووكالات الدفاع، وكذلك التمويل العسكري الأجنبي (FMF). اما الكلفة على أساس الاداء PBC فقد استعملت كاستراتيجية تكتيكية ومكمل طبيعي واساس اعداد الموازنة القائمة على أساس الاداء (PBB) خاصة في الوحدات الاقتصادية الصناعية. اذ توفر (PBC) مصدرًا مهمًا للمعلومات المتعلقة بالأنشطة التي تساهم في انتاج مكونات المنتج وتحديد الموارد اللازمة لأداء تلك الأنشطة (Davis,2003:118) (Walters, Jr,2002: 57).

إما بالنسبة لمفهوم الكلفة على اساس الاداء (PBC) فقد تناولت الأدبيات هذا المفهوم بتقديم عدة تعريفات له ، اذ يعرف (Walters, Jr,2002: 62) بانها احدى تقنيات إدارة الكلفة التي تعتمد في تطبيقها على مبادئ الكلفة على اساس النشاط من حيث اعتمادها على موجهاً الكلفة في تخصيص تكاليف الموارد المختلفة إلى أهداف الكلفة المختلفة المتمثلة في مكونات المنتج بما يستلزمه انجاز كل مكون منها من أنشطة. اما (Davis,2003:122) فيعرف الكلفة على اساس الاداء (PBC) بانها منهجية لتخصيص الكلفة تحدد وتحلل التكاليف المرتبطة بكل مكون او جزء من أجزاء المنتج تبعاً لأنشطة المنظمة. اما (الكواز، 2017: 155) فعرف تقنية الكلفة على اساس الاداء بانها احدى تقنيات ادارة الكلفة الاستراتيجية التي تختص بعرض سلوك التكاليف على مستوى اداء المنتج الذي تعكسه مكوناته المختلفة.

يتضح من التعريفات اعلاه، إن الكلفة على أساس الاداء هي تقنية لقياس الكلفة تعتمد في تطبيقها على مبدأ تخصيص الكلفة على أساس الاداء ذات العلاقة بمكونات المنتج بما يتطلبه انجاز كل مكون من أنشطة مختلفة على ان يمثل اجمالي كلفة هذه المكونات كلفة المنتج النهائي. وتشير (عزيز، 2006: 82) بهذا الصدد إن محاولة ربط المحاسبة بالوقت قد تكون له أهمية كبيرة في ظل بيئة تشهد تطورات متسارعة ابرزها المنافسة الشديدة والعمل بموجب متطلبات الزبون والتي تستلزم تحديد الوقت المستغل والذي يؤدي إلى إضافة قيمة واستبعاد الوقت غير المستغل ؛ لذا من الأهمية بمكان ان يتم تخصيص كلفة الموارد وربطها بالوقت الامثل الذي تستغرقه الانشطة ذات العلاقة بأداء مكونات المنتج ، وبالنتيجة بروز مصطلح الكلفة على أساس الاداء الموجه بالوقت . ويعرف (الكواز، 2017: 155) تقنية الكلفة على أساس الاداء الموجه بالوقت بانها احدى تقنيات ادارة الكلفة الاستراتيجية التي تعد كتوسع في تقنية (TD-ABC) من حيث اعتمادها على الوقت في تخصيص الكلفة على الانشطة ذات العلاقة بأداء المنتج التي تنسجم ومتطلبات الزبون وهي اساس تصميمه.

وعليه، يمكن القول، ان تقنية (TD-PBC) تعد كتوسع في تقنية (TD-ABC) وكذلك اضافة لتقنية (PF-ABC) كونها تركز على الاداء في تخصيص الموارد، فضلا عن ان كلفة المنتج تتمثل بإجمالي كلفة الأداء الذي تؤديه مكوناته المختلفة، اي بمعنى اخر، ان اجمالي كلفة أداء أي مكون من مكونات المنتج يعد بمثابة كلفة الأنشطة التي ساهمت في انتاج ذلك المكون.

2-3. اهداف تقنية (TD -PBC)

تساعد عملية تطبيق تقنية (TD -PBC) في تحقيق العديد من الاهداف وهي كالآتي (الكواز، 2017: 156) (Windmark, 2018: 43: 70) :

1. قياس كلفة المنتج او الخدمة حسب مستويات الاداء ذات العلاقة بأجزاء المنتج والتي لها علاقة بالأنشطة التي تساهم في انتاجها.
2. توفير المعلومات التي من الممكن ان تساعد في تقدير كلفة المنتج حسب الاداء الذي تعكسه اجزائه في مرحلة مبكرة من دورة حياته.
3. المساعدة في اجراء العمليات التحليلية والتشغيلية للوحدة الاقتصادية وذلك من خلال توفير المعلومات المناسبة عن كلفة الاداء لأجزاء المنتج وانشطتها.
4. المساعدة في تحديد وتعزيز الموقف التنافسي للوحدة الاقتصادية من خلال المعلومات التي توفرها عن اداء المنتج.
5. تساعد في تقليل تكاليف الوحدة الاقتصادية وتحسين ادائها وذلك لقلّة البيانات المستخدمة لاحتساب كلفة المنتج.
6. تحديد الوقت اللازم لإنتاج كل فقرة من فقرات الاداء او المهام لأجزاء المنتج والعمل ضمن حدود الطاقة المستغلة.
7. المساعدة على اجراء المقارنة المرجعية بين المنتجات المختلفة ذات الاداء الوظيفي المتشابه وإمكانية ايجاد فرص لإدخال التحسينات عليها.
8. المساعدة في ايجاد أسباب عدم الاستغلال الامثل للطاقة او عدم الكفاءة وايجاد الحلول التي من شأنها ان تدعم تطوير الإنتاج في المستقبل.
9. تحليل نمط الإنتاج فيما يتعلق بنمط التوقف والوقت الضائع بسبب العطلات او لا سباب اخرى بهدف تخفيض كلفة التوقف عن العمل.
10. تزويد صانعي القرار بنظام لجمع المعلومات عن الإنتاج من أجل اتخاذ قرارات تكتيكية واستراتيجية سليمة على المدى القصير والطويل.

3-3. خطوات تطبيق تقنية الكلفة على اساس الاداء الموجه بالوقت. تتم عملية تطبيق تقنية (TD -PBC) وفق الخطوات التالية (الكواز، 2017: 157) :

1. **تحديد المنتج المستهدف:** اذ يتم في هذه الخطوة تحديد المنتج الذي تستهدفه الوحدة الاقتصادية لتحسين قيمته وحسب متطلبات الزبون واحتياجاته، ويتم تحليله حسب مستويات الاداء النوعي له.
2. **تحديد مكونات المنتج وتحليلها واحتساب كلفتها:-** اذ يتم في هذه الخطوة تحديد مكونات او اجزاء المنتج الرئيسية والثانوية لأجل احتساب كلفتها وحسب الخطوات التالية: (Dejnega,2011:9) (Everaert,et.al.,2008:172)

أ. **تحديد كلفة وحدة الوقت:** يتم تحديد كلفة وحدة الوقت حسب الخطوات التالية:

- تحديد مجموعات الموارد التي تساهم في انتاج كل مكون من مكونات المنتج والمتمثلة بالأقسام والشعب التي تؤدي الأنشطة المختلفة التي هي ذات علاقة بالمنتج.
- تحديد الكلف المباشرة وغير المباشرة لكل مجموعة من مجموعات الموارد على حدة.
- تحديد الطاقة العملية¹، ولكل مجموعة موارد متمثلة بالوقت اللازم لإنجاز الأنشطة ذات الصلة بكل مجموعة .
- احتساب معدل كلفة الطاقة العملية بقسمة اجمالي الكلف المباشرة وغير المباشرة لكل مجموعة من مجموعات الموارد على الطاقة العملية معبرا عنها بالدقائق.

¹ يشير (Kaplan, 2004:3) انه من أجل تحديد معدل كلفة الطاقة، يتم خصم وقت التوقفات من الطاقة النظرية للحصول على الطاقة العملية، اذ عادة ما تحدد الطاقة العملية بين

(80% - 85%) من الطاقة النظرية مفترضاً ان النسبة المتبقية تترك كسماح للضياع الذي يحصل نتيجة التوقفات جراء عمليات التصليح او الصيانة للمكانن او ارشاد العاملين او لعوامل اخرى لا ترتبط بالعمل الفعلي لمجموعة الموارد المختلفة.

ب. تحديد الوقت الازم لإنجاز الأنشطة ذات العلاقة بمجموعات الموارد : بعد احتساب الكلفة لوحدة الوقت ، يتم تحديد الوقت اللازم لإنجاز كل نشاط من الأنشطة ذات الصلة بكل مجموعة من مجموعات الموارد المختلفة ذات العلاقة بمكونات المنتج ، وفي هذا الصدد يتم استعمال معادلات الوقت التي تشتمل على الوقت اللازم لإنجاز أحداث كل نشاط من الأنشطة.

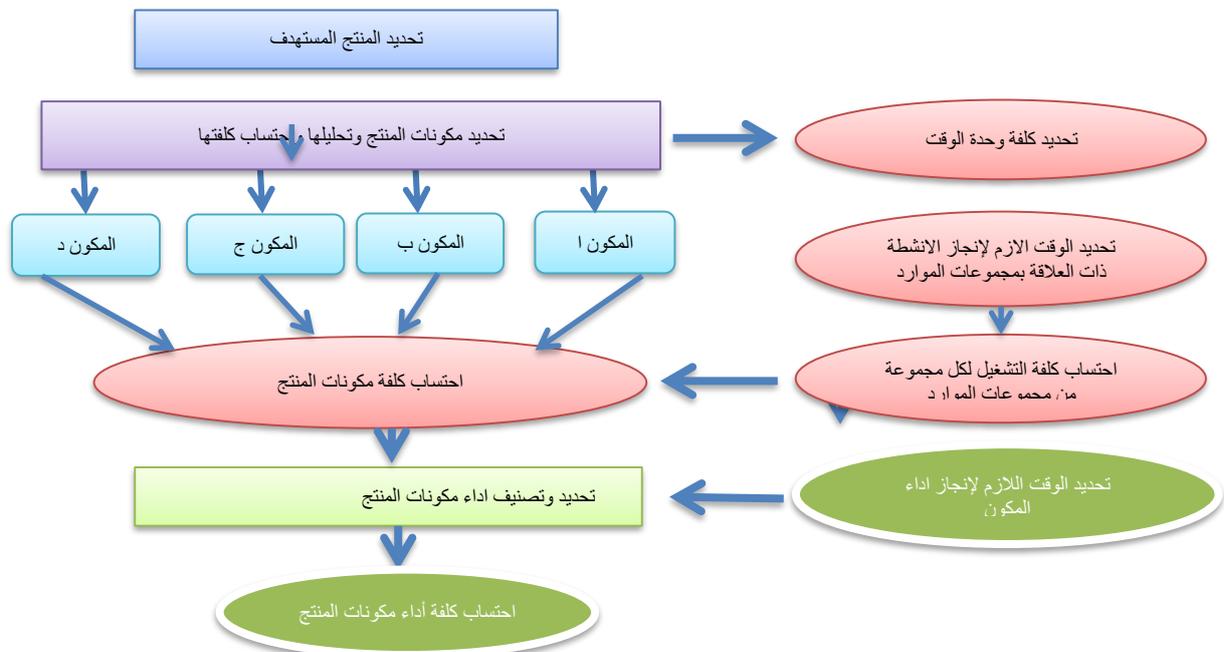
ت. احتساب كلفة التشغيل لكل مجموعة من مجموعات الموارد: اذ يتم احتساب كلفة التشغيل بضرب كلفة وحدة الوقت ولكل مجموعة من مجموعات الموارد (الخطوة أ) في وقت حدث كل نشاط من الأنشطة (الخطوة ب).

ث. احتساب كلفة مكونات المنتج : بعد تحديد كلفة التشغيل لكل مجموعة من مجموعات الموارد المختلفة يصبح بالإمكان توزيعها على مكونات المنتج ، وفي هذا الصدد فان افضل اساس يمكن اعتماده لتوزيع كلفة التشغيل لكل مجموعة هو الوقت اللازم لتنفيذ كل عملية انتاجية انطلاقا من مبدأ ان التقنية المقترحة ما هي الا توسيع في تقنية (TD- ABC) كما ان الوقت يعطي دقة اكثر في التوزيع والاحتساب معاً ، كما انه بإضافة كلفة المواد الى كلفة التشغيل لكل مكون يتم التوصل الى كلفته الكلية .

3. تحديد وتصنيف اداء مكونات المنتج واحتساب كلفته:

يتم في هذه المرحلة تحديد أداء او مهمة كل مكون من مكونات المنتج والتي تتسجم ومتطلبات الزبائن مع تصنيف هذا الاداء الى اداء اساسي وثنائي ، فضلا عن تحديد كلفته التي تمثل كلفه الطريقة التي يتم اختيارها لإنجاز أداء أي مكون من مكونات المنتج ، فاذا كان المكون يقدم مستوى اداء ينفرد فيه عن باقي مكونات المنتج عندها فان كلفة المكون تعكس كلفة الاداء الذي يقدمه اما عند قيام المكون بتقديم مستويات متعددة من الاداء فان كلفته ستقسم بشكل نسبي بين تلك المستويات ، وفي هذا الصدد فان افضل اساس يمكن اعتماده كأساس للتوزيع هو الوقت المستغرق في عملية انجاز اداء أي مكون من مكونات المنتج (Pratistha, 252: 2005, et.al.) (Davis,2003:118) . ويوضح الشكل (3) خطوات تطبيق تقنية الكلفة على اساس الاداء الموجه بالوقت (TD- PBC)

شكل (3) : خطوات تطبيق تقنية (TD- PBC)



المصدر: من اعداد الباحثان

4-3. متطلبات تطبيق تقنية (TD- PBC)

لكي تستطيع تقنية (TD- PBC) ان تساعد الوحدات الاقتصادية التي تطبقها في تحقيق الاهداف التي وضعت لأجلها، يجب ان تتوفر بعض المتطلبات المهمة لأجل انجاح تطبيق التقنية واهم هذه المتطلبات هي:

1- وجود كادر كفوء من الموظفين والعاملين نستطيع الاعتماد عليه في عملية جمع المعلومات وتذليل الصعوبات والمشاكل بالنسبة لربط موجه الكلفة بالمنتجات الفردية وما يتعلق بمكونات المنتج وجمع المعلومات الكمية فيما يتعلق بالطاقة العملية (Windmark, 2018: 4).

2- وجود نظام للمعلومات وقاعدة بيانات يكون بالإمكان الاعتماد عليها في عملية تحديد الموارد واستخداماتها و تحديد الطاقة المستغلة وغير المستغلة ، وفي هذا الصدد ، يرى (الكواز، 2017: 169) ضرورة تكامل تقنية (TD PBC) مع تقنية تخطيط موارد المشروع، اذ تعد تقنية تخطيط موارد المشروع من التقنيات التي تعتمد في تجميع البيانات في قاعدة بيانات واحدة على جميع مستويات الادارة للوحدة الاقتصادية يتم توظيفها بطريقة تساعد في استخدام الموارد كأحسن ما يكون الاستخدام و تحديد الطاقات التي يجب تجهيزها لإدارة هذه الموارد وهكذا يتم التخلي عن مبدأ الاعتماد على التقدير الشخصي بالنسبة لوقت الإنجاز اللازم لكل اداء كذلك تحديد الطاقة غير المستغلة فضلا عن ان التطبيق لهذه التقنية سيساهم بتحديد الأنشطة المتعلقة بكل مجموعة من مجموعات الموارد الضرورية لإنجاز الاداء او المهام الخاصة بأجزاء المنتج .

3- ضرورة دراسة وتحليل ومعرفة متطلبات الزبون التي ينبغي ترجمتها بأداء مكونات المنتج بشكل خاص والمنتج ككل بشكل عام، وفي هذا الشأن يمكن تطبيق تقنية نشر وظيفة الجودة مع تقنية (TD PBC) والتي تعمل على الاستجابة لما يراه الزبون ومحاولة ترجمة متطلباتها الى خصائص هندسية او فنية تحدد في ضوئها ملامح مكونات المنتج وأداء كل مكون (Janice,2001:76).

4- ضرورة بذل الجهود لأجراء عمليات التحسين المستمر على المنتج بما يتضمنه من مكونات تعكس ادائها وبالشكل الذي يعمل على تحسين جودة المنتج وتعزيز الميزة التنافسية .

مما سبق يتضح أن تقنية الكلفة على اساس الاداء الموجه بالوقت تمثل إحدى التقنيات الحديثة لمحاسبة التكاليف والادارية التي جاءت لمساعدة الوحدات الاقتصادية في التصدي للتغيرات التي تشهدها بيئة الأعمال المعاصرة وأهمها المنافسة الشديدة.

4- المبحث الثالث: تحسين قيمة المنتج في ظل تطبيق تقنية الكلفة على اساس الاداء الموجه بالوقت في مصنع الالبسة الجاهزة في النجف الاشرف.

يركز هذا الجانب على تطبيق تقنية الكلفة على اساس الاداء الموجه بالوقت لاحد منتجات المصنع عينة البحث وهو البدلة الرجالية لغرض تحسين قيمة المنتج وذلك وفق الخطوات الاتية :

4-1. تحديد المنتج: تشير الدراسة الميدانية وسجلات المصنع ان منتج البدلة الرجالية هو اكثر المنتجات تأثراً بالتغيرات التي طرأت على المصنع ، لذا سيتم التركيز على هذا المنتج في التطبيق العملي لموضوع البحث لعدة أسباب منها الاهمية التي يحظى بها هذا المنتج بالنسبة للمصنع والزبون على حد سواء ، ارتفاع اسعار البيع للبدلة الرجالية مقارنة بالمنتجات المنافسة الأخرى ، زيادة حدة المنافسة بين هذا المنتج و المنتجات الاجنبية بالإضافة الى احتواء المنتج على عدد كبير من الاجزاء (المكونات)

بمستوياتها الرئيسية والثانوية والتي تعكس اداء اجزاء المنتج وبالنتيجة تعزيز امكانية تطبيق تقنية (TD-PBC) بالشكل الذي يودي الى تحسين قيمة المنتج .

وتمر عملية انتاج البدلة الرجالية في المصنع بعدة مراحل يتم تنفيذها من قبل الشعب الانتاجية على ان يتخلل هذه العملية فحص العمل المنجز من قبل شعب قسم السيطرة النوعية ، ويمكن تقسيم هذه المراحل الى قسمين وهي كالتالي:

1- مراحل انتاج الجاكيت: يتكون انتاج الجاكيت من خمس مقاطع (مراحل) انتاجية وهي كالتالي:

أ- المقطع الاول (تحضيرى): اذ تتم في هذه المرحلة عملية تحضير جهة الصدرين للجاكيت وذلك بعد ان يتم استلام القماش والخيوط الخاصة بهذه العملية والمباشرة بتأشير صدر الجاكيت حسب القالب الذي تم اعداده في شعبة التصميم مع تحضير قنوجة الصدر تمهيدا للبدء بتحضير كل من جيب الصدر وجانب الصدر.

ب- المقطع الثاني (تحضيرى): وتتم في هذه المرحلة عملية تحضير الظهر وياقة الجاكيت والبطانة والردن مع انجاز عمليتي التأشير والكوي أيضا فضلا عن عمليات خياطة الفتحة وقطعتي الظهر مع تحضير الياقة وإنجاز عملية ربط اجزاء البطانة مع بعضها تمهيدا لخياطتها .

ت- المقطع الثالث (تنفيذي): ويتم في هذه المرحلة عملية تجميع الجاكيت بربط كل من جانبي السترة والصدر مع الظهر والبطانة والكتف والياقة وعملية تثبيت جيب الصدر وجانب الصدر وكذلك ربط القنوجة بالصدر فضلا عن خياطة المسطرة².

ث- المقطع الرابع (تنفيذي): ويتم في هذه المرحلة خياطة الردن والبطانة مع بدن الجاكيت فضلا عن ربط الحشوات والكتافية .

ج- المقطع الخامس (الانهاء): يتم في هذه المرحلة خياطة نهايات الجاكيت وفتح بيت أزرار الجاكيت (الدكم) ، وبعد الانتهاء من عملية الخياطة يتم تنظيف الجاكيت من أي خيوط او فضلات من القماش الزائد ومن ثم تتم عملية الكوي و قيام قسم السيطرة النوعية بإجراء عمليات الفحص النهائي ، وفي حال مطابقته للمواصفات المدرجة في امر العمل تتم عملية الختم والتعبئة وانتظار خياطة السروال ليكتمل المنتجين في صورة بدلة رجالية جاهزة للبيع.

والجدير بالذكر انه في نهاية كل مرحلة من المراحل السابقة(مقطع) هنالك نقطة لفحص الجزء الذي ينجز من الجاكيت .

2- مراحل انتاج السروال يشتمل انتاج السروال على خمس مقاطع (مراحل) انتاجية وهي كالاتي:

أ- المقطع الاول (تحضيرى): يتم في هذه المرحلة تحضير صدري السروال وذلك بعد استلام القماش ومستلزمات الخياطة الاخرى اللازمة لإنجاز المرحلة ليتم تأشير القماش وفق القالب المحدد لصدر السروال والكوي وبعض عمليات الخياطة مثل خياطة خام جيب الصدر وخياطة الجيب .

ب- المقطع الثاني (تحضيرى): يتم في هذه المرحلة تحضير ظهر السروال من خلال عملية تأشير القماش المخصص لظهر السروال حسب القالب المحدد و اجراء عملية الكوي فضلا عن خياطته مع الجيب الخلفي وايضا تتم عملية تحضير كمر السروال والحباسية.

² يقصد بها القماش الداخلي الذي يربط مع البطانة .

ت- المقطع الثالث (تنفيذي): يتم في هذه المرحلة انجاز عملية خياطة وربط الجوانب الداخلية والخارجية للسروال باستعمال قطعة خام تعمل على ربط هذه الجوانب مع السرج وصدر السروال وظهره فضلا عن خياطة السحاب وعمليات الكوي.

ث-- المقطع الرابع (تنفيذي): يتم في هذه المرحلة عملية تجميع وخياطة اجزاء السروال كربط الكمر مع بدن السروال وكويه ، ويتم هنا استخدام الحشوات الداخلية للكمر واللاصق والخيوط المختلفة وكذلك ربط المقعد وكويه وتثبيت العلائقة (الجنكال) والحلقة المرتبطة بها وذلك على طرفي السروال .

ج- المقطع الخامس (الانهاء): يتم في هذه المرحلة الخياطة النهائية للسروال ، اذ تتم عملية تقوية الجيوب مع الحباسية و تثبيت الازرار وفتح بيوت الازرار(الدكم) فضلا عن تنظيف السروال وقيام قسم السيطرة النوعية بإجراء عمليات الفحص النهائي عليه ليتسنى ختمه في حال ان نتائج الفحص مطابقة لتصميم الموديل ومن ثم تتم عملية التعبئة والتغليف مع الجاكيت . والجدول (1) يوضح التكلفة وسعر بيع البدلة الرجالية موديل (1126) لسنة 2020 .

جدول (1) التكلفة وسعر البيع للبدلة الرجالية موديل 1126 مع معدل صرف المواد لسنة 2020

ت	اسم المادة	وحدة القياس	معدل الصرف (الكمية)	السعر لوحدة القياس (بالدينار)	التكلفة (بالدينار)
1	القماش	المتر	3.76	7650	28764
2	المستلزمات				
2-1	البطانة (عرض 150)	المتر	1.7	1750	2975
2-2	الاصق الامام	المتر	0.9	3150	2835
2-3	الفتوحة	المتر	0.51	2500	1275
2-4	حشوة لاصقة نسيجية	المتر	0.3	1560	468
2-5	بطانة جيب	المتر	1	1500	1500
2-6	شاش	المتر	0.0133	3000	40
2-7	بريم	المتر	0.08	3000	240
2-8	الحشوة غير اللاصقة غير النسيجية	المتر	0.15	1635	245
2-9	كفة الياقة	المتر	0.10	3500	350
2-10	ازرار(الدكم) حجم 22	عدد	6	100	600
2-11	ازرار(الدكم) حجم 32	عدد	4	200	800
2-12	الخيوط الشفافة	المتر	3	10	30
2-13	الخيوط العادية	المتر	360	0.660	238
2-14	الخيوط الاوفر	المتر	330	0.500	165
2-15	الخيوط الحرير	المتر	50	0.600	30
2-16	خيوط بيت الدكم(الازرار)	المتر	60	0.600	36
2-17	الكتافية	الزوج	1	1000	1000

525	350	1.5	المتر	الشريط داير الجاكييت	2-18
1980	1500	1.32	المتر	الكمر الجاهز	2-19
250	250	1	عدد	السحاب	2-20
150	150	1	عدد	العلاقة (الجنكال)	2-21
360	720	0.5	المتر	ورق حراري	2-22
200	400	0.5	المتر	ورق التأشير	2-23
250	10	25	عدد	شريط مينو	2-24
300	150	2	عدد	علامة الحجم والمصنع	2-25
100	100	1	عدد	كارت الدلالة (الغضائية)	2-26
560	1600	0.35	المتر	لاصق القنوجة	2-27
375	250	1.5	المتر	الشريط الاصق للكمر	2-28
225	150	1.5	المتر	شريط حفرة الردن	2-29
250	250	1	عدد	تعلاقة	2-30
100	100	1	عدد	كيس النايلون	2-31
2400	2400	1	عدد	حقيبة بدلة	2-32
<u>20852</u>				مجموع المستلزمات	
49616				اجمالي تكلفة المواد	
2230				ادوات احتياطية	
<u>13502</u>				تكلفة متغيرة اخرى	
<u>65348</u>				اجمالي التكلفة المتغيرة	
102204				تكلفة العمل	
2009				الاندثار	
<u>1000</u>				تكلفة ثابتة اخرى	
<u>105213</u>				اجمالي التكلفة الثابتة	
170561				تكلفة الصنع	
<u>17056.1</u>				تكلفة تسويقية وادارية (10%)	
187617.1				التكلفة الإجمالية	
<u>18761.71</u>				هامش ربح (10%)	
206379				سعر بيع البدلة الرجالية	

الجدول: من اعداد الباحثان استنادا الى سجلات شعبة التكلفة لسنة 2020 .

مما سبق يتضح للباحثان ان نظام التكلفة في المصنع هو نظام تقليدي لا تتوفر فيه ادنى مقومات نظام التكلفة ، وهناك عدة ملاحظات تم تشخيصها منها ان عملية اعداد قائمة التكاليف لا تتم وفق الاسلوب العلمي المتعارف عليه في اعداد قوائم التكلفة من حيث تبويب التكلفة حسب عناصرها (مواد مباشرة ،اجور مباشرة، وتكلفة صناعية غير مباشرة)، وان الطريقة المتبعة في توزيع التكلفة الصناعية غير المباشرة لا توفر العدالة في عملية التوزيع بالإضافة الى انها تشوه ارقام التكلفة لمركز الإنتاج وتؤثر في قرارات الإدارة فضلا عن الاهمال الكامل لربط التكلفة بالوقت المستغرق لعملية الانتاج اذ يتضح عدم وجود ملامح لتطبيق التقنيات الحديثة لإدارة التكلفة ومنها تقنية الكلفة على اساس الاداء الموجهة بالوقت بهدف تحسين قيمة المنتج .

2-4: تحليل المنتج حسب اجزائه الرئيسية والثانوية واحتساب تكلفتها

تتمثل الخطوة الثانية من مراحل تطبيق تقنية (TD-PBC) في تحليل منتج البدلة الرجالية الى اجزائه الرئيسية والثانوية مع تحديد التكلفة المرتبطة بكل جزء من تلك الاجزاء، فبالنسبة لأجزاء او مكونات البدلة الرئيسية فإنها تتضمن اقمشة، خيوط، حشوات، كتافيه، مستلزمات خياطة، المواد الورقية، ومواد التعبئة والتغليف، كما يمكن تحليل هذه الاجزاء الرئيسية الى مكوناتها الثانوية وكما موضح في الجدول (2).

جدول (2)

تحليل اجزاء البدلة الرئيسية الى مكوناتها الثانوية

ت	اجزاء رئيسية	اجزاء ثانوية		
1	اقمشة	قماش البدلة		
		قماش خام		
		قماش البطانة		
		قماش كفة الياقة		
2	الخيوط	الخيوط الشفافة		
		الخيوط العادية		
		خيوط الاوفر		
		خيوط بيت الازرار		
		خيوط الحرير		
3	الحشوات	اللاصقة النسيجية		
		اللاصق الورقي	اللاصقة غير النسيجية	
		الكمر الجاهز		
		الاشرطة		
		القنوجة	النسيجية	الحشوة غير اللاصقة
		البريم	غير النسيجية	
الشاش				
4	الكتافية			
5	مستلزمات الخياطة	الازرار		
		العلاقة (الجنكال)		
		السحاب		
		علامة الحجم		
		علامة العناية		
6	مواد ورقية	ورق حراري حساس		
		ورق التأشير		
		الكيس	مواد التعبئة والتغليف	

		الحقيقية		7
		التعلّاقة		

الجدول: من اعداد الباحثان بالاعتماد على معلومات قسم البرمجة.

بعد تحليل اجزاء البدلة الرئيسية الى اجزائها (مكوناتها) الثانوية يتم تحديد التكلفة لهذه الاجزاء على ان تتم عملية تحديد التكلفة لكل جزء من الاجزاء الثانوية اولا ليمثل المجموع تكلفة الاجزاء الرئيسية الذي ترجع اليه الاجزاء الثانوية. وبما ان اجزاء البدلة الرجالية منتشرة على جميع مستويات المراحل التي تنفذ من قبل الاقسام الانتاجية في المصنع، فان هذا يعني انه بالإمكان تحديد تكلفتها من المواد وكما موضح سابقا اما عن بقية فقرات التكلفة (الاجور و ت. ص. غ. م.) والتي هي تشغيلية فيتم تحميلها على كل جزء من اجزاء البدلة وفق الخطوات التالية:

أ. تحديد تكلفة وحدة الوقت: يتم تحديد تكلفة وحدة الوقت حسب الخطوات الآتية:

اولا- تحديد مجموعات الموارد المختلفة

تمثل مجموعات الموارد المختلفة في كافة شعب واقسام المصنع ذات العلاقة بإنتاج البدلة الرجالية، وقد تم التطرق اليها في المبحث الاول من هذا الفصل.

ثانيا- تحديد اجمالي التكلفة لكل مجموعة موارد

تتمثل التكلفة الاجمالية لكل مجموعة من مجموعات الموارد للشعب والاقسام ذات الصلة بإنتاج البدلة الرجالية في المصنع في كل من عناصر التكلفة المباشرة و التكلفة غير المباشرة المقابلة لأداء الانشطة التي يمارسها كافة الافراد الذين يساهمون في انتاج البدلة الرجالية لكل مجموعة وكما هو موضح في الجداول (3)، (4)، (5) ، اذ تتمثل التكلفة المباشرة برواتب الافراد العاملين في المصنع ، اما التكلفة غير المباشرة فتتضمن جميع عناصر التكلفة الصناعية التي يعكسها واقع نظام التكلفة المطبق في المصنع عدا تكلفة المواد المباشرة و تكلفة العمل المباشر .

ثالثا- تحديد الطاقة العملية لكل مجموعة موارد

تتم في هذه الخطوة عملية الاحتساب للطاقة العملية المتمثلة في ساعات العمل اللازمة لكل مجموعة من مجموعات الموارد ، وقد تم الاعتماد على نسبة 80% من الطاقة النظرية كطاقة عملية مع ملاحظة ان المصنع لم يصل في عمله الى مثل هذه النسبة ، وعليه فان هذه النسبة هي جزء من الاجراءات التي يجب اتباعها للتحويل من ما هو كائن فعلاً الى ما يجب ان يكون عليه المصنع ، فضلا عن ان المقابلات التي اجرتها الباحثة مع المختصين في قسم انتاج البدلة الرجالية من المهندسين تؤكد على امكانية الوصول الى المستوى المطلوب من الطاقة اذا ما تم تطبيق تقنيات ادارة التكلفة الاستراتيجية ومنها التقنية التي يطرحها هذا المبحث.

رابعا- تحديد تكلفة وحدة الوقت لكل مجموعة موارد

يتم في هذه الخطوة تحديد التكلفة لوحدة الوقت لكل شعبة او قسم ذات الصلة بإنتاج البدلة الرجالية للمصنع وذلك بقسمة اجمالي التكلفة المباشرة او التكلفة غير المباشرة التي تقابل اداء الانشطة التي يمارسها كافة الافراد الذين يساهمون في انتاج البدلة الرجالية على ساعات العمل (الطاقة العملية) اللازمة لكل شعبة او قسم وكالاتي:

1- تحديد تكلفة وحدة الوقت للأقسام ذات العلاقة بإنتاج الجاكيت

ان نتائج احتساب التكلفة لوحدة الوقت والممثلة بالدقيقة الواحدة للشعب ذات الصلة بإنتاج الجاكيت يوضحها

الجدول (3).

التكلفة للدقيقة الواحدة	التكلفة الشهرية غير المباشرة	التكلفة للدقيقة الواحدة	التكلفة الشهرية المباشرة للعامل	التكلفة للدقيقة الواحدة	التكلفة الشهرية المباشرة لمسؤول الشعب	الشعب
94.320	8366587.5	88.7675	656170	196.9696	1456000	تحضير جهة الصدرين والقنوجة (12 عامل)
77.5915	8029797.5	100.0669	739695	228.3279	1687800	تحضير الظهر وياقة الجاكيت والبطانة والردن (14 عامل)
90.373	10020583.33	122.7299	907220	245.833	1817200	تجميع الجاكيت الصدر مع الظهر وربط الياقة (15 عامل)
69.633	5147305.83	95.5248	706120	166.757	1232670	خياطة وربط الردن والبطانة مع بدن الجاكيت (10)
91.022	6728366.66	89.548	661940	112.8476	834170	خياطة نهايات الجاكيت والريافة والتنظيف والتعبئة (10)

الجدول : من اعداد الباحثان استنادا الى السجلات الخاصة بتكاليف المصنع.

يلاحظ من الجدول اعلاه ان عملية احتساب التكلفة للدقيقة الواحدة قد تمت بقسمة التكلفة الشهرية المباشرة (لمسؤولي الشعب او للعاملين فيها) او التكلفة غير المباشرة على الطاقة العملية والتي يتم احتسابها كالآتي:

✓ - فيما يتعلق بالتكلفة المباشرة بالنسبة لمسؤول الشعب او للعامل الواحد:

$$\text{"الطاقة العملية"} = (7 \text{ ساعات}^3 \text{ عمل لليوم الواحد} \times 22 \text{ يوم عمل للشهر عدا العطل} \times 60 \text{ دقيقة / ساعة}) \times 80\% = 7392 \text{ دقيقة}$$

✓ - اما فيما يتعلق بالتكلفة غير المباشرة فالطاقة العملية يتم احتسابها كالآتي:

$$\text{"الطاقة العملية"} = (7 \text{ ساعات عمل لليوم الواحد} \times 22 \text{ يوم للشهر} \times \text{عدد العمال في الشعب} \times 60 \text{ دقيقة / ساعة}) \times 12 \text{ شهر} \times 80\%$$

ويوضح الاحتساب ادناه عملية استخراج التكلفة للدقيقة الواحدة الظاهرة في الجدول (6) لشعبة تحضير الصدرين:

✓ - التكلفة للدقيقة الواحدة (لمسؤول الشعب) = التكلفة السنوية المباشرة لمسؤول الشعب ÷ الطاقة العملية

$$= 1456000 \text{ دينار} \div 7392 \text{ دقيقة}$$

$$= 196.9696 \text{ دينار/دقيقة}$$

³ يمثل هذا الرقم ساعات العمل الفعلية لليوم الواحد وهي مساوية لساعات العمل المخططة وذلك حسب المقابلة مع مهندسي الإنتاج في المصنع

✓ - التكلفة للدقيقة الواحدة (للعامل الواحد) = التكلفة السنوية المباشرة للعامل ÷ الطاقة العملية

$$= 656170 \text{ دينار} \div 7392 \text{ دقيقة}$$

$$= 88.7675 \text{ د/دقيقة}$$

✓ - التكلفة غير المباشرة للدقيقة الواحدة = التكلفة السنوية غير المباشرة ÷ الطاقة العملية

$$= 8366587.5 \text{ دينار} \div 88704 \text{ دقيقة}^4$$

$$= 94.320 \text{ د/دقيقة}$$

2- تحديد تكلفة وحدة الوقت للشعب ذات الصلة بإنتاج السروال

ان نتائج عملية احتساب التكلفة لوحدة الوقت ممثلة بالدقيقة الواحدة للشعب ذات الصلة بإنتاج السروال يوضحها

الجدول (4).

جدول (4)

تكلفة وحدة الوقت (بالدقيقة) للشعب ذات الصلة بإنتاج السروال لعام 2020

تكلفة الدقيقة الواحدة	التكلفة الشهرية غير المباشرة	تكلفة الدقيقة الواحدة	التكلفة الشهرية المباشرة للعامل	تكلفة الدقيقة الواحدة	التكلفة الشهرية المباشرة لمسؤولي الشعب	الشعبة
89.476	6614048.97	96.250	711482	124.834	922775	تحضير صدري السروال (10 عامل)
83.843	6197639.65	93.989	674769	94.6655	707160	تحضير ظهر السروال (10 عامل)
83.491	96277860	109.063	806195	139.0029	1027510	تجميع السروال وخياطة وربط جوانب السروال (13 عامل)
62.581	5551207.13	95.892	708830	119.831	885790	ربط وخياطة الكمر والمقعد مع بدن السروال (12 عامل)
77.382	5720089.5	95.317	704580	167.235	1236200	خياطة نهايات السروال والتقوية والتنظيف والتعبئة (10 عامل)

المصدر : من اعداد الباحثة بالاعتماد على السجلات الخاصة بتكاليف المصنع.

3- تحديد تكلفة وحدة الوقت ذات الصلة بمراكز التكلفة (الخدمية والادارية)

ان نتائج احتساب تكلفة وحدة الوقت ممثلة بالدقيقة الواحدة ذات الصلة بمراكز التكلفة (الخدمية والادارية) يوضحها

الجدول (5).

⁴ (7ساعات عمل في اليوم x 22 يوم في الشهر x 12 عامل x 60 دقيقة /ساعة) x 80%

تكلفة وحدة الوقت (بالدقيقة الواحدة) ذات الصلة بمراكز التكلفة (الخدمية والادارية) لعام 2020

مراكز التكلفة	التكلفة الاجمالية (1)	الساعات السنوية للعمل (2)	عدد الدقائق السنوية للعمل (3)	الطاقة العملية 80% (4)	التكلفة للدقيقة الواحدة (4÷1)5
شؤون فنية (60 عامل)	420070270	110880	6652800	5322240	78.927
سيطرة نوعية (15 عامل)	94703318	27720	1663200	1330560	71.176
نقل (10 عامل)	69500625	18480	1108800	887040	78.351
مخازن (15 عامل)	100600915	27720	1663200	1330560	608.75
صيانة (12 عامل)	78186000	22176	1330560	1064448	73.452
الادارة (50 عامل)	326807725	92400	5544000	4435200	73.685

الجدول : من اعداد الباحثان بالاعتماد على سجلات تكاليف المصنع.

خامساً- تحديد وتجميع الانشطة ووقت اداء احداثها⁵

من خلال الدراسة الميدانية للباحثان في مصنع الالبسة الرجالية في النجف تم تحديد الانشطة التي تنفذ من قبل الشعب والاقسام ذات الصلة بإنتاج البدلة الرجالية بشقيها الجاكيت والسرورال مع تحديد وقت التنفيذ لهذه الانشطة والجهة المسؤولة عن كل حدث من الاحداث ومحاولة تجميعها في مجموعات للتكلفة.

وتجدر الاشارة انه من خلال معلومات الوقت التي تم تحديدها حسب مقدار الاوقات الزمنية اللازمة لما يسمى بموجهات الوقت يمكن تطبيق معادلة الوقت التي تم توضيحها في المبحث الثاني للأنشطة ذات الصلة بكل شعبة من الشعب تمهيداً لإعداد تكلفة التشغيل ، ويمكن عرض معادلة الوقت لشعبة خياطة صدري الجاكيت كالآتي :

الوقت اللازم لأداء شعبة تحضير صدري الجاكيت والقنوجة بالدقائق = 33.39⁶ + 1.9 (طلب المواد واستلام امر العمل) + 0.8 (التخطيط والتصميم والتقييم للقالب+ الاعداد لأمر العمل) + 0.5 (توقيع المستند) + 1.15 (الفحص للعمل المنجز) + 1.3 (الصيانة) + 0.5 (تحويل العمل المنجز الى شعبة تجميع الجاكيت) .

ويمكن بالطريقة نفسها اعداد معادلة الوقت للشعب الأخرى.

ويمكن بالطريقة نفسها اعداد معادلة الوقت للشعب الأخرى.

سادساً- ضرب التكلفة لوحدة الوقت لكل مجموعة موارد في وقت حدث النشاط

يتم في هذه الخطوة ضرب التكلفة لوحدة الوقت ممثلة بالدقيقة لكل مجموعة موارد والموضحة في الجداول (3-4-5) في وقت الحدث لكل نشاط والذي تم احتسابه في المعادلة الواردة في الفقرة خامساً (معادلة الوقت) ليتم الحصول

⁵ لا يتسع البحث لإرفاق الملاحق ذات العلاقة بهذه الخطوة ولكل شعبة من الشعب.

⁶ يمثل مجموع الوقت الذي يؤديه العاملين في شعبة تحضير صدري الجاكيت والقنوجة والتي تشمل (استلام ونقل مواد اولية + خياطة وكوي)

على تكلفة التشغيل (تكلفة العمل و ت . ص . غ . م .) لكل شعبة من الشعب ذات الصلة بإنتاج البدلة الرجالية وكالاتي:

أ- شعبة تحضير صدري الجاكيت : يوضح الجدول (6) النتائج لعملية احتساب تكلفة التشغيل لشعبة تحضير صدري الجاكيت.

جدول (6)

تكلفة التشغيل ذات الصلة بشعبة تحضير صدري الجاكيت

ت	النشاط	وقت حدث النشاط (الدقيقة)(1)	التكلفة لوحدة الوقت (د / الدقيقة) (2)	تكلفة التشغيل (2 × 1)
1	الاستلام والنقل للمواد الأولية + الخياطة	33.39	⁷ 183.0875	6113.2916
2	الاستلام لأمر العمل وطلب المواد	1.9	⁸ 291.2896	553.4502
3	التخطيط والتصميم وتقييم القالب + الاعداد لأمر العمل	0.8	78.927	63.1416
4	التوقيع للمستند	0.5	608.75	37.804
5	الفحص للعمل المنجز	1.15	71.176	81.8524
6	الصيانة	1.3	73.452	95.4876
7	التحويل للعمل المنجز الى شعبة تجميع الجاكيت	0.5	78.351	39.1755
	المجموع			6984.2029

الجدول: من اعداد الباحثان بالاعتماد على الجدولين (3) و (5).

و بالطريقة نفسها يجري احتساب تكلفة التشغيل للشعب الاخرى ليتم الحصول على النتائج الاتية :

ب- تكلفة التشغيل لشعبة تحضير الظهر وياقة وبطانة الجاكيت = 11776.6025

ت- تكلفة التشغيل لشعبة تجميع الجاكيت = 7782.2297

ث- تكلفة التشغيل لشعبة خياطة وربط الرदन والبطانة = 5283.0736

ج- تكلفة التشغيل لشعبة الخياطة النهائية والريافة والتعبئة = 8646. 6597

ح- تكلفة التشغيل لشعبة تحضير صدري السروال = 7758.9999

د- تكلفة التشغيل لشعبة تحضير ظهر السروال = 6194. 6395 دينار

هـ- تكلفة التشغيل لشعبة تجميع السروال وخياطة جوانبه = 3761. 3629

و- تكلفة التشغيل لشعبة ربط وخياطة الكمر والمقعد للسروال = 7930. 5784

ي- تكلفة التشغيل لشعبة خياطة نهايات السروال والتقوية = 3195. 9346

سابعاً- احتساب التكلفة لأجزاء المنتج (مكونات البدلة الرجالية)

بعد تحديد تكلفة التشغيل للشعب الانتاجية يتم توزيعها على الاجزاء المكونة للبدلة ، وقد اعتمد الباحثان على

وقت تنفيذ العملية الانتاجية في كل شعبة من الشعب الانتاجية كأساس للتوزيع ، مع الاشارة ان عملية توزيع الوقت يتم

⁷ تمثل تكلفة الدقيقة المباشرة وغير المباشرة للعامل (94.320+88.7675) بموجب الجدول (3)

⁸ تمثل تكلفة الدقيقة المباشرة وغير المباشرة لمسؤول الشعبة (94.320+196.9696) بموجب الجدول (3)

Warith Scientific Journal

في مرحلتين ، المرحلة الاولى وتم بناء على رأي المهندسين في الشعب الانتاجية لتحديد حصة اجزاء البدلة من الوقت المصروف فعلا في عملية الخياطة، اما المرحلة الثانية فيتم فيها توزيع الوقت المتبقي والمطلوب لإتمام او انجاز العملية الانتاجية والمتمثل في وقت الخياطة على حصة كل مكون من وقت الخياطة على اعتبار ان هذا الوقت مدفوع عنه تكلفة وهو ضروري لدعم العملية الانتاجية. والجدول (7) يوضح عملية تحليل الوقت على اجزاء البدلة الرجالية حسب علاقتها بالشعب التي تساهم في تشغيل هذه الاجزاء .

الجدول (7)

الوقت المنجز لإنتاج البدلة الرجالية (بالدقائق)

المجموع	الشعب ذات العلاقة بإنتاج السروال					الشعب ذات العلاقة بإنتاج الجاكيت					مكونات البدلة، الرجالية
	خياطة نهايات السروال التقوية والتنظيف والتعبئة	ربط وخياطة الكمر والمقعد مع بدن السروال	تجميع السروال وربط جوانب السروال	تحضير ظهر السروال	تحضير صدر السروال	خياطة نهايات الجاكيت والريافة والتنظيف والتعبئة	خياطة وربط الرदन والبطانة مع البدن للجاكيت	تجميع وربط الياقة	تحضير ظهر وياقة الجاكيت والبطانة والرदन	تحضير صدر الجاكيت وربط الفتوحة	
الإقمشة :											
59.24		6.55		4.08	14.4		3.66		23.37	7.18	قماش البدلة
6.65									6.65		قماش خام
9.75					4.9				4.85		بطانة جيب
6.25							6.25				كفة ياقة
81.89		6.55		4.08	19.3		3.66	6.25	34.87	7.18	المجموع
الخيوط											
61.53	7.8	10.5	1.6	3.8	3.05	20.55	7.34	2.8	0.85	3.24	شفافة
98.74	11.2	17.2	5.9	6.25	6.15	6.72	19.2	8.2	10.8	7.12	عادية
10.12				3.32	2.25	2.45	0.5			1.6	اوفر
8.3			1.15		4.2					2.95	بيت الازرار
4.04			1.82		1.5					0.72	حرير
182.73	19	27.7	10.47	13.37	17.15	29.72	27.04	11	11.65	15.63	المجموع
الحشوات :											
اللاصقة:											
52		8.2	2.5	6.2	1.5	6.08	3.32	8.06	10.24	5.9	النسيجية
غير النسيجية :											
1.55										1.55	لاصق ورقي
9.12		9.12									كمر جاهز
20.2				5.02		10	1.3		3	0.7	اشرطة
غير اللاصقة :											

9.45							1.4			8.05	النسيجية (فتوحة)
											غير النسيجية :
1.55										1.55	البريم
0.35										0.35	الشاش
<u>94.04</u>		<u>17.32</u>	<u>2.5</u>	<u>11.22</u>	<u>1.5</u>	<u>16.08</u>	<u>6.02</u>	<u>8.06</u>	<u>15.14</u>	<u>16.2</u>	المجموع
4.02						4.02					الكثافية
											مستلزمات : خياطة :
3.55		1.45				2.1					أزرار
6.05		6.05									علاقة (جنكال)
3.7			3.7								سحاب
1.56									1.56		علامة الحجم
<u>3.06</u>						<u>3.06</u>					علامة العناية
<u>17.92</u>		<u>7.5</u>	<u>3.7</u>			<u>5.16</u>			<u>1.56</u>		المجموع
											مواد ورقية:
27.16			4.56	3.6	2.1		4.8		7.25	4.85	ورق حراري حساس
23.33			2.7	2.25	1.82		6.45		7.9	2.21	ورق تاشير
<u>50.49</u>			<u>7.26</u>	<u>5.85</u>	<u>3.92</u>		<u>11.25</u>		<u>15.15</u>	<u>7.06</u>	المجموع
											مواد التعبئة : والتغليف :
0.6						0.6					كيس
0.62						0.62					حقيبة
2.7	2.7										تعلاقة
<u>3.92</u>	<u>2.7</u>					<u>1.22</u>					المجموع
<u>435.01</u>	<u>21.7</u>	<u>59.07</u>	<u>23.93</u>	<u>34.52</u>	<u>41.87</u>	<u>56.2</u>	<u>47.97</u>	<u>25.31</u>	<u>78.37</u>	<u>46.07</u>	الاجمالي

الجدول : من اعداد الباحثان استنادا الى اجوبة العاملين ومسولي الشعب.

وعليه ، وبالاعتماد على الوقت المنجز لإنتاج البدلة الرجالية والموضح في الجدول (7) يمكن تحديد نصيب كل جزء من تكلفة التشغيل وكما موضح في الجدول (8) .

جدول(8)

تكلفة التشغيل ذات العلاقة بإنتاج البدلة الرجالية

المجموع	الشعب ذات العلاقة بإنتاج السروال					الشعب ذات العلاقة بإنتاج الجاكيت					مكونات البدلة الرجالية
	خياطة نهايات	ربط وخياطة	تجميع السروال	تحضير ظهر	تحضير صدر	خياطة نهايات	خياطة وربط	تجميع الجاكيت	تحضير ظهر وياقة	تحضير صدر	

	السروال والتقوية والتنظيف والتعينة	الكمز والمقعد مع بدن السروال	وخياطة وربط جوانب السروال	السروال	السروال	الجاكيت والريافة والتنظيف والتعينة	الردن والبطانة مع البدن للجاكيت		الجاكيت والبطانة والردن	الجاكيت وربط الفتوحة	
											الإقمشة :
9024.01 84		879.38 53		732.15 90	2668.4 881		403.08 63		3252.41 31	1088.48 66	قماش البدلة
925.483 4									925.483 4		قماش خام
1583.00 38					908.02 72				674.976 6		بطانة جيب
869.815 3									869.815 3		كفة ياقة
12402.3 209		879.38 53		732.15 90	3576.5 153		403.08 63		5722.68 84	1088.48 66	المجموع
											الخيوط
9779.89 665	1148 7691	1409.7 016	251.49 10	681.91 28	565.20 06	3161.72 34	808.37 52	1143.2 447	118.294 9	491.183 35	شفافة
16226.3 0989	1649.51 46	2309.2 255	927.37 32	1121.5 671	1139.6 668	1033.90 67	2114.5 511	3348.0 736	1503.04 07	1079.39 059	عادية
1687.29 898				595.77 65	416.95 13	376.945 1	55.066 4			242.559 68	اوفر
1406.28 772			180.75 92		778.30 91					447.219 42	بيت الازرار
673.190 46			286.07 11		277.96 75					109.151 86	حرير
29772.9 837	2798.28 37	3718.9 271	1645.6 945	2399.2 564	3178.0 953	4572.57 52	2977.9 927	4491.3 183	1621.33 56	2369.50 49	المجموع
											الحشوات :
											اللاصقة:
9795.96 26		1100.9 098	392.95 48	1112.5 946	277.96 75	935.439 3	365.64 11	3290.9 114	1425.10 53	894.438 8	النسيجية
											غير النسيجية :
234.979 7										234.979 7	لاصق ورقي
1224.42 65		1224.4 265									كمر جاهز
3106.19 82				900.84 27		1538.55 16	143.17 27		417.511 3	106.119 9	اشرطة
											غير اللاصقة :
1374.56 44							154.18 60			1220.37 84	النسيجية (قنوجة)
											غير النسيجية :
215.714									215.714		البريم

2									2		
48.7096									48.7096		الشاش
<u>16000.5</u>		<u>2325.3</u>	<u>392.95</u>	<u>2013.4</u>	<u>277.96</u>	<u>2473.99</u>	<u>662.99</u>	<u>3290.9</u>	<u>2107.04</u>	<u>2455.91</u>	المجموع
<u>552</u>		<u>363</u>	<u>48</u>	<u>373</u>	<u>75</u>	<u>09</u>	<u>98</u>	<u>114</u>	<u>04</u>	<u>68</u>	
618.497						618.497					الكتافية
7						7					
مستلزمات خياطة :											
517.768		194.67				323.095					ازرار
9		31				8					
812.256		812.25									علآقة (جنكال)
6		66									
581.573			581.57								سحاب
0			30								
217.105									217.105		علامة الحجم
9									9		
<u>470.796</u>						<u>470.796</u>					علامة العناية
<u>8</u>						<u>8</u>					
<u>2599.50</u>		<u>1006.9</u>	<u>581.57</u>			<u>793.892</u>			<u>217.105</u>		المجموع
<u>12</u>		<u>297</u>	<u>30</u>			<u>6</u>			<u>9</u>		
مواد ورقية:											
4024.80			716.74	646.02	389.15		528.63	1008.98	735.259		ورق حراري
924			95	27	45		78	57	04		حساس
3310.26			424.39	403.76	337.26		710.35	1099.44	335.035		ورق تاثير
156			11	41	73		70	65	56		
<u>7335.07</u>			<u>1141.1</u>	<u>1049.7</u>	<u>726.42</u>		<u>1238.9</u>	<u>2108.43</u>	<u>1070.29</u>		المجموع
<u>08</u>			<u>406</u>	<u>868</u>	<u>18</u>		<u>948</u>	<u>22</u>	<u>46</u>		
مواد التعبئة والتغليف :											
92.3131						92.3131					كيس
95.3902						95.3902					حقيبة
397.650	397.650										تعلاقة
9	9										
<u>585.354</u>	<u>397.650</u>					<u>187.703</u>					المجموع
<u>2</u>	<u>9</u>					<u>3</u>					
<u>69314.2</u>	<u>3195.</u>	<u>7930.</u>	<u>3761.</u>	<u>6194.</u>	<u>7758.9</u>	<u>8646.</u>	<u>5283.0</u>	<u>7782.2</u>	<u>11776.6</u>	<u>6984.20</u>	الإجمالي
<u>837</u>	<u>9346</u>	<u>5784</u>	<u>3629</u>	<u>6395</u>	<u>999</u>	<u>6597</u>	<u>736</u>	<u>297</u>	<u>025</u>	<u>29</u>	

المصدر: من اعداد الباحثان بالاعتماد على الجدول (7).

بعد احتساب كلفة التشغيل لكل شعبة من الشُعَب ذات العلاقة بإنتاج مكونات البدلة الرجالية، يتم احتساب الكلفة الكلية للبدلة من خلال المعلومات التي يتم الحصول عليها من مجموعات الموارد المختلفة وذلك بإضافة كلفة المواد الداخلة في انتاج البدلة الى كلفة التشغيل لاستخراج كلفة الصنع ، وبإضافة الكلف التسويقية والادارية نحصل على الكلفة الكلية لمكونات منتج البدلة الرجالية وكما في الجدول (9) .

(5) المجموع (4+3)	(4) تكلفة تسويقية وإدارية (10%)	(3) تكلفة الصنع (2+1)	(2) تكلفة التشغيل	(1) تكلفة المواد	الأجزاء
					<u>الإقمشة :</u>
41566.82024	3778.80184	37788.0184	9024.0184	28764	قماش البدلة
4290.53174	390.04834	3900.4834	925.4834	2975	قماش خام
3391.30418	308.30038	3083.0038	1583.0038	1500	بطانة جيب
1341.79683	121.98153	1219.8153	869.8153	350	كفة ياقة
<u>50590.45299</u>	<u>4599.13209</u>	<u>45991.3209</u>	<u>12402.3209</u>	<u>33589</u>	المجموع
					<u>الخيوط :</u>
10790.886315	980.989665	9809.89665	9779.89665	30	الشفافة
18110.740879	1646.430989	16464.30989	16226.30989	238	العادية
2037.528878	185.229898	1852.29898	1687.29898	165	الأوفر
1586.516492	144.228772	1442.28772	1406.28772	36	بيت الأزرار
773.509506	70.319046	703.19046	673.19046	30	الحرير
<u>33299.18207</u>	<u>3027.19837</u>	<u>30271.9837</u>	<u>29772.9837</u>	<u>499</u>	المجموع
					<u>الحشوات :</u>
					<u>اللاصقة:</u>
14408.85886	1309.89626	13098.9626	9795.9626	3303	نسيجية
					<u>غير النسيجية :</u>
670.97767	60.99797	609.9797	234.9797	375	لاصق ورقي
3524.86915	320.44265	3204.4265	1224.4265	1980	كمر جاهز
4786.31802	435.11982	4351.1982	3106.1982	1245	أشرطة
					<u>غير لاصقة :</u>
3530.52084	320.95644	3209.5644	1374.5644	1835	نسيجية (قنوجة)
					<u>غير نسيجية :</u>
501.28562	45.57142	455.7142	215.7142	240	بريم
97.58056	8.87096	88.7096	48.7096	40	شاش
<u>27520.41072</u>	<u>2501.85552</u>	<u>25018.5552</u>	<u>16000.5552</u>	<u>9018</u>	المجموع
<u>1780.34747</u>	<u>161.84977</u>	<u>1618.4977</u>	<u>618.4977</u>	<u>1000</u>	الكتافية
					<u>مستلزمات الخياطة :</u>

2109.54579	191.77689	1917.7689	517.7689	1400	الازرار
1058.48226	96.22566	962.2566	812.2566	150	العلاقة(الجنكال)
914.7303	83.1573	831.573	581.573	250	سحاب
568.81649	51.71059	517.1059	217.1059	300	علامة الحجم
627.87648	57.07968	570.7968	470.7968	100	علامة العناية
<u>5279.45132</u>	<u>479.95012</u>	<u>4799.5012</u>	<u>2599.5012</u>	<u>2200</u>	المجموع
					<u>المواد الورقية :</u>
4823.290164	438.480924	4384.80924	4024.80924	360	الورق الحراري الحساس
3861.287716	351.026156	3510.26156	3310.26156	200	ورق التأشير
<u>8684.57788</u>	<u>789.50708</u>	<u>7895.0708</u>	<u>7335.0708</u>	<u>560</u>	المجموع
					<u>مواد تعبئة وتغليف :</u>
211.54441	19.23131	192.3131	92.3131	100	كيس
2744.92922	249.53902	2495.3902	95.3902	2400	حقيبة
712.41599	64.76509	647.6509	397.6509	250	تعلاقة
<u>3668.88962</u>	<u>333.53542</u>	<u>3335.3542</u>	<u>585.3542</u>	<u>2750</u>	المجموع
<u>130823.312</u>	<u>11893.02837</u>	<u>118930.2837</u>	<u>69314.2837</u>	<u>49616</u>	الإجمالي

الجدول : من اعداد الباحثان بالاعتماد على الجدول (8).

نلاحظ من الجدول اعلاه ان التكلفة الكلية للبدلة الرجالية في المصنع عينة البحث قد اصبحت (130823.312) دينار وذلك حسب تطبيق تقنية (TD-PBC) ، بينما يشير واقع نظام التكلفة المطبق في المصنع ان التكلفة الكلية للبدلة تبلغ (187617.1) دينار أي ان هنالك انخفاض في التكلفة بمقدار (56793.788) دينار، وعليه تتضح الاهمية والدور الذي تقدمه التقنية أعلاه والتي لا تنحصر فقط في تقليل التكلفة وانما ايضا زيادة المقدرة على ادارة التكلفة وبالنتيجة العمل على تحسين قيمة منتجاتها عن طريق تحديد الانشطة ذات العلاقة بإنتاج المنتج واحتساب تكلفتها باستخدام الوقت كموجه للتكلفة ومن ثم اظهار الامكانية في ربط هذه التكلفة بالأجزاء المكونة للمنتج ، وبالرغم من الدور المهم لتقنية (TD-PBC) فهناك حاجة لاستكمال هذا الدور والنزول بعملية التحليل لتكلفة المنتج الى مستوى اداء الأجزاء المكونة لمنتج البدلة الرجالية حيث ان هذا المستوى اكثر اهمية وارتباطا بحاجات ومتطلبات الزبون ، فضلاً عن ان ربط اجزاء المنتج بأدائها هي عملية تعزز وتزيد اثر تحسين قيمة المنتج بطريقة افضل مما لو تم التركيز على المنتج وفق الصورة الاجمالية وايضا فان هذا يعطي مؤشر مهم لمهندسي الانتاج لدعم عملية وضع تصميم ينسجم فيه اداء المنتج وفق احتياجات ومتطلبات الزبون كما و يساعد في التعرف على مستويات اداء الاجزاء المكونة للبدلة من حيث انها تضيف قيمة او لا تضيف قيمة.

3-4: تحديد اداء الاجزاء المكونة لمنتج البدلة الرجالية وتصنيفها واحتساب تكلفة الأداء:

استناداً الى آراء المهندسين المختصين في انتاج البدلة الرجالية في المصنع والمعاشية الميدانية للباحثان فانه يمكن تصنيف الاجزاء المكونة للبدلة من حيث اداءها وسواء كان هذا الأداء رئيسي او ثانوي ويتم احتساب تكلفة الاداء الرئيس والثانوي ذات الصلة بكل جزء من اجزاء منتج البدلة الرجالية ، الامر الذي يستلزم في هذه الحالة

Warith Scientific Journal

تحديد نسبة إفادة كل أداء لأي جزء من أجزاء المنتج . وتجدر الإشارة ان نسب الافادة قد تم تحديدها استناداً الى آراء بعض المهندسين العاملين في شعب انتاج البدلة الرجالية في المعمل فضلا عن مهندسي شعب التكنولوجيا والبرمجة والتحضيرات مع ملاحظة ان المعيار الذي اعتمد في تحديد نسب الافادة هو الوقت المنجز لتشغيل أجزاء المنتج والحصول على الأداء المطلوب لكل جزء مع اعطاء الحصة الاكبر من الوقت للأداء الرئيس للأجزاء المكونة للبدلة وكما هو موضح في الجدول (10) .

جدول (10)

احتساب التكلفة ذات العلاقة بأداء الاجزاء المكونة للبدلة الرجالية استناداً الى نسب إفادتها من وقت التشغيل مع تحديد اداء الاجزاء وتصنيفها.

الاجزاء	تكلفة الاجزاء	الاداء	التصنيف	نسبة الافادة	تكلفة الاداء
الاقمشة:					
قماش البدلة	41566.82024	المادة الاساسية في انتاج البدلة	رئيسي	80%	33253.456192
		اضفاء الجمالية والاناقة على البدلة	ثانوي	20%	8313.364048
القماش الخام	4290.53174	المساهمة في خياطة جيوب البدلة	ثانوي	100%	4290.53174
قماش البطانة	3391.30418	عدم اظهار الاجزاء الداخلية للبدلة	رئيسي	60%	2034.782508
		عدم اظهار مناطق خياطة الاجزاء	ثانوي	40%	1356.521672
كفة الياقة	1341.79683	لف الياقة الى الوراء	رئيسي	100%	1341.79683
المجموع	50590.45299				50590.45299
الخيوط :					
الشفافة	10790.886315	ربط المناطق الخارجية للبدلة	رئيسي	70%	7553.6204205
		عدم التفريق بالألوان	ثانوي	30%	3237.2658945
العادية	18110.740879	ربط الاجزاء المختلفة في البدلة	رئيسي	100%	18110.740879
الاوfer	2037.528878	منع التهزيع في خيوط البدلة	ثانوي	100%	2037.528878
بيت الازرار	1586.516492	المحافظة على الشكل النهائي لفتحات الازرار	رئيسي	100%	1586.516492
الحرير	773.509506	تثبيت جيب الصدر وتطريزه	ثانوي	100%	773.509506
المجموع	33299.18207				33299.18207
الحشوات :					
اللاصقة : النسيجية	14408.85886	اضافة السمك لقماس الصدر	ثانوي	100%	14408.85886
غير النسيجية:					
اللاصق الورقي	670.97767	اضافة السمك لأغطية الجيوب والمناطق التي يفتح فيها بيوت الازرار	ثانوي	100%	670.97767
الكمز الجاهز	3524.86915	عدم التفاف السروال بسبب السحب	رئيسي	100%	3524.86915
الاشرطة	4786.31802	دعم حافات البدلة التي يراد فيها الالتفاف	ثانوي	100%	4786.31802
غير اللاصقة :					
النسيجية) قنوجة)	3530.52084	دعم منطقة صدر الجاكيت	رئيسي	100%	3530.52084
غير النسيجية:					
البريم	501.28562	المساهمة مع القنوجة في تكوين الدعامة الاساسية لمنطقة صدر الجاكيت	رئيسي	100%	501.28562
الشاش	97.58056	المساهمة في فتح الجيوب الداخلية والخارجية	ثانوي	75%	73.18542
		الحفاظ على الشكل النهائي للجيب	ثانوي	25%	24.39514
المجموع	27520.41072				27520.41072
الكتافية	1780.34747	دعم منطقة كتفي الجاكيت	رئيسي	100%	1780.34747

				مستلزمات الخيطة:
2004.0685	95%	رئيسي	امسك جهتي صدري الجاكيت والسروال	2109.54579
105.47729	5 %	ثانوي	اعطاء الجمالية للبدلة	
1058.48226	100%	ثانوي	الامسك لجهتي السروال	1058.48226
914.7303	100%	رئيسي	اغلاق منطقة فلايس صدر السروال	914.7303
568..81649	100%	رئيسي	توضيح الحجم والمنشأ للبدلة	568..81649
627.87648	100%	ثانوي	التعويض عن بعض مكونات البدلة (الازرار-الخيطة-القماش) عند فقدانها	627.87648
<u>5279.45132</u>				<u>5279.45132</u>
				المجموع
				المواد الورقية :
4823.290164	100%	ثانوي	تثبيت عملية التأشير على قماش البدلة	4823.290164
3861.287716	100%	رئيسي	رسم فرشاة لأجزاء البدلة	3861.287716
<u>8684.57788</u>				<u>8684.57788</u>
				المجموع
				مواد تعبئة وتغليف:
211.54441	100%	ثانوي	المحافظة على نظافة البدلة	211.54441
2744.92922	100%	رئيسي	حفظ البدلة	2744.92922
534.3119925	75%	رئيسي	حمل البدلة	712.41599
178.1039975	25%	رئيسي	المحافظة على الشكل النهائي للبدلة بعد كويها	
<u>3668.88962</u>				<u>3668.88962</u>
<u>130823.312</u>				<u>130823.312</u>

الجدول : من اعداد الباحثان بالاعتماد على آراء مهندسي الشعب ذات الصلة بإنتاج البدلة الرجالية في المصنع.

يلاحظ من الجدول اعلاه ان تكلفة الاداء قد ترتبط بتكلفة الجزء المكون للبدلة بشكل كامل حيث ان تكلفة اداء أي جزء تتمثل بتكلفة ذلك الجزء المكون للبدلة الرجالية ويتبين ذلك جليا في القماش الخام الذي يقتصر اداءه بشكل رئيسي على المساهمة في خياطة جيوب البدلة ، كذلك فان الوقت الذي يحتاجه هذا الجزء لاتمامه يمثل وقت الاداء لهذا الجزء ، بينما يلاحظ في جزء اخر ان له اكثر من اداء واحد كما هو الحال بالنسبة لقماش البدلة الذي ينقسم اداءه الى صنفين رئيسي و ثانوي كونه يشكل المادة الاساسية في انتاج البدلة، وكذلك اضافة الجمالية على البدلة كاداء ثانوي، لذا فان تكلفة الاداء يتم تقسيمها حسب نسبة استفادة كل نوع من انواع الاداء من وقت الانجاز لهذا الجزء، ومن جهة أخرى يلاحظ اشتراك جزئين من المكونات في تقديم نفس الاداء كما في اداء إعطاء الجمالية للبدلة الذي يشترك فيه مكون قماش البدلة ومكون اخر وهو الازرار، وكذلك هو الحال مع العديد من الاجزاء الاخرى ، وبهذا تتم عملية تحديد تكلفة الاداء حسب نسبة استفادة الاداء من وقت التشغيل للجزء الذي يعكس ذلك الأداء .

يتضح مما سبق ان اهمية اجراء تحليل لاجزاء المنتج حسب الاداء يكمن في ما يعكسه اداء أي جزء او مكون من المكونات وبالنتيجة اذا كان هذا الجزء يؤدي اداء واحدا فقط فمن الجلي ان تحدث المساواة بين تكلفة ذلك الجزء وتكلفة اداءه، وعندما لايلبي ذلك الجزء الاداء المطلوب منه او يكون عديم الفائدة في نظر الزبون يتم التوجه الى إلغاءه او التخلص منه، وهنا تبرز اهمية تبني مبدأ تحليل اجزاء البدلة الرجالية المختلفة حسب الاداء الذي توديه ، إضافة الى ذلك فان الأهمية تتجلى بوضوح في معرفة تكلفة اداء كل جزء من هذه الاجزاء والسعي لتخفيضها فضلا عن تحسين الاداء بما يلي متطلبات الزبون. فضلا عن ذلك يتضح الدور الذي تلعبه تقنية التكلفة على أساس الاداء الموجهة بالوقت في احتساب تكلفة البدلة الرجالية وما اسفرت عنه

عملية التطبيق للتقنية من تخفيض للتكلفة وبالنتيجة تحسين قيمة المنتج، بالإضافة الى المعلومات المفيدة التي توفرها التقنية والتي تساعد القائمين على المصنع في اتخاذ القرارات المناسبة.

وبذلك فقد تم اثبات فرضية البحث من حيث (ان توظيف تقنية الكلفة على أساس الاداء الموجه بالوقت يسهم في تحسين قيمة المنتج بتخفيض كلفته وزيادة جودته والمساهمة بشكل فاعل في تحقيق الاستغلال الامثل للموارد وادارتها)، اذ ان تطبيق تقنية الكلفة على أساس الاداء الموجه بالوقت TD-PBC ساهم في تحسين قيمة المنتج من خلال تخفيض التكلفة باستخدام الوقت كموجه للتكلفة والمساهمة بشكل فاعل في استغلال الموارد المتاحة وادارتها بشكل امثل.

5- المبحث الرابع: الاستنتاجات والتوصيات

1-5 الاستنتاجات

- 1- في ظل التطور الكبير والمتسارع لبيئة الاعمال المعاصرة، نلاحظ القصور الكبير في نظم التكلفة التقليدية (كطريقة الاقسام المتجانسة في توزيع التكاليف) التي مازالت متبعة من قبل القائمين على ادارة الاعمال التجارية والصناعية في الوحدات الاقتصادية العراقية ومنها المصنع عينة البحث، وذلك لعدم قدرتها على تقديم المعلومات الكافية والمفيدة والتي تستطيع من خلالها الادارة من اتخاذ القرارات الملائمة التي من شأنها ان تغير وتنهض بالواقع الصناعي والاقتصادي المتردي للدولة العراقية.
- 2- ان عملية تخصيص وتوزيع التكاليف الصناعية العامة (ت. ص. غ. م) في ظل نظم التكلفة التقليدية تتصف بعدم الدقة وغير عادلة ولا تمثل الرقم الحقيقي لمدى استفادة كل منتج اوكل عملية او مرحلة من هذه التكاليف بسبب اعتمادها على مجمع تكلفة واحد وباستخدام موجه واحد للتكلفة في عملية التوزيع، الأمر الذي يؤدي الى عدم مصداقية ارقام التكلفة المخصصة للمنتج.
- 3- ان استخدام نظم وتقنيات ادارة التكلفة الاستراتيجية و من بينها تقنية الكلفة على اساس الاداء الموجه بالوقت من شأنه ان يسهم في تطوير وتدوير عجلة التقدم والنمو في الواقع الصناعي والتجاري والاقتصادي للبلد، وذلك لان البيانات المقدمة من خلال استخدام هذه التقنية تكون مناسبة ومفيدة لمعرفة مواطن الخلل والعمل على اصلاحها لأنها مرتبطة ارتباط مباشر برغبات وتفضيلات الزبون وتقديم المنتج او الخدمة التي تلائم احتياجاته ولأنها تمتاز بالمرونة من ناحية اجراء التغييرات والاضافات على المنتج وهذا من شأنه ان يؤدي الى تحسين قيمة المنتج.
- 4- في ظل استعمال تقنية التكلفة على اساس الاداء الموجه بالوقت ، فان ما يميز هذه التقنية هو استخدام الوقت الذي يعد عامل من عوامل النجاح الاساسية والمهمة للوحدة اقتصادية، فالوقت يشكل عامل اساسي ومهم يعتمد عليه في انجاز الانشطة المختلفة من اجل الوفاء بالالتزامات والمواعيد المحددة والاسراع بتقديم ما هو مطلوب في الوقت المحدد.
- 5- يعتبر تطبيق تقنية التكلفة على اساس الاداء الموجه بالوقت محاولة لمعالجة بعض الاشكاليات التي ترافق عملية تطبيق بعض تقنيات ادارة التكلفة الاستراتيجية ومنها تقنية التكلفة على اساس النشاط الموجه بالوقت، والتي تركز على تحديد التكلفة وتوزيعها على الموارد عند مستوى الانشطة دون الدخول في التفاصيل الخاصة بالمنتج من حيث الاداء الذي يودي به والمرتبط ارتباط مباشر مع متطلبات الزبون.
- 6- اظهرت نتائج تطبيق تقنية التكلفة على أساس الاداء الموجه بالوقت (TD-PBC) ان التكلفة الكلية لمنتج البدلة الرجالية اصبحت بمقدار (130823.312) دينار، بينما يشير واقع نظام التكلفة المطبق في المصنع ان التكلفة الكلية للبدلة تبلغ (187617.1) دينار أي ان هنالك انخفاض في التكلفة بمقدار (56793.788) دينار.
- 7- يمكن لتقنية التكلفة على اساس الاداء الموجه بالوقت ان تتكامل مع أي تقنية من تقنيات ادارة التكلفة الاستراتيجية الحديثة كتقنيته التحسين المستمر او اي تقنية اخرى لأنها تتصف بتفاصيلها الدقيقة وشموليتها، وان مخرجاتها يمكن ان تكون مدخلات لتقنية اخرى.

- 1- العمل على اجراء تغيير جذري على نظام التكلفة المطبق في مصنع الالبسة الجاهزة في النجف الاشراف بشكل خاص وفي جميع الوحدات الاقتصادية التابعة لوزارة الصناعة العراقية وذلك بتطبيق الانظمة والتقنيات الحديثة ومنها تقنية الكلفة على اساس الاداء الموجه بالوقت والتي تم عرضها وتطبيقها في هذا البحث، لما لها من تأثير على عملية احتساب التكلفة بطريقة مبنية على اسس علمية رصينة، فضلا عن تركيزها على الاجزاء المكونة للبدلة الرجالية وطريقة ادائها بما ينسجم مع متطلبات الزبائن.
- 2- تدريب وتطوير المهارات بالنسبة للكوادر العاملة في مصنع الالبسة الجاهزة بشكل عام وخصوصا العاملين في الحسابات وشعبه حسابات الكلفة من خلال اقامة الدورات والحلقات الدراسية لغرض تحسين معلوماتهم المحاسبية خصوصا فيما يتعلق بالتقنيات المحاسبية والادارية الحديثة.
- 3- تخفيض تكلفة منتج البدلة الرجالية بما يتلائم واسعار المنتجات المنافسة لها في السوق المحلية من اجل رفع نسبة المبيعات ومحاولة الاستفادة من الطاقة العاطلة واستغلالها الاستغلال الامثل، فضلا عن استخدام التقنيات الحديثة وخصوصا تقنية التكلفة على اساس الاداء الموجه بالوقت لما لها من أثر في تخفيض تكلفة البدلة الرجالية.
- 4- استحداث قسم للبحث والتطوير في المصنع يكون منفصلا عن قسم الهندسة، ويكون جل اهتمامه لدراسة السوق والاطلاع على المميزات التي تتمتع بها المنتجات المنافسة ومقارنتها مع منتجات المصنع ومعرفة ما يلائم اذواق الزبائن ومحاولة تطوير وتحديث المنتجات خصوصا منتج البدلة الرجالية وفقا لدراسة السوق.
- 5- دعم الدراسة المقدمة من قبل الباحثان والتي تنص على أهمية استخدام تقنية الكلفة على اساس الاداء الموجه بالوقت لما لها من دور في تخفيض التكلفة وتحسين قيمة المنتج وتحقيق الاستغلال الامثل للموارد المتاحة وادارتها.

References

Firstly. Arabic References

Official documents

1-The State Company for Textile and Leather Industries in Hilla / Ready-to-Wear Factory in Najaf: Production reports of the Planning Department for the year 2020.

2-The State Company for Textile and Leather Industries in Hilla / Ready-to-Wear Factory in Najaf: Lists and cost data for the men's suit product for the year 2020.

Research and periodicals

1- Al-Kawaz, Salah Mahdi Jawad, (2017), a proposed framework for improving the value of the product from the perspective of the entrance cost on the basis of performance, "an applied study in the General Company for Textile Industries," the Iraqi Journal of Administrative Sciences, Volume Thirteen, No. 53, pp. 152-170.

letters and dissertations

1- Aziz, Barzin Sheikh Mohammed (2006): "Using value engineering and process re-engineering to reduce costs." PhD thesis - unpublished - Salahaddin University.

Second: Foreign References

Books

1. Janice, Reynolds (2001) " Logistics and Fulfillment for Business"- 1st- Edition, Publishing place -New York-U.S.A.

Periods And Researches

1. Davis,- Bobby (2003) "Performance Based Costing" ,The DISAM- Journal- U.S.A, PP 118-124
2. Everaert,- P., Bruggeman, Sarens , Anderson , Levant (2008)" Cost modeling in logistics using time driven ABC, Experiences from wholesaler"- International Journal of Physical Distribution & Logistics Management- 38(3)- Iss 3 pp- 172-191.
3. Kaplan- R. and Anderson- S. (2004) "Time Driven -Activity Based Costing"- *Harvard Business Review*- vol- 82- No- 11- pp -131-138.
4. Pratistha,- Dennis,. Zaslavsky,- Arkady,. Cuce1, Simon,. & Dick, Martin,.(2005) " Performance Based Cost Models for Improving Web Service Efficiency Through Dynamic Relocation" 6th International Conference, EC-Web Copenhagen, Denmark.
5. Walters, Jr- Tome- H (2002) " Performance Based Budgeting and Performance Based Costing "- The DISAM Journal- U.S.A., V 24, NO 2, PP 57-64.

Thesis

1. Windmark,- Christina. (2018) "Performance-based costing as decision support for development of discrete part production"- DOCTORAL THESIS- Lund University- Sweden <https://www.researchgate.net/publication/327594891>.

internet

1. Dejnega- Oleg (2011) "Method Time Driven Activity Based Costing Costing : Literature Review"-Technical, University, Ostrava,Czech epublic,Olaf.D@email.cz,oleg.dejnega@vsb.cz.

أثر سعر الصرف في تحفيز كفاءة الأداء المالي للمؤسسات المصرفية

The effect of the exchange rate on stimulating the efficiency of the financial performance banking institutions

مرؤة محمد هادي

Marwah Mhammad Hadi
 كلية الادارة والاقتصاد / جامعة كربلاء
 karbala university/ faculty of
 Administration and Economics
 maskyn92@gmail.com

أ.م.د. سرمد عبد الجبار الخير الله

**Asst.pro.Dr Sarmad abd al. jabaar al
 khaiyr allah**
 كلية الادارة والاقتصاد / جامعة كربلاء
 Karbala university / faculty of
 Administration and Economics

المستخلص :

تناولت البحث معرفة اثر تغيرات سعر الصرف في مؤشرات الأداء المالي للمصارف وأهمها مؤشر الربحية لعينة من المصارف التجارية العراقية خلال المدة الممتدة (2011-2020) اذ اظهر نتائج التحليل للنمو المركب للمؤشرات مقارنة بنمو أسعار الصرف وجود علاقة عكسية بين أسعار الصرف انخفاض الربحية لمعظم المصارف عينة البحث اضافة لانخفاض الموجودات لدى المصارف وكذلك راس المال كما اظهرت نتائج التحليل المالي طبيعة النشاط الاستثماري للمصارف الذي يعتمد على المضاربة والربح السريع في سوق الاوراق المالية وعدم اهتمام المصارف بالاستثمار الحقيقي المنتج ، حيث توصلت الى ان انخفاض سعر الصرف اثار انخفاض نمو الموجودات وارتفاع نسبة المصارف التي تحققها المصارف عينة البحث ، كما ان نتائج التحليل القياسي اوضحت وأكدت العلاقة العكسية بين تغيرت سعر الصرف الاجنبي وبين مؤشر الربحية

(الكلمات المفتاحية (سعر الصرف ، الربحية)

Abstrqet

the knowledge of the impact of exchange rate changes on the financial performance indicators of banks, the most important of which is the liquidity index of a sample of Iraqi commercial banks during the extended period (2011-2020), as the results of the analysis of the composite growth of indicators compared to the growth of exchange rates showed an inverse relationship between exchange rates and a decrease in liquidity for most sample banks. The study is in addition to the decline in the assets of the banks as well as the capital. The results of the financial analysis also showed the nature of the investment activity of the banks, which depends on speculation and quick profit in the stock market, and the lack of interest of the banks in the real productive investment. Also, the results of the standard analysis clarified and confirmed the inverse relationship between changes in the foreign exchange rate and the liquidity index

keywords (profitability – exchange rate)

1. المقدمة

أهم المؤسسات التي تتعامل وتتأثر بأسعار الصرف هي المصارف التجارية التي تستخدم التحويلات والمعاملات المالية بصورة مستمرة ، اذ سنقوم ببحث الاثر الذي تتركه تقلبات أسعار الصرف على بعض المؤشرات المالية للمصارف وخصوصا مؤشر السيولة التي استخدمت لبيان وتقييم الأداء المالي للمصارف عينة البحث، وحضي تقييم الأداء المصرفي اهتماما كبيرا من قبل جهات عديدة لما له من ارتباط جوهري بالعملية المالية ، وهذا التقييم المالي للبنوك له دور الركيزة الأساسية في الدورة الاقتصادية وذلك لأنه الاداة التي يشكل وجودها موضع القلب الذي يغذي أطراف العمليات المالية الأخرى ، فالمصارف والبنوك تتجمع فيها المدخرات الاقتصادية للأفراد والمنظمات الأخرى ثم تقوم بوضعها إلى المجتمع على شكل قروض ، وتمويل الإستثمارات وتحريك السوق الاقتصادية بأشكال مختلفة

1.2 مشكلة البحث :

تنطلق البحث من تساؤل مهم مفاده هل هناك اثر مباشر لتقلبات أسعار الصرف على المؤشرات المالية للمصارف ، ففي هذه البحث نحاول بيان المشاكل التي يواجهها القطاع المصرفي بسبب تقلبات أسعار الصرف وخصوصا مؤشر الربحية للمدة المدروسة

1.3 فرضية البحث

تنطلق البحث من فرضية مفادها ان هناك آثار مباشرة لتقلبات أسعار الصرف في مؤشرات المصارف قيد البحث واهمها مؤشر الربحية ، وهذه الآثار تظهر من خلال الاختبارات الكمية والتحليل النظري والذي انعكس على واقع المؤسسات المالية العاملة في الإقتصاد الوطني .

1.4 أهمية البحث

تنطلق أهمية البحث من تحديد ومعرفة اثر سعر صرف في بعض المؤشرات المالية للمصارف وتكمن أهميته فيما يلي :

- 1- تحديد العلاقة و التأثير الذي يتركه سعر الصرف في القرارات المالية للمصارف .
- 2- معرفة مقدار التغيرات التي تصيب مؤشر الربحية للمصارف عينة البحث جراء تقلبات أسعار الصرف .
- 3- معرفة الأزمات التي تعترض المؤسسات المالية وسبل التخفيف من الخسائر المتوقعة من خلال التدابير والسياسات المالية والإقتصادية

1.5 منهج البحث :

اعتمدت البحث على استخدام الاسلوب التحليلي وذلك عن طريق تحليل تطور البيانات عبر الفترات السابقة واستقراء الواقع الإقتصادي والمالي للبلد وتحليل الظواهر الإقتصادية خلال مدة البحث ومتابعة تطورها الزمني ومن ثم استنباط الآثار المترتبة عليها

1.6 عينة البحث

الحدود المكانية : تم اختيار عينة من عشر مصارف تجارية عراقية (العراق ، البصرة ، الاستثمار ، الائتمان ، آشور ، التجاري ، الخليج ، المنصور ، الموصل ، بابل)

الحدود الزمنية : تضمن البحث الفترة من 2011- 2020

2.المبحث الاول الجانب النظري لسعر الصرف والاداء المالي

سعر الصرف_ سعر الصرف " هو السعر الذي تستحصله عملة ما مقابل عملة أخرى" (زينب حسين، 2004، ص 80) ، او هو "التناسب بين عملتين ، وذلك باعتبار إحدى العملتين سلعة كاي سلعة أخرى ، والعملية الأخرى هي ثمن لها (علي عصام ، 2019،ص17) كما يمكن اعتبار سعر الصرف بأنه " المعدل الذي يتم على أساسه تبادل عملة دولة مع بقية دول العالم " (محمود رشدي ، 2009،ص22) وهناك انواع لسعر الصرف هي :

سعر الصرف الاسمي : بأنه سعر عملة جارية لا تأخذ بالحسبان قدرتها الشرائية من سعر السلع والخدمات بين البلدين. وفي الحقيقة ان الإقتصاديين لا يهتمون بمستوى سعر الصرف الاسمي وانما بما يحوي من قوة شرائية، اي مقدار السلع والخدمات الممكن شراؤها بالوحدات نفسها من العملة المحلية (دومنيك ، ملخصات شوم ، ص144)

2_ سعر الصرف الحقيقي مفهوم يعبر عن سعر الصرف الاسمي بعد استبعاد اثر التغيرات في مقدار المستوى العام في الأسعار المحلية والأجنبية يخضع للتصحيح من خلال إزالة الأثر النسبي لتغيرات الأسعار لكي يتلاءم مع الطبيعة التنافسية بين الدولة المعنية والعالم الخارجي (جميل ، 2014،ص63)

2.1 العوامل المؤثرة بسعر الصرف: على الرغم من سعر الصرف يتحدد وفق قوى العرض والطلب على الصرف الاجنبي الا ان هنالك عوامل تؤثر في تغيرات أسعار الصرف :- (عبد الرحمن ، 2014 ، ص245)

- 1- معدل الدخل الحقيقي للأفراد او الاقتصاد القومي يرفع القدرة الشرائية على الواردات من السلع والخدمات
- 2- مستوى معدلات التضخم مقارنة مع مستويات التضخم العالمي يؤثر على الموقف التنافسي للسلع المحلية
- 3- التغيرات في اسعار الفائدة الحقيقية يؤثر على جذب رأس المال الاجنبي
- 4- عرض النقد يؤثر على مستوى الاسعار والدخل المحلي وبالتالي القدرة التنافسية للمنتجات المحلية

2.2 آلية تحديد سعر الصرف :- وتتمثل في الطريقة التي تدير بها السلطات المختصة عملتها المحلية فيما يتعلق بالعملات الأجنبية ، فهو العنصر المحوري لأي اقتصاد . (Slavin,2001,p874)

1:- **الطلب على الصرف الأجنبي:** وهو يمثل طلب المقيمين على السلع والخدمات المنتجة في الخارج وكذلك القروض والأسهم والعقارات وجميع الأصول الأجنبية يمثل الطلب على الصرف الأجنبي الجانب المدين في ميزان المدفوعات اذ ان العلاقة عكسية بين سعر الصرف والكمية المطلوبة من النقد الاجنبي .

2:- **عرض الصرف الأجنبي:** هو كمية النقد الاجنبي المعروض في سوق الصرف الاجنبي، اذ أن مقدار عرض العملات الأجنبية يشتق من تصدير الدولة للسلع والخدمات والإستثمارات وبهذا يمثل الجانب الدائن في (ميزان المدفوعات)، اذ أن العلاقة طردية بين سعر الصرف الاجنبي ومقدار الكمية المعروضة من الصرف الاجنبي.(صلاح الدين ، 1967،ص212)

2.3 الأداء المالي

يعرف الأداء المالي بأنه " انعكاس لقدرة المنظمة وقابلياتها على تحقيق أهدافها(Eccles 1991.P131) وكذلك هو " انعكاس لكيفية استخدام المنظمة للموارد المالية والبشرية واستغلالها بالصورة التي تجعلها قادرة على تحقيق أهدافها (Mille, 1990, pp. 756-779)، وقد أشار بعض خبراء المال إلى ان للأداء المالي أهمية قصوى للمصارف في تمكين المستثمرين من معرفة ومتابعة نشاطات المصرف وطبيعتها ، وكما أنه يساعد على متابعة الظروف المالية والإقتصادية المحيطة بالمصرف ، وذلك من خلال القيام بعمليات التحليل ، المقارنة وتفسير

البيانات المالية اضافة إلى فهم التفاعل بين البيانات المالية من اجل اتخاذ القرار المناسب في الوقت المناسب (محمد مجيد ، 2013،ص23).

2.4اهداف الأداء المالي: فالأداء له اهداف مالية بارزة وكبيرة يروم الوصول اليها من خلال كفاءة الأداء المالي للمصرف في حدود امكاناته التمويلية والتشغيلية والاستثمارية وهي كالاتي (نصر، 2009،ص30)

- 1- تجميع ارصدة نقدية مثلى للمصرف
- 2- تحقيق أقصى ربح ممكن
- 3- تحقيق قيمة عليا للمصرف في السوق
- 4- تحقيق أفضل عائد على الاستثمار
- 5- الحفاظ على مستوى مستقر ومتوازن لرأس المال
- 6- الحفاظ على المال العام .

2.5العوامل المؤثرة في الأداء المالي :-

ان الأداء المالي للمصارف يتأثر بعدد من العوامل اذ يمكن تقسيمها إلى عدة عوامل بيئية داخلية و أخرى خارجية : (حاكم،

2011،ص42)

1- العوامل البيئية الداخلية

أ_ الهيكل التنظيمي: يمثل الإطار العام الذي تحدد بموجبة التقسيمات التنظيمية والإدارات والوحدات العاملة من اجل تحقيق الأهداف الخاصة بالمؤسسة

ب_ الكفاءة المالية: تمثل الكفاءة المالية أحد المقاييس المهمة المستخدمة في قياس الأداء المالي للمؤسسات . وتوضح الكفاءة العلاقة فيما بين المخرجات والمدخلات ، وتلعب الكفاءة المالية دوراً بارزاً في العديد من القرارات التي تمارسها إدارة المؤسسة

ج _ التكنولوجيا : ان التغييرات التكنولوجية التي حدثت في السنوات الماضية نتيجة تصاعد حدة المنافسة والتغير في حجم المؤسسات وتنامي حجم الأسواق ، ولعدم قدرة الأساليب القديمة على مواجهة هذه التحديات ، كل ذلك كان له الأثر الكبير والبارز في كيفية انجاز أعمال المؤسسات المالية في نقل و نشر البيانات والمعلومات عبر التكنولوجيا الرقمية مثل (الحاسبات والهواتف اللاسلكية) باعتبارها أدوات ضرورية تساند العمليات المصرفية

د_ حجم المصرف : ويعد الحجم من العوامل التي تؤثر على الأداء المالي للمصارف بصورة ايجابية او سلبية ، فقد يصبح الحجم عائقاً أمام أداء المصارف فتصبح عملية إدارة المصرف أكثر صعوبة وتعقيد و اقل فاعليه في حالة عدم توافر المتطلبات الأساسية للتطور مثل الكوادر البشرية وغيرها من المتطلبات . من الناحية الايجابية كلما زاد حجم المصرف ازداد عدد المحللين والخبراء الماليين المهتمين بالمصرف . (صادق، 2013،ص23)

2-العوامل البيئية الخارجية :

هنالك العديد من العوامل المرتبطة بالبيئة الخارجية للمصرف ، وبالتالي تكون خارجة عن سيطرته ، ومن أهم هذه العوامل مايلي :

- أ. البيئة السياسية والقانونية : وتشمل الظروف السياسية للبلد الذي يقع فيه المصرف ، وكذلك القوانين المنظمة لتسيير العمل المصرفي في هذا البلد .
- ب. البيئة الاقتصادية : ونعني بها طبيعة النظام الإقتصادي وتأثيرها على الأنشطة المصرفية ومواردها المتاحة في البلد ، اضافة إلى المناخ الاستثماري وكذلك الفرص الاستثمارية المتوفرة ..

ج. البيئة الإجتماعية والثقافية : وتشمل التقاليد والعادات والمعتقدات التي يصدقها يؤمن بها المجتمع ، ومستوى الثقافة و الوعي التي تؤثر في قرارات الافراد الخاصة بالتعامل مع الأنشطة المصرفية ، او الخدمات التي تقدمها المصارف .

في هذه الدراسة اعتمدنا على بيان مؤشرات الاداء المالي واهمها مؤشرات الربحية حيث ان نسب الربحية توضح صافي الاعمال الناتجة من السياسات والقرارات المستخدمة وتوفر المعلومات حول الوضع التشغيلي للشركة فهي توضح العلاقة بين الربح والميزانية العمومية ، واهم هذه النسب هي (كمال الدين ، 2006، ص215):

أ: هامش الربح الاجمالي : توضح هذه النسبة العلاقة بين السلع المباعة وتكلفتها ، وتقاس عن طريق قسمة اجمالي الربح على المبيعات .

ب : هامش الربح ما قبل الفوائد والضرائب : توضح هذه النسبة حجم الارباح التشغيلية للمبيعات قبل استقطاع الفوائد والضرائب ، وتقاس من خلال تقسيم صافي الربح بعد استقطاع الفوائد والضرائب على المبيعات .

ج: هامش الربح قبل الضرائب : هذا المؤشر يقيس مقدار الارباح للمبيعات قبل فرض الضرائب ، ويقاس من خلال قسمة صافي الربح على المبيعات

3.المبحث الثاني : الجانب التحليلي العملي لمؤشر الربحية

تحليل مؤشرات الربحية

يعد الربح هو الهدف الأساسي لأي مصرف او وحدة اقتصادية ومالية وهو العامل الأهم لبقائها في العمل ولأن الربح مقياس كفاءة الإدارة والاستخدام الامثل للموارد باقل تكاليف ممكنة فهو مقياس النجاح الإقتصادي في استثمار راس المال، وعادة ما يستخدم الدائنون مؤشر الربحية كأداة في التحليل المالي للمصرف او الوحدة الإقتصادية على النسب التي استطاع المصرف توليدها في الدخل من المصادر المتاحة للاستخدام(بونس التيمي ، 2019 ، ص262)،سيتم أدناه قياس الربحية للمصارف عينة البحث بواسطة :

اولا -من قسمة صافي الربح على الموجودات

وثانيا_ من قسمة صافي الربح على حق الملكية

وثالثا من خلال قسمة صافي الربح على قيمة الودائع للمصارف عينة البحث .

لأنه أداة مهمة لقياس كفاءة الإدارة المصرفية فهذا المقياس يلقي الضوء

3.1- قياس الربحية من خلال قسمة صافي الربح على الموجودات (نادية ، 1996، ص22)

بداية يدل استخدام نسبة (صافي الربح \ الموجودات) على قدرة المصرف في تحقيق الأرباح من خلال التوظيف الماهر لموجودات المصرف بحكم عوامل عديدة بعضها غير قابل لقياس كالخبرة الإدارية لمجلس الإدارة والعاملين في المواقع التنفيذية وصناع القرار، وكذلك والظروف السياسية ، والتهديدات المحتملة الخ وهذه النسبة كلما كانت عالية كلما تدل على إمكانية المصرف في زيادة الموجودات المصرفية لدية وبالتالي القدرة على توليد أكثر للأرباح من خلال الاستثمار والاقراض ونشاطات أخرى ، أما في حالة انخفاض هذا المؤشر فهو يدل على مشكلة كبيرة تعترض الاستمرار والتدفق الربحي مثل ارتفاع نفقات التشغيل، والسياسة

الاستثمارية غير الكفوة. في الجدول أدناه النسب المحسوبة من خلال قسمة صافي الربح على الموجودات للمصارف عينة البحث في الفترة المحسوبة.

جدول رقم (1) يبين نسبة راس المال إلى الودائع في كل مصرف										
السنة	مصرف العراق	البصرة الدولي	مصرف الاستثمار	مصرف اشور	مصرف الائتمان	المصرف التجاري	مصرف الخليج	مصرف المنصور	مصرف الموصل	مصرف ف بابل
2011	% 0.45	0.48 %	% 0.64	%2.23	% 0.63	1.33 %	0.56 %	0.475 %	% 1.09	0.43 %
2012	% 0.48	%0.50	% 1.61	3.44 %	% 1.75	3.26 %	1.73 %	% 2.32	% 1.52	1.43 %
2013	% 0.52	0.46 %	% 3.36	1.62 %	% 2.52	2.64 %	2.69 %	% 1.36	% 2.34	1.69 %
2014	% 0.56	0.63 %	% 1.65	1.76 %	% 1.36	1.82 %	186 %	% 0.69	% 0.22	0.96 %
2015	% 0.56	0.59 %	% 0.76	1.25 %	% 1.08	0.23 %	0.76 %	% 0.63	% 0.16	0.65 %
2016	%0.54	%0.61	% 1.48	0.21 %	%0.162	%0.31	%0.08	% 0.33	%0.367	1.41 %
2017	0.53%	%0.42	%0.19	1.50 %	%0.96	1.25 %	%0.32	% 0.23	%0.41	0.24 %
2018	%0.31	%0.34	%0.43	0.21 %	%1.33	%1.22	%0.02	%0.41	% 0.76	0.31 %
2019	0.57 %	%0.22	%0.51	%0.42	%1.29	%1.02	%0.61	%0.16	%0.42	0.53 %
2020	% 0.49	%0.34	%0.18	0.56 %	1.05 %	%1.43	%0.42	%0.73	%0.61	0.61 %
المتوسطات	%0.52	%0.49	%1.012	%1.53	%1.21	%1.65	%1.16	%0.84	%0.75	0.87 %
الأنحراف المعياري	0.015	0.010	0.013	0.021	0.006	0.012	0.013	0.005	0.008	0.006
الرتبة	10	9	4	2	5	1	3	7	8	6

الجدول من اعداد الباحثة با

لإعتماد على بيانات كل مصرف عينة البحث

حقق المصرف التجاري اعلى نسبة لصادفي الربح \ للموجودات اذ بلغت (1.65%) ، وتعتبر اعلى نسبة يحققها مصرف من عينة البحث خلال فترة البحث ، وهذه النسبة الممتازة مؤشر على مهارة إدارة المصرف في توظيف الموجودات واستغلال الإمكانيات المصرفية في تحقيق خدمات اعلى جودة وأكثر عنصر جذب بين المتعاطين للعمل المصرفي وبالتالي تحقيق عوائد مالية اعلى وفوائد متحققة من خلال سياسة استثمارية ناجحة وإدارة ماهرة ساهمت في توليد الأرباح . بينما مثلت ادنى نسبة في الجدول أعلاه

في مصرف الموصل حيث كانت (0.52%) ، أما المصارف الأخرى عينة البحث فقد كانت مناصفة في النسب بين مصرف الموصل و المصرف التجاري، حيث ان النسب كانت متدنية في البصرة الدولي ، ومصرف بابل والمنصور ، بينما كانت اقرب إلى المصرف التجاري كل من مصرف الاستثمار ومصرف اشور ومصرف الائتمان .

أما مقدار الانحرافات المعيارية عن متوسطات النسب فكانت اعلى نسبة من نصيب مصرف اشور 0.021 ، أما أدنى نسبة كانت من نصيب مصرف المنصور وكانت 0.005 .

3.2- قياس نسبة صافي الأرباح إلى راس المال

يمكن الحصول على هذه النسبة من خلال قسمة صافي الربح على راس المال الممتلك والتي قد تكون راس المال المدفوع، والارباح المحتجزة . تقيس هذه النسبة القيمة الاستثمارية للأموال التي تم استثمارها بوحدة وأحدة لأصحاب المصالح اي أنها العائد الذي تم الحصول عليه من قبل المساهمين نتيجة استثمار أموالهم في المصرف . كلما كانت هذه النسبة مرتفعة دل ذلك على كفاءة الإدارة في إدارة المال ، وفي نفس الوقت اذا كانت هذه القيمة متطرفة قد تكون دليلا على " المخاطرة العالية " الحاصلة نتيجة زيادة " الرافعة المالية " أما انخفاض هذه القيمة فهو دليل على تحفظ الإدارة على تمويل القروض وعدم المغامرة في الاستثمار ، في الجدول أدناه يمثل النسب التي تم الحصول عليها من قسمة صافي الربح على راس المال للمصارف عينة البحث .

من الجدول أدناه تبين ان مصرف الخليج حقق متوسط نسبة اعلى من باقي المصارف عينة البحث حيث كانت نسبة صافي الربح\ راس المال يساوي 3.83% ، وتمثل هذه النسبة اعلى ما حققته مصارف عينة البحث خلال فترة البحث وهذا يدل على نجاح مصرف الاستثمار وادارته في تحقيق توظيف عالٍ لراس المال بحيث جعلت فاعليه المصرف عالية في قدرته على توليد الأرباح من خلال الاستخدام الأمثل لأموال المساهمين و وفي نفس الوقت حصل مصرف العراق على اوطأ نسبة بين المصارف بمقدار 1.58% لنفس الفترة ، أما مقدار التشتت عن المعدل العام لنشاط كل مصرف فقد بلغت اعلى نسبة في مصرف اشور بمقدار 0.0406 ، بينما كانت اقل نسبة تشتت في مصرف المنصور 0.0126.

جدول رقم (2) يبين نسبة صافي الأرباح إلى راس المال في كل مصرف										
السنة	مصرف العراق	البصرة الدولي	مصرف الاستثمار	مصرف اشور	مصرف الائتمان	المصرف التجاري	مصرف الخليج	مصرف المنصور	مصرف الموصل	مصرف بابل
2011	4.31%	5.32%	4.32%	12.56%	6.31%	3.46%	6.34%	3.67%	4.95%	3.98%
2012	3.67%	4.012%	4.13%	3.45%	5.64%	8.56%	9.68%	3.64%	2.98%	3.65%
2013	7.31%	5.39%	10.69%	2.94%	4.63%	3.67%	9.36%	2.69%	5.62%	3.97%
2014	4.36%	3.64%	3.54%	2.67%	2.34%	2.65%	4.36%	2.01%	0.31%	1.52%
2015	1.96%	2.38%	1.67%	1.64%	2.05%	1.95%	1.67%	2.16%	0.01%	0.95%
2016	1.02%	2.34%	1.96%	1.05%	0.04%	1.53%	1.32%	1.23%	1.02%	1.02%

% 0.95	%0.87	% 1.99	%0.89	% 1.96	%1.24	% 0.91	%0.54	%1.28	%1.42	2017
0.46%	% 0.87	2.03%	0.98%	%1.2	%1.33	% 0.21	0.54 %	1.56 %	1.35%	2018
%0.53	%0.84	%1.87	%0.87	%1.24	% 1.2	0.56 %	0.98%	1.02%	1.46 %	2019
%0.61	%0.61	%0.73	%0.42	%1.43	1.05 %	% 0.56	%0.77	%1.07	%0.98	2020
%1.84	%1.96	%2.46	%3.83	%2.86	%2.91	%2.79	%2.77	%1.74	%1.58	المتوسطات
0.0175	0.0236	0.0126	0.0404	0.0235	0.0231	60.040	0.0302	0.0245	0.0240	الأنحراف المعياري
7	9	6	10	3	2	4	5	8	1	الرتبة

جدول من اعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات كل مصرف عينة البحث

3.3- قياس نسبة صافي الربح إلى الودائع (كوثر ، 1996 ، ص76)

يبين حاصل قسمة صافي الربح إلى الودائع قدرة المصرف ومهارة الإدارة في توليد الأرباح من خلال توظيف الودائع بمختلف أنواعها واستخدامها في ممارسة النشاط الاستثماري والمصرفي وبما يجلب الربح على المصرف ، وعادة تظهر مهارة الإدارة المصرفية في تحويل الودائع إلى استثمارات مربحة ، فقيمة الدينا المودع في البنك يجب ان تكون قيمته اعلى من قيمته الحقيقية من خلال التوظيف الماهر لإدارة المصرف لهذه الودائع في مقابل ذلك يقوم البنك بشراء ودائع مربحة مقابل المشاركة في الأرباح . كما ان ارتفاع هذا المؤشر يدل على كفاءة الإدارة في اتباع سياسيات استثمارية جيدة أما انخفاضها فيدل على تزايد النفقات وعدم قدرة المصرف توظيف الودائع المصرفية التي لديه ولذلك يفقد فرصا استثمارية كبيرة نتيجة انكفاء الإدارة وسوء التقدير ورداءة السياسة المالية للمصرف ، في الجدول أدناه نسبة صافي الربح إلى الودائع للمصارف عينة البحث.

يتضح من الجدول أدناه ان المصرف التجاري قد حقق اعلى المتوسطات في نسبة صافي الربح على صافي الودائع فقد بلغ المتوسط 5.59% خلال فترة بحث المصارف عينة البحث في الفترة المحددة من قبل الباحثة ، بينما كانت اوطاً نسبة من نصيب مصرف العراق حيث حقق نسبة 1.74% ، أما مقدار التشتت والتباين بين المصارف و متوسطاتها الحسابية لهذه النسبة طوال فترة البحث فقد كانت اعلى نسبة تباين من نصيب مصرف آشور وبلغت 0.047 ، أما اوطاً قيمه فقد كانت من نصيب مصرف الائتمان فكانت القيمة 0.018.4

السنة	مصرف العراق	البصرة الدولي	مصرف الاستثمار	مصرف اشور	مصرف الائتمان	المصرف التجاري	مصرف الخليج	مصرف المنصور	مصرف الموصل	مصرف بابل
2011	% 2.95	2.13 %	2.99 %	%15.98	2.36 %	4.56 %	2.91 %	2.03 %	2.86 %	% 1.97
2012	% 2.69	%4.36	1.98 %	% 7.22	2.86 %	1.54 %	4.69 %	%5.21	1.87 %	% 2.06

2013	2.37 %	4.87 %	4.63 %	5.41 %	2.38 %	5.64 %	3.89 %	1.56 %	3.67 %	2.97 %
2014	3.64 %	2.41 %	3.05 %	9.61 %	5.32 %	2.65 %	2.95 %	1.96 %	1.56 %	1.06 %
2015	2.85 %	3.04 %	1.67 %	4.64 %	4.12 %	5.24 %	1.26 %	1.20 %	1.03 %	1.023 %
2016	3.02 %	3.41 %	1.26 %	0.12- %	1.45 %	4.36 %	0.54 %	1.23 %	0.86 %	4.21 %
2017	2.43 %	2.05 %	0.45 %	1.28 %	0.97 %	0.76 %	0.74 %	0.83 %	0.79 %	4.28 %
2018	2.04 %	2.37 %	0.15 %	0.75 %	3.56 %	4.26 %	0.06 %	0.46 %	2.13 %	1.36 %
2019	1.89 %	2.64 %	0.97 %	0.78 %	2.36 %	3.42 %	0.45 %	1.35 %	0.46 %	0.37 %
2020	2.11 %	2.31 %	0.82 %	0.56 %	1.05 %	1.43 %	0.4 %	1.05 %	2.6 %	0.74 %
المتوسطات	1.74 %	2.04 %	2.015 %	4.46 %	2.43 %	5.59 %	1.83 %	1.62 %	1.96 %	2.44 %
الأنحراف المعياري	0.043	0.045	0.019	0.047	0.018	0.041	0.019	0.020	0.021	0.024
الرتبة	7	6	5	2	3	1	7	8	10	9

جدول من اعداد الباحثة بالإعتماد على بيانات المصارف عينة البحث

سيتم تحليل البيانات المالية ومؤشرات البنوك عينة البحث باستخدام قياسات النمو المركب ، حيث سنقوم بتتبع مقدرات راس المال والارباح في كل مصرف وحسب فترة البحث. سنقوم ببيان الالية التي سنتبعها والتي تم تطبيقها في مصرف وأحد من العينة ثم سنقوم بتطبيقها على جميع المصارف . سيتم استخدام قياس الربحية والسيولة للمصارف عينة البحث بناء على المعادلات التي ذكرناها في المبحث الاول. كما سنقوم بايجاد النمو المركب لسعر الصرف للفترة من (2011-2020) مقسمة على اربع فترات ومقارنة التغيرات التي تحدث في النمو المركب للمصارف بالنمو الذي يحدث لسعر الصرف لنفس الفترة حيث يمثل سعر الصرف الصورة التي تعكس مركز النظام المالي للدولة ومركزها التجاري ، لأنه يرتبط بشكل وثيق بالتناسب بين الصادرات والإستيرادات ، فهي الأداة التي تربط النشاط الإقتصادي في الإقتصاديات المفتوحة ، حيث يتم معرفة التكاليف بعملة متفق عليها دوليا مثل اليورو والدولار وغيرها . في العراق هناك ضعف كبير في العلاقة بين سوق الاوراق المالية التي تمثل نشاط المصارف والبنوك وبين النشاط الإقتصادي في العراق ، حيث ان معظم النشاط الذي تقوم به المصارف والشركات في السوق هي مجرد مضاربات ومغامرات تهدف إلى الربح السريع كما ان أغلب المستثمرين سواء مصارف او مؤسسات وشركات عازفة عن الاستثمار في الإقتصاد الحقيقي لأسباب عديدة يتعلق بعضها بالوضع الأمني والبعض الاخر بالنظام الإداري الذي تتبناه المؤسسات المالية في العراق، وهو مشكلة مزمنة في العراق.

أما حجم الأثر الذي يتركه التغير في سعر الصرف فيعتمد على حجم الإستيراد والإعتماد على صناعات محددة تخضع للتغير مثل النفط، فهذا الأمر يجعل النشاط الإقتصادي والقيم الاسمية للأسهم والممتلكات ومدخرات المصارف عرضة للتبدل والتغير ، والعراق أحد هذه الدول التي يؤثر التغير في سعر الصرف فيها تأثيرا عميقا بسبب اعتماده الميزانية فيها على النفط بنسبة 95% ، لذلك فإن

هناك تأثير جوهري لسعر الصرف في عمل البنوك والمصارف . من ناحية أخرى تواجه المصارف بشكل مشكلة كبيره فيما يتعلق بسعر الصرف ، فالبنوك قد تواجه ثلاثة مشاكل كل منها له اتجاه ومعالجات تختلف عن المشكلة الأخرى ، المشكلة الأولى هي مشكلة تخفيض العملات المحلية من قبل الدولة او انخفاض قيمتها لأسباب لا تحصى قد تكون بسبب الحروب او الصراعات الإقليمية وتصفية الحسابات بين الدول، المشكلة الثانية هي قابلية تحويل الأموال ، فعندما يحدث ان تكون العملة التي يملكها المصرف غير قابلة للتحويل لسبب من الأسباب فإن الأمر يؤدي إلى كارثة مالية بالنسبة للمصرف لأنه لن يعود قادرا على الوفاء بالتزاماته المالية خاصة اذا كانت الديون المترتبة على المصرف بعملة أخرى تختلف عن العملة التي تمت التعاقد مع الآخرين على الوفاء بالتزامات المصرف . المشكلة الثالثة وهي مخاطر نقل الأموال، ابعندما يكون من المستحيل نقل الأموال الأجنبية من محل إلى اخر لقيم الوفاء بالتزامات المصرف ، وقد تكون هذه المشكلة ثانوية في الزمن الحالي لقدرة البنوك على تنظيم عمل نقل العملات بآليات عديدة.

لذلك تنشأ مشاكل المصارف عندما تقوم باقتراض أموال بالعملة الأجنبية كالدولار او اليورو ويقوم المصرف باقتراض الأموال بالعملة المحلية ام انشاء التزامات بالعملة المحلية ، فيصبح المصرف في مشكلة كبيره عندما تقوم الدولة بتخفيض قيم العملة المحلية او تعويمها مما يؤدي إلى خسائر كبيرة خاصة اذا كان المصرف لا يملك أصول بالعملة المحلية تغطي التزامات المصرف الخارجية.

من اعداد الباحثة يبين نسب النمو المركب لأسعار صرف الدولار مقال الدينار العراقي بين 2011-2020.

جدول رقم (4)

السنوات		النمو المركب لأسعار الصرف مقابل الدينار								
2014 - 2011		-0.11%								
2017-2014		0.51%								
2020- 2017		6.49%								
2020-2011		2.17%								

الفترة	العراق	البصرة الدولي	الاستثمار	اشور	الاتمان	التجاري	الخليج	المنصور	الموصل	بابل
2011-2014	5.62%	7.03%	26.71%	-5.75%	21.21%	8.16%	35.0%	10.07%	32.97%	22.24%
2014-2017	-0.91%	-9.64%	-	-3.92%	-8.34%	-8.96%	-	-	16.84%	-
2017-2020	-2.40%	-5.15%	-1.34%	-	2.27%	3.42%	7.03%	33.47%	10.44%	26.26%

3.56%	%5.64-	%4.50	2.84-%	0.73%	5.24%	-	-	3.39%-	0.86%	-2011
						12.91	11.91			2020
						%	%			

، وسنقوم باستخدام المعادلة التالي لحساب النمو التراكمي للمصارف عينة البحث

يوضح معدل النمو المركب لصادفي الربح نسبة إلى الموجودات

الجدول من اعداد الباحثة بالإعتماد على مؤشرات الربحية المستخرجة مسبقا

ان نسب النمو المركب كما موضح في الجدول (4) تعبر عن مقدار الربح الصافي الذي يحصل عليه المصرف مقارنة بما لديه من موجودات ثابتة لنفس الفترة لدى نفس المصارف عينة البحث ، ففي الفترة الاولى (2011-2014) يظهر لنا ان مصرف الخليج قد حصل على اعلى نسبة ربح مقارنة بما لديه من موجودات حيث بلغت (35%) وهذه النسبة تدل على مقدرة المصرف على إدارة الأموال لديها بما يحقق أقصى ربح ، أما اقل نسبة ربح تعود لمصرف الموصل (-32.97%) وهذه النسبة تعبر عن خسارة للمصرف فهو لا يحقق اي ارباح مقابل مجهودات العاملين واهتلاك راس المال .

أما الفترة الثانية (2014-2017) فقد كانت فترة سيئة وصعبة لجميع المصارف التي انخفضت ارباحها بصورة كبيرة بسبب الوضع الامني والسياسي والإقتصادي التي عانى منها العراق تلك الفترة فمصرف الموصل حقق ارباح (16.84%) وهو المصرف الوحيد عينة البحث الذي حقق ربحاً صافياً وقد يعود لاسباب سياسة او اقتصادية غير معروفة ، أما اقل نمو مركب لصادفي الارباح فكانت من نصيب مصرف الاستثمار حيث بلغت (-41.75%) وهذه النسبة تعبر عن خسائر كبيرة في نسبة الربح الصافي لدى المصرف لعدة اسباب داخلية وخارجية

أما الفترة الثالثة (2017-2020) فقد تحسن فيها الوضع المالي للمصارف بصورة خاصة والوضع الإقتصادي للبلاد بصورة عامة فقد حصل مصرف المنصور على اعلى نسبة ربح صافي مقابل الموجودات حيث بلغت ارباحه (33.47%) وهذه النسبة تدل على تطور الوضع المالي للمصرف بسبب الاستغلال الصحيح للموارد المالية بما يحقق اعلى ربح ، أما اقل نسبة ربح فقد كانت من نصيب مصرف البصرة حيث بلغت (-5015%) وهذه النسبة توضح فشل الدارة المالية لهذا المصرف في استغلال راس مالها بما يحقق أقصى ربح ممكن

أما الفترة الرابعة والاخيرة (2011-2020) فهي توضح مقدار النمو المركب لصادفي الربح على طول فترة البحث حيث حقق مصرف الائتمان اعلى نسبة ربح بلغت (\$5.24) وهذه النسبة تعبر استقرار الوضع المالي للمصرف على المدى البعيد وهذه يحقق نسبة أمان وسمعة أكبر للمصرف فهو يعبر عن تطور الوضع المالي للمصرف ، أما اقل نسبة نمو مركب لصادفي الربح فقد كانت من نصيب مصرف الموصل بلغت (-5.64%) وهذا يدل على عدم قدرة المصرف على التطور وتحقيق الارباح على المدى البعيد وبالتالي فشل الإدارة المالية في استغلال مواردها .

وعند مقارنة نسب النمو المركب لصادفي الربح الصافي نسبة للموجودات للمصارف عينة البحث مع نسب النمو المركب لسعر الصرف نجد ان هناك علاقة طردية بين الربح الصافي وسعر الصرف ففي الفترة الثالثة الذي كان فيها نمو المركب لسعر الصرف يبلغ (6.49%) وهي اعلى نسبة نمو كانت معظم المصارف عينة البحث قد حققت ارباح عالية مقارنة بالفترات السابقة .

جدول رقم (5) يوضح النمو المركب لصافي الربح نسبة إلى راس المال

السنة	العراق	البصرة	الاستثمار	اشور	الائتمان	التجاري	الخليج	المنصور	الموصل	بابل
2011-2014	0.29 %	9.05 %	4.86 %	32.10 %	21.96 %	6.45 %	8.94 %	13.97 %	49.97 %	21.39 %
2014-2017	24.46 %	22.99 %	37.50 %	23.59 %	14.68 %	7.26 %	32.78 %	0.25 %	29.43 %	11.09 %
2017-2020	8.85 %	4.38 %	9.28 %	11.43 %	4.07 %	49.48 %	4.83 %	22.18 %	8.49 %	10.48 %
2011-2020	13.77 %	14.82 %	15.84 %	26.73 %	16.42 %	8.46 %	19.44 %	14.91 %	18.89 %	17.10 %

الجدول من اعداد الباحثة بالإعتماد على مؤشرات الربحية المستخرجة مسبقا

في الجدول (5) يوضح مقدار النمو التراكمي لصافي الارباح التي يحصل عليها المصارف عينة البحث نسبة إلى راس مال المصرف وتظهر النسب لجميع الفترات ولجميع المصارف نسب سالبة تعبر عن خسارة وهذه النسب السالبة تعبر عن عدم اعتماد المصارف التجارية عينة البحث على راس مالها في تحقيق الارباح وانما تعتمد على مصادر اخرى كالإيداعات والسلف والقروض وبعض الإستثمارات في موجودات المصرف ، وأما عن تأثير سعر الصرف على هذا المؤشر فلا يمكن قياسه وذلك بسبب عدم اعتماد المصرف راس المال كما ذكرنا سابقا.

جدول رقم (6) يوضح النمو المركب لصافي الربح نسبة إلى الودائع

السنة	العراق	البصرة	الاستثمار	اشور	الائتمان	التجاري	الخليج	المنصور	الموصل	بابل
2011-2014	5.39 %	3.14 %	0.50 %	11.9 %	22.0 %	12.6 %	0.34 %	0.87 %	14.0 %	14.3 %
2014-2017	9.61 %	3.96 %	38.0 %	39.5 %	34.3 %	26.8 %	29.2 %	19.3 %	15.6 %	41.7 %
2017-2020	3.37 %	3.03 %	16.1 %	18.6 %	2.00 %	17.1 %	14.2 %	6.05 %	34.6 %	35.5 %

										2020
77.3	0.95	6.38	18-	10.9	7.78	28.4	12.1	0.81	3.30	201
3-%	-%	-%	%	5-%	-%	7-%	4-%	%	-%	1-2020

الجدول من اعداد الباحثة بالإعتماد على مؤشرات الربحية المستخرجة مسبقا

الجدول (6) يوضح لنا مقدار النمو التراكمي لاصافي الارباح التي يحصل عليها المصرف نسبة إلى الودائع التي يحصل عليها، ففي الفترة الاولى (2011-2014) يظهر لدينا حصول مصرف العراق على اعلى نسبة نمو ارباح بلغت (5.39%) وهذه النسبة تعبر عن ارتفاع نسبة نمو الارباح مقابل نمو الودائع لدى المصرف وهذا يدل على اعتماد المصرف على مصادر اخرى لتحقيق الارباح أكثر من اعتماده على الودائع ، أما اقل نسبة نمو فقد كانت من نصيب مصرف بابل وبلغت (14.35-%) وهذه النسبة توضح عدم مقدرة المصرف لتحقيق ارباح صافية.

أما الفترة الثانية (2014-2017) فهي تظهر انخفاض كبير لمستوى الارباح الصافية لجميع المصارف التجارية عينة البحث بسبب الظروف الإقتصادية والسياسية والمالية والامنية التي مر بها البلد في هذه الفترة بسبب انخفاض أسعار النفط عالميا وتعرض بعض مناطق العراق لاحتلال داعش .

أما الفترة الثالثة فقد شهد الوضع المالي تحسن لأغلب المصارف والمؤسسات المالية بسبب تحسن الظروف الإقتصادية للبلد فقد حصل مصرف الموصل على اعلى نسبة نمو ارباح صافية بلغت (34.69%) وهذا يبين حصول المصرف على ارباح عالية بسبب استغلاله لموارده المالية في مختلف العمليات المالية ، أما اقل نسبة نمو تراكمي للارباح كانت من نصيب مصرف بابل حيث بلغت (35.52-%) وهذه النسبة تعبر عن عدم تحقيق ارباح مالية عالية او أنها تحقق ارباح مالية من مصادر اخرى بعيدة عن الودائع .

أما الفترة الرابعة والاخيرة فقد شهدت معظم المصارف التجارية عينة البحث انخفاض في الارباح الصافية مقابل الودائع فأعلى نسبة ربح صافي هي لمصرف البصرة الدولي بلغت (0.81%) وهذه النسبة تعبر على اعتماد المصرف بصورة كبيرة على الودائع لتحقيق ارباح ، أما اقل نسبة فقد كانت من نصيب مصرف بابل وقد بلغت (99.33-%) وهذه النسبة تعبر عن انخفاض شديد في الارباح مقابل الودائع لدى المصرف .

أما عن تأثير سعر الصرف على الارباح صافية وفق هذا المعيار حيث يظهر النمو المركب لسعر الصرف علاقة طردية مع النمو المركب للربح الصافي نسبة للودائع حيث ان أقصى ارباح حققتها المصارف عينة البحث في الفترة الثالثة وهي نفس الفترة التي كان النمو المركب لسعر الصرف في اعلى مستوياته وهذا يدل على ارتفاع ارباح المصارف التجارية عند ارتفاع أسعار الصرف.

4. الجانب التحليلي القياسي لمؤشر الربحية لعينة من المصارف

نتائج انموذج تصحيح الخطأ والعلاقة طويلة الاجل لدالة مؤشر الربحية لمصرف العراق

معالم الاجل القصير				
Variable	Coefficient	Std. error	t-stat	Prob
D(P1(-1))	0.197228	0.161187	1.223599	0.2321
D(P1(-2))	0.197228	0.161187	1.223599	0.2321
D(P1(-3))	0.197228	0.161187	1.223599	0.2321
D(EX)	0.000294	0.001070	0.274768	0.7857
D(EX(-1))	0.026171	0.006882	3.802683	0.0008
D(EX(-2))	0.026171	0.006882	3.802683	0.0008
D(EX(-3))	0.026171	0.006882	3.802683	0.0008
CointEq(-1)*	-0.543267	0.141139	-3.849153	0.0007
$EC = P1 - (59.80 - 0.048 EX)$ معادلة تصحيح الخطأ				
معالم الاجل الطويل				
المتغير	Coefficient	Std. error	t-stat	Prob
Ex	-0.048756	0.012143	-4.015304	0.0004
C	59.80899	14.23068	4.202819	0.0003

المصدر من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج Eviews. 12

نلاحظ من الجدول ان معدل سعر الصرف في الاجل القصير وعن طريق اختبار T ذات دلالة معنوية وعند مستوى 5% اذ ان العلاقة بين سعر الصرف ومؤشر الربحية كانت علاقة عكسية ايان الزيادة في معدلات أسعار الصرف وبمقدار وحدة واحدة سوف يؤدي إلى خفض مؤشر الربحية (0.0002) وحدة .

وكانت معلمة سرعة التكيف قد بلغت (-0.5) وهي معنوية عند مستوى 5% ايان الاختلالات في الاجل القصير يتم تصحيح (5%) منها تجاه القيمة التوازنية طويلة الاجل في الستة اشهر الاولى من السنة نفسها ، اي (10%) خلال سنة وما تبقى يتم تصحيحه في السنوات اللاحقة

أما الاجل الطويل نلاحظ ان معدلات سعر الصرف وعن طريق اختبار t ذات دلالة معنوية عند مستوى (5%) في حين نجد ان معدل أسعار الصرف لا تؤثر على مؤشر الربحية في الاجل الطويل .

نتائج نموذج تصحيح الخطأ والعلاقة طويلة الاجل لدالة مؤشر ربحية المصرف التجاري

معالم الاجل القصير				
Variable	Coefficient	Std. error	t-stat	Prob
D(P2(-1))	0.409649	0.164789	2.485901	0.0187
D(P2(-2))	0.409649	0.164789	2.485901	0.0187
D(P2(-3))	0.409649	0.164789	2.485901	0.0187
D(EX)	-0.007668	0.004666	-1.643300	0.1108
CointEq(-1)*	-0.763710	0.172296	-4.432545	0.0001
معادلة تصحيح الخطأ $EC = P2 - (0.0029 EX)$				
معالم الاجل الطويل				
المتغير	Coefficient	Std. error	t-stat	Prob
Ex	0.002853	0.000220	12.98064	0.0000

صدر من اعداد الباحثة بالإعتماد على مخرجات برنامج **12 Eviews**

نلاحظ من الجدول ان معدل سعر الصرف في الاجل القصير وعن طريق اختبار T ذات دلالة معنوية وعند مستوى 5% اذ أن العلاقة بين سعر الصرف ومؤشر الربحية كانت علاقة عكسية ايان الزيادة في معدلات أسعار الصرف وبمقدار وحدة وأحدة سوف يؤدي إلى خفض مؤشر الربحية (0.007) وحدة .

وكانت معلمة سرعة التكيف قد بلغت (-0.7) وهي معنوية عند مستوى 5% ايان الاختلالات في الاجل القصير يتم تصحيح (7%) منها تجاه القيمة التوازنية طويلة الاجل في الستة اشهر الاولى من السنة نفسها ، اي(14%) خلال سنة وما تبقى يتم تصحيحه في السنوات اللاحقة

أما الاجل الطويل نلاحظ ان معدلات سعر الصرف وعن طريق اختبار t ذات دلالة معنوية عند مستوى (5%) في حين نجد ان معدل أسعار الصرف لا تؤثر على مؤشر الربحية في الاجل الطويل .

نتائج انموذج تصحيح الخطأ والعلاقة طويلة الاجل لدالة مؤشر ربحية مصرف الخليج

معالم الاجل القصير				
Variable	Coefficient	Std. error	t-stat	Prob
C	-66.89118	16.08202	-4.159376	0.0003
@TREND	-0.107378	0.026749	-4.014229	0.0005
D(P3(-1))	-0.047909	0.152173	-0.314830	0.7555
D(P3(-2))	-0.077283	0.152733	-0.505999	0.6173
D(P3(-3))	-0.106656	0.153639	-0.694202	0.4940
D(EX)	0.002675	0.002017	1.326525	0.1967
D(EX(-1))	-0.055971	0.013714	-4.081254	0.0004
D(EX(-2))	-0.055534	0.013614	-4.079250	0.0004
D(EX(-3))	-0.055096	0.013513	-4.077176	0.0004
CointEq(-1)*	-0.394746	0.094956	-4.157135	0.0003
معادلة تصحيح الخطأ $EC = P3 - (0.1504 EX)$				
معالم الاجل الطويل				
المتغير	Coefficient	Std. error	t-stat	Prob
Ex	0.150405	0.063874	2.354735	0.0267

المصدر من اعداد الباحثة بالاعتماد على مخرجات برنامج Eviews.12

نلاحظ من الجدول (4) ان معدل سعر الصرف في الاجل القصير وعن طريق اختبار T ذات دلالة معنوية وعند مستوى 5% اذ ان العلاقة بين سعر الصرف ومؤشر الربحية كانت علاقة عكسية ايان الزيادة في معدلات أسعار الصرف وبمقدار وحدة واحدة سوف يؤدي إلى خفض مؤشر الربحية (0.002) وحدة .

وكانت معلمة سرعة التكييف قد بلغت (-0.3) وهي معنوية عند مستوى 5% ايان الاختلالات في الاجل القصير يتم تصحيح (3%) منها تجاه القيمة التوازنية طويلة الاجل في الستة اشهر الاولى من السنة نفسها ، اي(6%) خلال سنة وما تبقى يتم تصحيحه في السنوات اللاحقة

أما الاجل الطويل نلاحظ ان معدلات سعر الصرف وعن طريق اختبار t ذات دلالة معنوية عند مستوى (5%) في حين نجد ان معدل أسعار الصرف لا تؤثر على مؤشر الربحية في الاجل الطويل .

5. الاستنتاجات

توصلت البحث إلى النتائج التالية :

- 1- ان المصارف التجارية العراقية عينة البحث تختلف فيما بينها اختلافاً كبيراً في مقدار الاحتياطات النقدية والودائع ومدى كفاءة نشاطها المالي والاستثماري وبالتالي التأثير والاختلاف في مؤشرات السيولة والربحية لهذه المصارف
- 2- هنالك ضعف كبير في مقدار العلاقة بين النشاط الاقتصادي والنشاط المالي للمصارف والمؤسسات في العراق وذلك بسبب ان أغلب نشاطات المصارف تعتمد على المضاربة ومغامرات الربح السريع
- 3- ان أغلب المستثمرين سواء مصارف او مؤسسات او شركات عازفة عن الاستثمار في الإقتصاد العراقي الحقيقي لأسباب عدة منها الوضع الامني والنظام الاداري للمؤسسات المالية اضافة إلى التخبط والعشوائية في القرارات الإقتصادية والمالية ، وهو مشكلة مزمنة في العراق .
- 4- ان اعتماد الإيرادات العراقية على النفط الذي يتميز بعدم ثبات سعره ادى إلى تقلبات في أسعار الصرف الأجنبية مقابل الدينار العراقي وهذا يؤثر على استقرار السوق العراقي بسبب اعتماد الإقتصاد العراقي على الإستيرادات بشكل كبير .
- 5- اظهر التحليل المالي وجود تأثير جوهري لسعر الصرف على عمل البنوك والمصارف وذلك بسبب اعتماد المصارف بصورة كبيرة على رأس المال الاجنبي (تمويل خارجي) اضافة إلى الالتزامات الخارجية للمصرف الذي يستدعي تحويل اموال ونقل عملات اجنبية من محل لأخر
- 6- ان تحليل نسب النمو المركب لسعر الصرف ومؤشرات الأداء اظهرت ان ارتفاع سعر الصرف اثر بصورة سلبية على معدل الموجودات و رأس المال والارباح الصافية التي تحققها المصارف عينة البحث .
- 7- تبين من خلال التحليل القياسي لمؤشرات الربحية للمصارف عينة البحث وجود تاثير كبير لتغيرات اسعار الصرف عليها فكما ارتفعت اسعار الصرف انخفضت الارباح التي تحققها هذه المصارف .

6. التوصيات

- 1- ضرورة التنوع في النشاط الاستثماري للمصارف من اجل توظيف الأموال بصورة حقيقية منتجة بما يخدم الإقتصاد العراقي
- 2- الابتعاد او التقليل من النشاط المضاربي لسوق الاوراق المالية وذلك لما تحمله من مخاطر كبيرة لرأس المال وعدم تحقيق فائدة او ناتج حقيقي من هذه المخاطر .
- 3- ضرورة توحيد القرارات بين المؤسسات الحكومية بما يخدم السوق العراقي وأهم هذه القرارات فيما يتعلق بسعر صرف العملات الأجنبية وارتباطها المباشر بالمصارف والافراد على حد سواء .
- 4- ضرورة اهتمام المصارف التجارية بتحسين واختيار الكفاءات والخبرات التي تطور من الجانب المالي للمصارف بما يحقق أقصى ارباح ممكنة وتوفير اعلى سيولة توفر الحصانة والأمان لهذه المصارف
- 5- ضرورة اتخاذ التدابير والسياسات المالية والإقتصادية لضمان استقرار نقدي للاقتصاد العراقي وبالتالي التخفيف من الخسائر المتوقعة للمؤسسات المالية

6_ اهتمام المصارف التجارية بالاستثمارات الحقيقية والنقدية التي تحقق عوائد مالية مستقرة تسهم في زيادة الربحية وتدعيم السيولة المالية لديها

5. المصادر العربية

- 1- إسماعيل ، سيد علي: مصادر توفير السيولة في البنوك الإسلامية ، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، مصر ، 2008،
- 2- الانجي ،كوثر عبد الفتاح: قياس وتوزيع الربح في البنك الإسلامي ، المعهد الإسلامي الدولي : عمان ، 1996
- 3- الجميل ، سرمد كوكب: المدخل إلى الأسواق المالية ، داؤ الاكاديميون للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2017
- 4- الحمداني ،محمد مجيد ، قياس اثر الصيرفة الالكترونية في مؤشرات الأداء المالي للمصارف ، رسالة مقدمة إلى مجلس كلية الإدارة والإقتصاد ، جامعة كربلاء، 2013
- 5- الدوري، زكريا ،: البنوك والسياسات النقدية، دار اليازوري العلمية، عمان، الأردن، 2013
- 6- الربيعي، حاكم محسن ، حمد عبد الحسين راضي، حوكمة البنوك واثرها في الأداء والمخاطرة ، دار اليازوردي للنشر والتوزيع ، الطبعة الاولى ، 2011، عمان
- 7- الشمري ، صادق راشد، استراتيجية إدارة المخاطر المصرفية واثرها في الأداء المالي للمصارف التجارية ، دار اليازوردي للنشر والتوزيع ، الطبعة العربية ، 2013 ، عمان
- 8- الشمري ،صادق راشد: الصناعة المصرفية الإسلامية مداخل وتطبيقات ، دار اليازوري، عمان الأردن نسبة النقد، 2020
- 9- خالد ،جميل محمد ، اساسيات الاقتصاد الدولي ، اكاديميون للنشر والتوزيع ، عمان، الاردن ، 2014
- 8- سلفاتور، دومنيك ، الاقتصاد الدولي ، الطبعة العربية ،سلسلة ملخصات شوم ، ترجمة محمد رضا علي العدل ، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية ، القاهرة
- 9- سوان، محمد حسن: أساسيات العمل المصرفي الإسلامي، بحث مصرفية تحليلية مع ملحق بالفتاوى الشرعية ، دار وائل للطباعة والنشر ، عمان، الأردن ، 2001
- 10- عبد الرحمن ، محمد ابراهيم، اقتصاديات النقود والبنوك ، دار التعليم الجامعي ، الاسكندرية ، 2014
- 11- عوض الله. زينب حسين، العلاقات الاقتصادية والنقدية الدولية، جامعة الاسكندرية . دار الجامعة الجديدة ، 2001
- 12- مزان، نصر حمود ، اثر السياسات الاقتصادية في اداء المصارف التجارية ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، الطبعة الاولى ، 2009،
- 13- مسعود ،محمد رشدي إبراهيم، توحيد العملات النقدية وأثره في اقتصاد الدول المتقدمة والنامية ،دار الجامعات للنشر ، القاهرة ، 2009
- 14- نامق ، صلاح الدين ، التجارة الدولية، ط2، دار المعارف بمصر، 1967.
- 15- ياور، علي عصام ، أسعار صرف العملات :: معالجة ازماتها من خلال التجارب الدولية : دار الايام للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2019

6. المصادر الاجنبية.

- 15-Eccles, Robert G., "Performance Measurement Manifesto", Hurra Business review, Vol. 69, No.1, 1991.P 131.
- 16-Miller Kent D., and Bromiley Philip, "Strategic Risk and performance analysis of Alternative Risk measures" Academy .No. 4, 1990, pp. 756-77 ،Management Journal, Vol
- 17-Slavin L. Stephen, "Economics", Sed the new school University, sixth edition , Mc Graw, Hill-Irwin, New York city ,2001 p.874.

تحليل علاقة المحددات الداخلية بالربحية وتأثيرها في الاستقرار المصرفي
 دراسة تحليلية لعينة من المصارف العراقية الخاصة المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية للمدة
 (2020-2005)

**Analysis of the relationship of internal determinants to profitability
 and their impact on banking stability : An analytical study of a
 sample of Iraqi private banks listed in the Iraqi Stock Exchange for
 the period(2020-2005)**

م. لمياء علي إبراهيم
Lamyaa Ali Ibrahim
 جامعة كربلاء - كلية الإدارة والاقتصاد
**Karbala University- College of
 Administration and Economic**
lamyaa.a@uokerbala.edu.iq

أ.م. د. علي احمد فارس
Ali Ahmed Faris
 جامعة كربلاء - كلية الإدارة والاقتصاد
**Karbala University- College of
 Administration and Economic**
ali.ahmed@uokerbala.edu.iq

المستخلص

يهدف هذا البحث إلى تسليط الضوء على علاقة المحددات الداخلية وتأثيرها في الاستقرار المصرفي عبر مؤشرات الربحية ، والمحددات الداخلية بمؤشراتها (حجم المصرف ، كفاية راس المال ، جودة الموجودات ، إدارة الموجودات ، جودة الإدارة ، المخاطر المالية) كمتغيرات مستقلة في الاستقرار المصرفي العراقي باستخدام مؤشر (Z-Score) كمتغير تابع ، ويتوسط العلاقة المتغير الوسيط الربحية بمؤشراتها (معدل العائد على الودائع ، معدل العائد على حق الملكية) وقد اعتمد البحث في الجانب التطبيقي على التقارير والكشوفات المالية المنشورة لعينة من المصارف العراقية الخاصة لسلسلة زمنية امتدت لـ (16 سنة) (2005 – 2020) ، واعتمدت الدراسة تحليل البيانات (Panel Data Analysis) وفق اختبار (Hausman) ، (Eviews V.12) ، و أسلوب تحليل المسار (Path Analysis) وبرنامج (Amos V.24) بالإضافة الى مجموعة من البرامج الاحصائية (SPSS،Excel) ، وكما توصل اليه البحث بمجموعة من الاستنتاجات أهمها ان زيادة اهتمام المصارف العراقية بمؤشرات الربحية من نجاح المصارف وزيادة عوامل الثقة والاطمئنان للمساهمين والمتعاملين مع القطاع المصرفي وجاءت توصيات هذا البحث ان أظهرت النتائج الإحصائية بضرورة اهتمام المصارف المبحوثة بالمحددات الداخلية لما لها من اثار إيجابية واضحة في الاستقرار المصرفي

الكلمات المفتاحية : الربحية - المحددات الداخلية - الاستقرار المصرفي - القطاع المصرفي

Abstract

This research aims to shed light on the relationship of internal determinants and their impact on banking stability through profitability indicators, and internal determinants with their indicators (bank size, capital adequacy, asset quality, asset management, management quality, financial risks)

as independent variables in Iraqi banking stability using the indicator (Z-Score) as a dependent variable, and the intermediary variable relationship mediates profitability with its indicators (the rate of return on deposits, the rate of return on the right of ownership). 2005-2020), and the study relied on panel data analysis according to (Hausman) test, (Eviews V.12), path analysis method (Path Analysis) and (Amos V.24) program, in addition to a set of statistical programs (Excel). And as the research reached a set of conclusions, the most important of which is that the increased interest of Iraqi banks in profitability indicators contributed to the success of banks and the increase in the factors of confidence and reassurance for shareholders and dealers with the banking sector. The recommendations of this research were: The statistical results showed that the surveyed banks should pay attention to the internal determinants because of their clear positive effects on banking stability

Keywords: Profitability - Internal Determinants -Banking Stability -The Banking Sector

1. المقدمة

يعد القطاع المصرفي أهم القطاعات التي يستند عليها القطاع الاقتصادي والسعي المتواصل لتحقيق الاستقرار في النظام المالي، نظرًا لأن الاستقرار المالي يسهم في النمو الاقتصادي وكذلك التنمية ويعزز الرفاهية الاقتصادية الوطنية ولذلك سعت المصارف لترسيخ مكانتها في السوق المصرفية من خلال العمل على توسيع أنشطتها من أجل استقطاب أكبر عدد ممكن من المتعاملين مع المصرف من جهة وإلى السعي لتحقيق أعلى الأرباح من خلال تعظيم الربحية والحد من الخسائر من خلال مقابلة الإيرادات والأرباح بالمصاريف والمخاطر التي يتعرض لها القطاع المصرفي وبذلك السعي لقياس وتحليل علاقة المحددات الداخلية لربحية المصارف ، إذ تم الاعتماد على مؤشرات المحددات الداخلية من خلال استخدام الموارد الذاتية الفعلية التي تساهم في ربحية النظام المصرفي وعليه تحقيق الاستقرار المصرفي ، مما تقدم فإن البحث قسم إلى أربعة مباحث المبحث الأول منه منهجية البحث العلمية أما المبحث الثاني فقد تناول الإطار الفكري ولمفاهيمي لكل من المحددات الداخلية والربحية والاستقرار المصرفي في حين تناول المبحث الثالث الجانب العملي وأما المبحث الرابع تناول مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات

2. المبحث الأول

2.1. المنهجية العلمية للبحث

2.1.1. مشكلة البحث: - ان مشكلة البحث تتجسد في سوء استخدام مؤشرات المحددات الداخلية المؤثرة في الربحية تؤدي لعدم الاستقرار يجعل المصارف بحاجة الى وضع سياسات إدارة فعالة للتحكم في نفقات التشغيل والسيطرة على الموجودات والحد من المخاطر وان عدم اهتمام المصارف عينة البحث بدراسة المحددات الداخلية ومعرفة تأثيرها بالاستقرار المصرفي وما يضمن بقاءها من خلال تعظيم الربحية وعليه ان مشكلة البحث يمكن تحديدها من خلال طرح التساؤلات التالية:

1. هل هنالك أثر واضح لمؤشرات المحددات الداخلية في خلق بيئة مصرفية مستقرة وفعالة؟
 2. هل هنالك أثر واضح لمؤشرات الربحية في تعزيز الاستقرار المصرفي؟
 3. هل يوجد تأثير مباشر وغير مباشر لمؤشرات المحددات الداخلية في الاستقرار المصرفي عبر مؤشرات الربحية؟
- 2.1.2. أهمية البحث:** — تتمثل أهمية البحث من خلال التالي: -

1. برزت رغبة المصارف المبحوثة في زيادة كفاءتها في تقديم الخدمات المصرفية للزبائن الحاليين كالقروض المصرفية وجذب الودائع مما يزيد من قدرة هذه المصارف على استقطاب أكبر عدد ممكن من الزبائن لتحقيق أفضل ما يمكن من العوائد وتحقيق الهدف النهائي هو تحقيق ربح أفضل.
 2. برزت أهمية البحث في المصارف المبحوثة بشكل واضح في التعرف على المحددات الداخلية بالربحية ودورها في تحقيق الاستقرار المصرفي
 3. يقدم البحث حلولاً للمشكلات التي تعاني منها المصارف المبحوثة ومن خلال التطبيق العملي لها في المصارف عينة البحث
- 2.1.3. أهداف البحث:** يتم صياغة الأهداف المرتبطة بمتغيرات البحث والتي تحقق متطلبات البحث النظرية والعملية وهي كالآتي:

1. يهدف البحث إلى تحديد أثر محددات خصائص المصارف (المحددات الداخلية) على ربحية المصارف العراقية وتأثيرها على الاستقرار المصرفي
 2. إبراز أثر تطبيق مؤشرات الربحية في زيادة مقدرة وكفاءة إدارة المصارف عينة الدراسة في استثمار أموال المساهمين في مجالات مختلفة وتوظيفها بهدف زيادة تحقيق الأرباح وتعظيم ربحيتهم بما ينعكس على استقرار المصارف
 3. تقديم مجموعة من الاستنتاجات والتوصيات للمصارف المبحوثة؟
- 2.1.4. فرضيات البحث: يستند البحث الى الفرضيات الآتية وهي:**

1. الفرضية الرئيسية الأولى: -لا يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للمحددات الداخلية في الاستقرار المصرفي
 2. الفرضية الرئيسية الثانية: -لا يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للمحددات الداخلية في معدل العائد على الودائع
 3. الفرضية الرئيسية الثالثة: -لا يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للمحددات الداخلية في معدل العائد على حق الملكية
 4. الفرضية الرئيسية الرابعة: -لا يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للربحية في الاستقرار المصرفي
 5. الفرضية الرئيسية الخامسة: -لا يوجد تأثير مباشر ذو دلالة معنوية للمحددات الداخلية في الاستقرار المصرفي من خلال مؤشر العائد على الودائع
 6. الفرضية الرئيسية السادسة: -لا يوجد تأثير مباشر ذو دلالة معنوية للمحددات الداخلية في الاستقرار المصرفي من خلال مؤشر العائد على حق الملكية
- 2.1.5. حدود البحث:**

1. الحدود المكانية: تتمثل الحدود المكانية عينة البحث المتمثلة بالمصارف العراقية الخاصة متمثلة بـ (بغداد، التجاري العراقي، الشرق الأوسط العراقي للاستثمار، الاستثمار العراقي، المتحد للاستثمار، الأهلي العراقي، الائتمان العراقي، سومر التجاري، الخليج التجاري، الموصل للتنمية والاستثمار) والمدرجة في سوق العراق للأوراق المالية
2. الحدود الزمانية: - لغرض تحقيق اهداف البحث الحالية بالاعتماد على البيانات التي ستغطي مدة الدراسة لسلسلة زمنية امتدت لـ(16 سنة) (2005 – 2020)

2.1.6. مصادر البيانات والمعلومات

من اجل انجاز متطلبات البحث اعتمد الباحث على المصادر الاتية: الكتب الاجنبية في مجال العلوم المالية والادارية والرسائل والاطاريح الجامعية المنشورة وغير المنشورة والبحوث والدوريات المنشورة في المجالات المالية والاقتصادية بالإضافة الى شبكة المعلومات الدولية الانترنت.

3.المبحث الثاني

3.1.الجانب النظري للربحية والمحددات الداخلية والاستقرار المصرفي

3.1.1. المحددات الداخلية

تواجه المصارف التجارية في سبيل تحقيقها لأهدافها المتعلقة بتعظيم ربحيتها العديد من العوامل التي يتفاوت تأثيرها على الربحية. وتشمل محددات الربحية الخصائص الخاصة بالمصرف وكذلك العوامل الخاصة بالصناعة (Dietrich&Wanzenried,2011:307). والمحددات الداخلية هي حجم المصرف، كفاية رأس المال، جودة الموجودات، إدارة الموجودات، جودة الإدارة، المخاطر المالية (Sarwar et al.,2018:40)

1. **حجم المصرف:** - يعتبر حجم المصرف محدد مهم لربحية المصرف. وجد في العديد من الدراسات أن حجم المصرف يرتبط بشكل إيجابي بربحية المصرف (Kawshala & Panditharathna,2017: 212). ويعرف حجم المصرف بأنه اللوغاريتم الطبيعي لإجمالي الموجودات (Ihsan et al.,2020:3250) ويمكن توضيح حجم المصرف من خلال المعادلة الاتية (Xu et al.,2022:5): -

$$(3) \dots\dots\dots \text{حجم المصرف} = \text{اللوغاريتم الطبيعي الإجمالي الموجودات}$$

2. **كفاية رأس المال:** - ويشير رأس المال إلى مقدار الأموال الخاصة المتاحة في المصرف، ويعد كمقياس يعكس الوضع المالي للمصرف وقوته واستقراره، ويتم احتساب كفاية رأس المال كنسبة من حقوق الملكية إلى إجمالي الموجودات الموزونة بالمخاطر، وهذه النسبة تقيس مقدار موجودات المصارف الممولة بأموال المالكين (المساهمين) لملاءمة رأس المال للمصرف عن طريق تقدير القدرة على امتصاص الخسائر المتوقعة (Mehta & Bhavani,2017:80). ويمكن حساب كفاية رأس المال بالاعتماد على المعادلة الاتية (Abobakr,2018: 384):

$$(4) \dots\dots\dots \text{Capital Adequacy CAP} = \text{Total Equity} / \text{Total Risk Weighted Assets}$$

كفاية راس المال = إجمالي حقوق الملكية / إجمالي الموجودات المرجحة بالمخاطر

3. **جودة الموجودات** : يعد مؤشر تعد جودة الموجودات من القضايا الرئيسية في الوقت الحاضر، وتقيس مدى كفاءة وفعالية الإدارة المصرفية في مراقبة مخاطر الائتمان والسيطرة عليها. إذ يكون لها تأثير واضح على نوع التصنيف الائتماني الممنوح (Ogboru,2019:39). على الرغم من أهمية جودة الموجودات لجميع المصارف إلا أن لها أهمية كبيرة في ربحية المصارف (Kadioglu et al.,2017:60). ويمكن قياسها بالمعادلة الآتية (Xu et al.,2022:5

$$\text{Asset Quality (AQ)} = \frac{\text{Non - performing loans}}{\text{Total assets}} \dots\dots\dots(5)$$

(1) Asset Quality (AQ) — جودة الموجودات

(2) Non-performing loans: — القروض المتعثرة (مخصص الديون المشكوك في تحصيلها)

(3) Total assets: — إجمالي الموجودات

4. **إدارة الموجودات** : — وتتمثل إدارة الموجودات في الدخل التشغيلي مقسومًا على إجمالي الموجودات. وان النسبة الأعلى لإدارة الموجودات مفيدة وجيدة للمصارف. ودليل على الاستخدام السليم لسياساتها في إدارة موجوداتها وتكون العلاقة الإيجابية بينها وبين وربحيتها وكما في المعادلة (Masood & Ashraf, 2012:260) (Sarwar et al.,2018:40

$$\text{Asset management (AM)} = \frac{\text{Operating income}}{\text{Total assets}} \dots\dots\dots(6)$$

(1) Asset management (AM) : — ادارة الموجودات

(2) Operating income : — الدخل التشغيلي

(3) Total assets : — إجمالي الموجودات

5. **جودة الادارة**: — حيث تتطلب كفاءة الإدارة في العمليات المصرفية إلى ضمان نمو الأرباح والكفاءة في خفض التكاليف وزيادة الدخل وإيرادات الفوائد على القروض بجميع تلك العوامل التي يعتمد عليها ربح المصرف (Badola & Verma, 2006:79). ان تأثيرات جودة الإدارة ينعكس مباشرة في الأداء التشغيلي (Ayanda et al.,2013:157). ويمكن قياس جودة الإدارة بالمعادلة الآتية (Sarwar et al.,2018:40

$$\text{Management Quality (MQ)} = \frac{\text{Operating expense}}{\text{Total assets}} \dots\dots\dots(7)$$

(1) management Quality : — جودة الادارة

(2) Operating expense : — المصاريف التشغيلية

(3) Total assets : — إجمالي الموجودات

6. **المخاطر المالية** — تعتبر المخاطر المالية من المخاطر المرتبطة بالمعاملات المالية ومصطلحا شاملا للعديد منها، ولذلك هي احتمال خسارة المستثمرين للمال إذا كانوا يستثمرون في المصارف التي تدفقاتها النقدية غير كافية، وتشمل المخاطر المالية مخاطر الإعسار النقدي (3-2:2017, Sisay) ، وتعرف المخاطرة المالية بانها

المخاطرة الناتجة عن قيام المصرف بالوفاء بالتزاماته المالية عن طريق استخدام الدين في حال عدم توافر الرصيد النقدي الكافي (Onsongo et al.,2020:1) ويمكن قياس جودة الإدارة بالمعادلة الآتية (Sarwar et al.,2018:40)

$$\text{Financial risk (FR)} = \frac{\text{Total liabilities}}{\text{Total assets}} \dots\dots\dots (8)$$

1) Financial risk (FR) — المخاطر المالية

2) Total liabilities : — اجمالي المطلوبات

3) Total assets : — اجمالي الموجودات

3.2. الربحية

يعتبر القطاع المصرفي أداة رئيسية للسياسة المالية التي تؤثر على النمو الاقتصادي و يعد النظام الربح والجدير بالثقة أحد عوامل النجاح الرئيسة للتنمية الاقتصادية (Etab, 2016:1) ، ويرى كل من (Idowu et al.,2017:88) ان مفهوم الربحية بانها " تقيس مدى قدرة المصارف على تحقيق العائد المناسب على الاموال المستثمرة في أنشطتها ، كفاءة إدارة المصارف في استخدام الموجودات المتنوعة على توليد المبيعات ، فالربحية تعتبر مقياس لقدرة المصرف على تحقيق الإيرادات مقارنة بالمصروفات التي تتكبدها، اذ تلجأ اليها المصارف التجارية إلى إيجاد قنوات استثمارية ملائمة لتوظيف ما تجمع لديها من أموال وتخفيض تكاليف تلك الاستثمارات (Mafumbate et al., 2017:23)، ووصفوا مفهوم الربحية المصرفية بانها " قدرة المساهمين أو المصرف على جني الأرباح في شكل عائد على حق الملكية أو عائد على الموجودات (Nisar et al.,2018:4) ، كما تشير النسبة المستخدمة لقياس مستوى ربحية المصرف هي العائد على الودائع (ROD) والعائد على حقوق الملكية (ROE) (Asma et al.,2011:2) (Owoputi et al.,2014:408) (Anjarwati et al.,2016:1) ويمكن توضيحهما بالآتي :-

1. معدل العائد على حق الملكية ROE

ان مؤشر العائد على حقوق الملكية يقيس كل دولار مستثمر من قبل أصحاب الأسهم العادية ، ويأخذ هذا المقياس بعين الاعتبار أثر النشاطات التشغيلية والتمويلية ، علاوة على ذلك ، فإن ارتفاع نسبة حقوق الملكية إلى الموجودات يقلل الدرع الضريبي الذي يوفره الخصم على مدفوعات الفائدة ، وبالتالي يقلل الأرباح بعد الضرائب (Hashem,2014:75) . وان ROE هي نسبة صافي الدخل بعد الفوائد والضرائب إلى إجمالي حقوق الملكية (Haavaldsen&Fredrik ,2010: 73) (Allen et al.,2011:4) (Bagh et al.,2017:153). ويتم احتسابها كما في المعادلة الآتية (Muhani et al.,2022:1242) :-

$$\text{ROE} = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Equity}} \dots\dots\dots (1)$$

1. (ROE) — هي معدل العائد على حق الملكية

2. (Net income) — هي صافي الدخل بعد الفوائد والضرائب

(Total Equity) — هي اجمالي حق الملكية

2. معدل العائد على الودائع ROD

يعتبر معدل العائد على الودائع (ROD) من مؤشرات ربحية المصارف الذي يقيس فعالية المصارف في تحويل الودائع إلى أرباح ومعدل العائد المكتسب من إجمالي الودائع الاستثمارية (Wahyudi et al., 2018:168). ويُعرّف معدل العائد على الودائع بأنه صافي الدخل بعد الفوائد والضرائب مقسوماً على إجمالي الودائع الاستثمارية (Bashir, 1999:11). ويحسب معدل العائد على الودائع من خلال المعادلة الآتية: — (Bashir, 1999:11)

$$ROD = \frac{\text{Net Income}}{\text{Total Deposit}}$$

.....(2)

1. (ROD) — هي معدل العائد على الودائع

2. (Net income) — هي صافي الدخل بعد الفوائد والضرائب

3. (Total deposit) — هي اجمالي الودائع

3.3. الاستقرار المصرفي

يؤدي مؤشر الاستقرار المصرفي دورًا حيويًا في تعزيز أمن وسمعة النظام المصرفي (Alshubiri, 2017:198). كما يعرف الاستقرار المصرفي بأنه "غياب الأزمات المصرفية ، والذي يتحقق من خلال استقرار جميع المصارف في النظام المصرفي أو القطاع المصرفي ، يمكن وصف الاستقرار المصرفي على أنه "استقرار المصارف المرتبطة ببعضها البعض إما بشكل مباشر من خلال سوق الودائع بين المصارف والمشاركة في القروض ، أو بشكل غير مباشر من خلال الإقراض للقطاعات المشتركة وتجارة الملكية وتختلف محددات الاستقرار المصرفي وتأثيره على استقرار النظام المالي من دولة لأخرى (Cecchetti & Kohler, 2014 : 207)، ويمكن اعتبار مؤشر الاستقرار المصرفي بمثابة نظام إنذار مبكر في الصناعة المصرفية. ويتم احتسابها كما في المعادلة الآتية: — (Adiputri & Indonesia , 2019: 253)

$$Z - score = \frac{ROA + (Equity/Asset)}{\sigma(ROA)}$$

..... (9)
(Equity \ Asset) — هي نسبة حقوق الملكية إلى إجمالي الموجودات

(ROA) — هي العائد على الموجودات = صافي الدخل \ اجمالي الموجودات

(σ ROA) — هو الانحراف المعياري للعائد على الموجودات

4.المبحث الثالث

4.1.الجانب العملي

4.1.1. — تحليل الانحدار باستخدام البيانات الطولية (Panel Data) لاختبار الفرضيات وتأثير المتغير المستقل في المتغير التابع عبر المتغير الوسيط لعينة البحث والمتمثلة بالمصارف العراقية الخاصة متمثلة بـ (بغداد، التجاري العراقي، الشرق

الأوسط العراقي للاستثمار، الاستثمار العراقي، المتحد للاستثمار، الأهلي العراقي، الائتمان العراقي، سومر التجاري، الخليج التجاري، الموصل للتنمية والاستثمار) والمدرجة في سوق العراق لأوراق المالية

اذ يهدف المبحث الحالي الى تحليل البيانات اللوحية او الطولية ويطلق عليها أيضا بيانات القطاع ((Panel Data Analysis ومن خلال التحليل الاحصائي باستخدام البرنامج (Eviews V.12)

1. الفرضية الرئيسية الاولى: - - لا يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للمحددات الداخلية في الاستقرار المصرفي

اذ يظهر الجدول (1) الاتي: - تأثير المحددات الداخلية في الاستقرار المصرفي في (10) من المصارف العراقية الخاصة ولسلسلة زمنية امتدت لـ (16 سنة) (2005 – 2020)، اذ بلغ عدد المشاهدات خلال المدة بـ(160) مشاهدة باستخدام أنموذج (Panel Regression)، فقد تم استخدام البيانات اللوحية من خلال تطبيق ثلاثة نماذج إحصائية وهي :- (أنموذج الانحدار التجميعي (Pooled Regression Model)، أنموذج التأثيرات الثابتة(Fixed Effects Model)، وأنموذج التأثيرات العشوائية(Random Effects Model)

الجدول (1) تأثير المحددات الداخلية في الاستقرار المصرفي

Sample: 2005 – 2020 - Cross-sections included: 5 - Total panel (balanced) observations:160													
الاستقرار المصرفي		Pooled Regression Model				Fixed Effects Model				Random Effects Model			
		Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob
Constant		79.78172	13.67153	5.835609	0.0000	80.49445	6.196866	12.98954	0.0000	80.35036	6.134490	13.09813	0.0000
المحددات الداخلية	X ₁ حجم المصرف	-1.308431	1.170585	-1.117759	0.2654	-1.668134	0.491383	-3.394773	0.0009	-1.639053	0.483961	-3.386748	0.0009
	X ₂ كفاية راس المال	0.118474	0.383026	0.309309	0.7575	0.220974	0.169373	1.304658	0.1941	0.208279	0.167643	1.242394	0.2160
	X ₃ جودة الموجودات	-133.7085	15.78693	-8.469569	0.0000	23.63289-	7.674558	-3.079381	0.0025	-30.02384	7.562192	-3.970256	0.0001
	X ₄ إدارة الموجودات	-93.20769	20.89913	-4.459884	0.0000	-1.194244	7.877333	-0.151605	0.8797	-5.620140	7.838843	-0.716960	0.4745

X ₅ الإدارة جودة	80.27394	21.26601	3.774754	0.0002	12.45470	8.242291	1.511072	0.1330	15.75851	8.205052	1.920586	0.0566
X ₆ المخاطرة المالية	-61.57171	2.974034	-20.70310	0.0000	-61.20301	1.591895	-38.44664	0.0000	-61.19717	1.549714	-39.48934	0.0000
R-square	0.836879			0.982092			0.936176					
R-squared Adj.	0.830482			0.980226			0.933673					
F-statistic	130.8256			526.4673			374.0368					
Prob (F-statistic)	0.000000			0.000000			0.000000					

بالمصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد على (Eviews V.12)

بعد ان تم تقدير الأنموذج بطرق البيانات اللوحية (الطولية) الثلاثة وعلى الرغم من معنوية النماذج الثلاث وفق القيمة الاحتمالية لاختبار F (Prob F-statistic) والبالغة (0.000000) وهي اقل من المستوى المعنوي (10%) الواردة في الجدول أعلاه ، يتم العمل على المفاضلة بين هذه الطرق من اجل الاعتماد على الطريقة الأفضل ولاختبار علاقة التأثير بين متغيرات البحث من خلال أسلوب (Panel Data) ، وللوصول الى هذا الهدف سيتم استخدام اختبار (F-statistic) بهدف المفاضلة بين النماذج لإثبات فرضية البحث ، ولاختيار الأنموذج المناسب من بين النماذج الإحصائية الثلاث المذكورة أعلاه بعد ان أظهرت جميع النتائج للاختبارات الثلاث (OLS)، (LSDV)، (EGLS) معنوية النماذج فلا بد من اختبار (Hausman) لاستخدامه في بيان مدى تأثير المحددات الداخلية في الاستقرار المصرفي للمصارف عينة البحث ، وكما يتم تفسير البيانات الواردة في الجدول (1) أعلاه وفق اختبار Hausman كما نشاهد من الجدول (2) ادناه ان النتائج المستخرجة وفق اختبار (Hausman)، يتضح ان القيمة الاحصائية Chi-Sq. Statistic كانت (45.109940) لذلك فهي معنوية عند مستوى (Prob) والبالغة (0.0000) اقل من (10%) وبدرجة حرية (6) والتي تعتمد على عدد المؤشرات للمتغير المستقل ، اي ان أنموذج التأثيرات الثابتة هو الأنموذج الملائم ، مما يعني قبول الفرضية الرئيسية الاولى ، وفي تقدير تأثير مؤشرات المحددات الداخلية (حجم المصرف X₁، كفاية راس المال X₂ ، جودة الموجودات X₃ ، إدارة الموجودات X₄، جودة الإدارة X₅ ، والمخاطر المالية X₆) في الاستقرار المصرفي Y ، وكما موضح بالجدول (2) الاتي :-

جدول (2) نتائج اختبار Hausman

Prob.	d.f.	Chi-Sq. Statistic قيمة الاختبار	نوع الاختبار
0.0000	6	45.109940	اختبار Hausman

بالمصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد على (Eviews V.12)

وعليه ، فان اكثر أنموذج ملائم وفق هذه الفرضية والنتائج في اعلاه هو أنموذج التأثيرات الثابتة وفق اختبار (Hausman) اما معادلة الانحدار المستخرجة من الجدول أعلاه في ظل اختبار أنموذج التأثيرات الثابتة (LSDV) يتم توضيحها بالآتي

$$Y=80.49445 -1.668134X_1 + 0.220974X_2 -23.63289X_3 -1.194244X_4 +12.45470X_5 -61.20301X_6$$

فكانت النتائج المستخرجة من المعادلة التقديرية بوجود علاقة عكسية بين مؤشرات المحددات الداخلية (X1، X3، X4، X6) وبين الاستقرار المصرفي Y فكل زيادة في (X1، X3، X4، X6) بوحدة واحدة تقل Y بمقدار (-1.668134، -23.63289، -1.194244، -61.20301) على التوالي مع ثبات اثر بقية المؤشرات الأخرى ، اما المعادلة التقديرية فكانت العلاقة طردية بين الاستقرار المصرفي ومؤشري كفاية راس المال وجودة الإدارة (X2 ، X5) فكل زيادة بها بمقدار وحدة واحدة تزداد Y بمقدار (0.220974، 12.45470) على التوالي مع ثبات اثر بقية المؤشرات الأخرى .

نستخلص مما سبق، رفض الفرضية الرئيسية الاولى وهي (فرضية العدم (H0)) وفق النماذج الإحصائية الثلاث عند مستوى (10%) وقبول الفرضية البديلة (H1)) وذلك لمعنوية الاختبار الاحصائي ومعنوية قيمها بالتأثير سواء الإيجابي ام السلبي وذلك بوجود علاقة تأثير واضح للمحددات الداخلية بمؤشراتها (حجم المصرف X1، كفاية راس المال X2 ، جودة الموجودات X3، إدارة الموجودات X4، جودة الإدارة X5 والمخاطر المصرفية X6) في الاستقرار المصرفي .

2. الفرضية الرئيسية الثانية: - لا يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للمحددات الداخلية في معدل العائد على الودائع

اذ يظهر الجدول (3) الاتي :- تأثير المحددات الداخلية في معدل العائد على الودائع فقد تم استخدام البيانات اللوحية من خلال تطبيق ثلاثة نماذج إحصائية

الجدول (3) تأثير المحددات الداخلية في معدل العائد على الودائع

Sample: 2005 – 2020 - Cross-sections included: 5 - Total panel (balanced) observations:160													
معدل العائد على الودائع	Pooled Regression Model				Fixed Effects Model				Random Effects Model				
	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob	
Constant	-0.064819	0.081019	-0.800046	0.4249	-0.049594	0.095230	-0.520783	0.6033	-0.053748	0.074778	-0.718763	0.4734	
حجم المصرف X ₁	0.000000	0.000000	0.000000	0.999999	0.000000	0.000000	0.000000	0.999999	0.000000	0.000000	0.000000	0.999999	
معدل العائد	Pooled Regression Model				Fixed Effects Model				Random Effects Model				
كفاية راس المال X ₂	-0.0003616	0.002270	-0.1592893	0.1132	-0.0005721	0.002603	-0.2198015	0.0295	-0.0004051	0.002137	-0.1895455	0.0599	
جودة الموجودات X ₃	0.244641	0.093555	2.614929	0.0098	0.082564	0.117988	0.700064	0.0000	0.186404	0.089615	2.080049	0.0392	
Constant	0.244641	0.093555	2.614929	0.0098	0.082564	0.117988	0.700064	0.0000	0.186404	0.089615	2.080049	0.0392	
إدارة الموجودات X ₄	2.389218	0.123851	19.29108	0.0000	2.289162	0.121054	18.91023	0.0000	2.381859	0.111861	21.29311	0.0000	
النسجم X ₇	0.00047	0.000074	6.3833	0.0000	0.5242	0.00047	1100.00072	0.0000	0.5162	0.00047	1080.00072	0.0000	
الناتج المحلي الاجمالي X ₈	0.016158	0.007910	2.042649	0.0428	0.013437	0.007793	1.721056	0.0868	0.015587	0.007726	2.017177	0.0454	
X ₉ سعر الصرف	-0.000133	0.000115	-1.152402	0.2509	0.000131	0.000112	-1.162347	0.2470	-0.000132	0.000112	-1.178367	0.2405	
المحددات الداخلية	0.00047	0.000074	6.3833	0.0000	0.5242	0.00047	1100.00072	0.0000	0.5162	0.00047	1080.00072	0.0000	
المحددات الداخلية	0.016158	0.007910	2.042649	0.0428	0.013437	0.007793	1.721056	0.0868	0.015587	0.007726	2.017177	0.0454	
المحددات الداخلية	-0.000133	0.000115	-1.152402	0.2509	0.000131	0.000112	-1.162347	0.2470	-0.000132	0.000112	-1.178367	0.2405	
المحددات الداخلية	0.00047	0.000074	6.3833	0.0000	0.5242	0.00047	1100.00072	0.0000	0.5162	0.00047	1080.00072	0.0000	
المحددات الداخلية	0.016158	0.007910	2.042649	0.0428	0.013437	0.007793	1.721056	0.0868	0.015587	0.007726	2.017177	0.0454	
المحددات الداخلية	-0.000133	0.000115	-1.152402	0.2509	0.000131	0.000112	-1.162347	0.2470	-0.000132	0.000112	-1.178367	0.2405	
المحددات الداخلية	0.00047	0.000074	6.3833	0.0000	0.5242	0.00047	1100.00072	0.0000	0.5162	0.00047	1080.00072	0.0000	
المحددات الداخلية	0.016158	0.007910	2.042649	0.0428	0.013437	0.007793	1.721056	0.0868	0.015587	0.007726	2.017177	0.0454	
المحددات الداخلية	-0.000133	0.000115	-1.152402	0.2509	0.000131	0.000112	-1.162347	0.2470	-0.000132	0.000112	-1.178367	0.2405	
المحددات الداخلية	0.00047	0.000074	6.3833	0.0000	0.5242	0.00047	1100.00072	0.0000	0.5162	0.00047	1080.00072	0.0000	
المحددات الداخلية	0.016158	0.007910	2.042649	0.0428	0.013437	0.007793	1.721056	0.0868	0.015587	0.007726	2.017177	0.0454	
المحددات الداخلية	-0.000133	0.000115	-1.152402	0.2509	0.000131	0.000112	-1.162347	0.2470	-0.000132	0.000112	-1.178367	0.2405	
المحددات الداخلية	0.00047	0.000074	6.3833	0.0000	0.5242	0.00047	1100.00072	0.0000	0.5162	0.00047	1080.00072	0.0000	
المحددات الداخلية	0.016158	0.007910	2.042649	0.0428	0.013437	0.007793	1.721056	0.0868	0.015587	0.007726	2.017177	0.0454	
المحددات الداخلية	-0.000133	0.000115	-1.152402	0.2509	0.000131	0.000112	-1.162347	0.2470	-0.000132	0.000112	-1.178367	0.2405	
المحددات الداخلية	0.00047	0.000074	6.3833	0.0000	0.5242	0.00047	1100.00072	0.0000	0.5162	0.00047	1080.00072	0.0000	
المحددات الداخلية	0.016158	0.007910	2.042649	0.0428	0.013437	0.007793	1.721056	0.0868	0.015587	0.007726	2.017177	0.0454	
المحددات الداخلية	-0.000133	0.000115	-1.152402	0.2509	0.000131	0.000112	-1.162347	0.2470	-0.000132	0.000112	-1.178367	0.2405	
المحددات الداخلية	0.00047	0.000074	6.3833	0.0000	0.5242	0.00047	1100.00072	0.0000	0.5162	0.00047	1080.00072	0.0000	
المحددات الداخلية	0.016158	0.007910	2.042649	0.0428	0.013437	0.007793	1.721056	0.0868	0.015587	0.007726	2.017177	0.0454	
المحددات الداخلية	-0.000133	0.000115	-1.152402	0.2509	0.000131	0.000112	-1.162347	0.2470	-0.000132	0.000112	-1.178367	0.2405	
المحددات الداخلية	0.00047	0.000074	6.3833	0.0000	0.5242	0.00047	1100.00072	0.0000	0.5162	0.00047	1080.00072	0.0000	
المحددات الداخلية	0.016158	0.007910	2.042649	0.0428	0.013437	0.007793	1.721056	0.0868	0.015587	0.007726	2.017177	0.0454	
المحددات الداخلية	-0.000133	0.000115	-1.152402	0.2509	0.000131	0.000112	-1.162347	0.2470	-0.000132	0.000112	-1.178367	0.2405	
المحددات الداخلية	0.00047	0.000074	6.3833	0.0000	0.5242	0.00047	1100.00072	0.0000	0.5162	0.00047	1080.00072	0.0000	
المحددات الداخلية	0.016158	0.007910	2.042649	0.0428	0.013437	0.007793	1.721056	0.0868	0.015587	0.007726	2.017177	0.0454	
المحددات الداخلية	-0.000133	0.000115	-1.152402	0.2509	0.000131	0.000112	-1.162347	0.2470	-0.000132	0.000112	-1.178367	0.2405	
المحددات الداخلية	0.00047	0.000074	6.3833	0.0000	0.5242	0.00047	1100.00072	0.0000	0.5162	0.00047	1080.00072	0.0000	
المحددات الداخلية	0.016158	0.007910	2.042649	0.0428	0.013437	0.007793	1.721056	0.0868	0.015587	0.007726	2.017177	0.0454	
المحددات الداخلية	-0.000133	0.000115	-1.152402	0.2509	0.000131	0.000112	-1.162347	0.2470	-0.000132	0.000112	-1.178367	0.2405	
المحددات الداخلية	0.00047	0.000074	6.3833	0.0000	0.5242	0.00047	1100.00072	0.0000	0.5162	0.00047	1080.00072	0.0000	
المحددات الداخلية	0.016158	0.007910	2.042649	0.0428	0.013437	0.007793	1.721056	0.0868	0.015587	0.007726	2.017177	0.0454	
المحددات الداخلية	-0.000133	0.000115	-1.152402	0.2509	0.000131	0.000112	-1.162347	0.2470	-0.000132	0.000112	-1.178367	0.2405	
المحددات الداخلية	0.00047	0.000074	6.3833	0.0000	0.5242	0.00047	1100.00072	0.0000	0.5162	0.00047	1080.00072	0.0000	
المحددات الداخلية	0.016158	0.007910	2.042649	0.0428	0.013437	0.007793	1.721056	0.0868	0.015587	0.007726	2.017177	0.0454	
المحددات الداخلية	-0.000133	0.000115	-1.152402	0.2509	0.000131	0.000112	-1.162347	0.2470	-0.000132	0.000112	-1.178367	0.2405	
المحددات الداخلية	0.00047	0.000074	6.3833	0.0000	0.5242	0.00047	1100.00072	0.0000	0.5162	0.00047	1080.00072	0.0000	
المحددات الداخلية	0.016158	0.007910	2.042649	0.0428	0.013437	0.007793	1.721056	0.0868	0.015587	0.007726	2.017177	0.0454	
المحددات الداخلية	-0.000133	0.000115	-1.152402	0.2509	0.000131	0.000112	-1.162347	0.2470	-0.000132	0.000112	-1.178367	0.2405	
المحددات الداخلية	0.00047	0.000074	6.3833	0.0000	0.5242	0.00047	1100.00072	0.0000	0.5162	0.00047	1080.00072	0.0000	
المحددات الداخلية	0.016158	0.007910	2.042649	0.0428	0.013437	0.007793	1.721056	0.0868	0.015587	0.007726	2.017177	0.0454	
المحددات الداخلية	-0.000133	0.000115	-1.152402	0.2509	0.000131	0.000112	-1.162347	0.2470	-0.000132	0.000112	-1.178367	0.2405	
المحددات الداخلية	0.00047	0.000074	6.3833	0.0000	0.5242	0.00047	1100.00072	0.0000	0.5162	0.00047	1080.00072	0.0000	
المحددات الداخلية	0.016158	0.007910	2.042649	0.0428	0.013437	0.007793	1.721056	0.0868	0.015587	0.007726	2.017177	0.0454	
المحددات الداخلية	-0.000133	0.000115	-1.152402	0.2509	0.000131	0.000112	-1.162347	0.2470	-0.000132	0.000112	-1.178367	0.2405	
المحددات الداخلية	0.00047	0.000074	6.3833	0.0000	0.5242	0.00047	1100.00072	0.0000	0.5162	0.00047	1080.00072	0.0000	
المحددات الداخلية	0.016158	0.007910	2.042649	0.0428	0.013437	0.007793	1.721056	0.0868	0.015587	0.007726	2.017177	0.0454	
المحددات الداخلية	-0.000133	0.000115	-1.152402	0.2509	0.000131	0.000112	-1.162347	0.2470	-0.000132	0.000112	-1.178367	0.2405	
المحددات الداخلية	0.00047	0.000074	6.3833	0.0000	0.5242	0.00047	1100.00072	0.0000	0.5162	0.00047	1080.00072	0.0000	
المحددات الداخلية	0.016158	0.007910	2.042649	0.0428	0.013437	0.007793	1.721056	0.0868	0.015587	0.007726	2.017177	0.0454	
المحددات الداخلية	-0.000133	0.000115	-1.152402	0.2509	0.000131	0.000112	-1.162347	0.2470	-0.000132	0.000112	-1.178367	0.2405	
المحددات الداخلية	0.00047	0.000074	6.3833	0.0000	0.5242	0.00047	1100.00072	0.0000	0.5162	0.00047	1080.00072	0.0000	
المحددات الداخلية	0.016158	0.007910	2.042649	0.0428	0.013437	0.007793	1.721056	0.0868	0.015587	0.007726	2.017177	0.0454	
المحددات الداخلية	-0.000133	0.000115	-1.152402	0.2509	0.000131	0.000112	-1.162347	0.2470	-0.000132	0.000112	-1.178367	0.2405	
المحددات الداخلية	0.00047	0.000074	6.3833	0.0000	0.5242	0.00047	1100.00072	0.0000</					

جودة الإدارة X ₅	-0.293403	0.126025	-2.328128	0.0212	-0.422954	0.126663	-3.399217	0.0011	-0.336435	0.115270	-2.918667	0.0040
المخاطرة المصرفية X ₆	-0.110391	0.017625	-6.263504	0.0000	-0.102964	0.024463	-4.208900	0.0000	-0.110260	0.016831	-6.551034	0.0000
R-square	0.721983			0.794756			0.720030					
R-squared Adj.	0.711081			0.773376			0.709051					
F-statistic	66.22115			37.17351			65.58133					
Prob (F-statistic)	0.000000			0.000000			0.000000					

المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد على (Eviews V.12)

بعد ان تم تقدير الأنموذج بطرق البيانات اللوحية (الطولية) الثلاثة وعلى الرغم من معنوية النماذج الثلاث وفق القيمة الاحتمالية لاختبار F (Prob F-statistic) والبالغة (0.000000) وهي اقل من المستوى المعنوي (10%) الواردة في الجدول أعلاه ، يتم العمل على المفاضلة بين هذه الطرق من اجل الاعتماد على الطريقة الأفضل ولاختبار علاقة التأثير بين متغيرات البحث من خلال أسلوب (Panel Data) ، وللوصول الى هذا الهدف سيتم استخدام اختبار Prob (F-statistic) بهدف المفاضلة بين النماذج لإثبات فرضية البحث ، ولاختيار الأنموذج المناسب من بين النماذج الإحصائية الثلاث المذكورة أعلاه بعد ان أظهرت جميع النتائج للاختبارات الثلاث (OLS)، (LSDV)، (EGLS) معنوية النماذج فلا بد من اختبار (Hausman) لاستخدامه في بيان مدى تأثير المحددات الداخلية في معدل العائد على الودائع للمصارف عينة البحث ، وكما يتم تفسير البيانات الواردة في الجدول (3) أعلاه وفق اختبار Hausman كما نشاهد من الجدول (4) ادناه ان النتائج المستخرجة وفق اختبار (Hausman)، يتضح ان القيمة الاحصائية Chi-Sq. Statistic كانت (35.952124) لذلك فهي معنوية عند مستوى (Prob) والبالغة (0.0000) اقل من (10%) ودرجة حرية (6) والتي تعتمد على عدد المؤشرات للمتغير المستقل ، اي ان أنموذج التأثيرات الثابتة هو الأنموذج الملائم ، مما يعني قبول الفرضية الرئيسية السابعة، وفي تقدير تأثير مؤشرات المحددات الداخلية (حجم المصرف X₁، كفاية راس المال X₂ ، جودة الموجودات X₃ ، إدارة الموجودات X₄، جودة الإدارة X₅ ، والمخاطر المصرفية X₆) في معدل العائد على الودائع Z₁، وكما موضح بالجدول (4) الاتي

جدول (4) نتائج اختبار Hausman

Prob.	. d.f	Chi-Sq. Statistic	قيمة الاختبار	نوع الاختبار
0.0000	6	35.952124		اختبار Hausman

المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد على (Eviews V.12)

وعليه ، فان اكثر أنموذج ملائم وفق هذه الفرضية والنتائج في اعلاه هو أنموذج التأثيرات الثابتة وفق اختبار (Hausman). اما معادلة الانحدار المستخرجة من الجدول أعلاه في ظل اختبار أنموذج التأثيرات الثابتة (LSDV) يتم توضيحها بالآتي —:

$$Z1 = -0.049594 + 0.011335X1 - 0.005721X2 - 0.082564X3 + 2.289162X4 - 0.422954X5 - 0.102964X6$$

تشير معادلة الانحدار الى وجود علاقة سواء طردية او عكسية بين المتغير الوسيط (معدل العائد على الودائع) الذي يمثل = صافي الدخل \ اجمالي الودائع ، والمتغير المستقل الذي يمثل المحددات الداخلية بمؤشراتها فكانت النتائج المستخرجة من المعادلة التقديرية بوجود علاقة عكسية بين مؤشرات المحددات الداخلية (X2، X3، X5، X6) وبين معدل العائد على الودائع Z1 فكل زيادة في (X2، X3، X5، X6) بوحدة واحدة تقل Z1 بمقدار (-0.005721، -0.082564، -0.422954، -0.102964) على التوالي مع ثبات اثر بقية المؤشرات الأخرى ، اما المعادلة التقديرية فكانت العلاقة طردية بين معدل العائد على الودائع Z1 ومؤشرات المحددات الداخلية (X1، X4) فكل زيادة بها بمقدار وحدة واحدة تزداد Z1 بمقدار (0.011335، 2.289162) على التوالي مع ثبات اثر بقية المؤشرات الأخرى .

نستخلص مما سبق ، تم رفض الفرضية الرئيسية السابعة وهي (فرضية العدم (H0)) وفق النماذج الإحصائية الثلاث عند مستوى (10%) وقبول الفرضية البديلة (H1)) وذلك لمعنوية الاختبار الاحصائي وذلك بوجود علاقة تأثير واضح للمحددات الداخلية بمؤشراتها (حجم المصرف X1، كفاية راس المال X2 ، جودة الموجودات X3 ، إدارة الموجودات X4، جودة الإدارة X5 والمخاطر المصرفية X6) في معدل العائد على الودائع Z1.

3. الفرضية الرئيسية الثالثة : - لا يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للمحددات الداخلية في معدل العائد على حق الملكية

اذ يظهر الجدول (5) الاتي: - تأثير المحددات الداخلية في معدل العائد على حق الملكية فقد تم استخدام

البيانات اللوحية من خلال تطبيق ثلاثة نماذج إحصائية

الجدول (5) تأثير المحددات الداخلية في معدل العائد على حق الملكية

Sample: 2005 – 2020 - Cross-sections included: 5 - Total panel (balanced) observations:160													
معدل العائد على حق الملكية		Pooled Regression Model				Fixed Effects Model				Random Effects Model			
		Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob
Constant		0.008172-	0.102686	-0.079586	0.9367	-0.073950	0.130814	-0.565305	0.5727	-0.037190	0.113660	-0.327202	0.7440
المحددات الداخلية	X1 حجم المصرف	-0.008376	0.008792	-0.952615	0.3423	-0.005227	0.010373	-0.503912	0.6151	-0.007213	0.009316	-0.774265	0.4400
	X2 كفاية راس المال	0.001493	0.002877	0.518850	0.6046	0.005023	0.003575	1.405009	0.1622	0.003469	0.003262	1.063387	0.2893
	X3 جودة الموجودات	-0.122716	0.118575	-1.034927	0.3023	0.165174	0.162008	1.019547	0.3097	0.032781	0.142065	0.230749	0.8178

إدارة الموجودات X ₄	2.226616	0.156973	14.18475	0.0000	2.379647	0.166288	14.31038	0.0000	2.315028	0.159690	14.49705	0.0000
جودة الإدارة X ₅	0.031167	0.159728	0.195127	0.8456	-	0.056468	-	0.7460	-	0.166816	-	0.9362
المخاطرة المالية X ₆	0.209284	0.022338	9.369032	0.0000	0.236111	0.033604	7.026189	0.0000	0.222678	0.027334	8.146409	0.0000
R-square	0.759082			0.791078			0.756737					
R-squared Adj.	0.749635			0.769315			0.747198					
F-statistic	80.34528			36.35019			79.32495					
Prob (F-statistic)	0.000000			0.000000			0.000000					

المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد على (Eviews V.12)

بعد ان تم تقدير الأنموذج بطرق البيانات اللوحية (الطولية) الثلاثة وعلى الرغم من معنوية النماذج الثلاث وفق القيمة الاحتمالية لاختبار F (Prob F-statistic) والبالغة (0.000000) وهي اقل من المستوى المعنوي (10%) الواردة في الجدول أعلاه ، يتم العمل على المفاضلة بين هذه الطرق من اجل الاعتماد على الطريقة الأفضل ولاختبار علاقة التأثير بين متغيرات البحث من خلال أسلوب (Panel Data) ، وللوصول الى هذا الهدف سيتم استخدام اختبار Prob (F-statistic) بهدف المفاضلة بين النماذج لإثبات فرضية البحث ، ولاختيار الأنموذج المناسب من بين النماذج الإحصائية الثلاث فلابد من اختبار Hausman لاستخدامه في بيان مدى تأثير المحددات الداخلية في معدل العائد على حق الملكية للمصارف عينة الدراسة ، وكما يتم تفسير البيانات الواردة في الجدول (5) أعلاه وفق اختبار Hausman نشاهد من الجدول (6) ادناه ان النتائج المستخرجة وفق اختبار (Hausman)، يتضح ان القيمة الاحصائية Chi-Sq. Statistic كانت (4.357572) لذلك فهي غير معنوية عند مستوى (Prob) والبالغة (0.6284) اكبر من (10%) وبدرجة حرية (6) والتي تعتمد على عدد المؤشرات للمتغير المستقل ، اي ان انموذج المفضل والملائم للانحدار وفق اختبار (Hausman) كان أنموذج التأثيرات العشوائية ، مما يعني قبول الفرضية الرئيسية الثالثة ، وفي تقدير تأثير مؤشرات المحددات الداخلية (حجم المصرف X₁، كفاية راس المال X₂ ، جودة الموجودات X₃ ، إدارة الموجودات X₄، جودة الإدارة X₅ ، والمخاطر المصرفية X₆) في معدل العائد على حق الملكية Z₂ ، وكما موضح بالجدول (6) الاتي :-

جدول (6) نتائج اختبار Hausman

Prob.	. d.f	قيمة الاختبار Chi-Sq. Statistic	نوع الاختبار
0.6284	6	4.357572	اختبار Hausman

المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد على (Eviews V.12)

وعليه، فان أكثر أنموذج ملائم وفق هذه الفرضية والنتائج في اعلاه هو أنموذج التأثيرات العشوائية (Random Effects Model) وفق اختبار (Hausman). اما معادلة الانحدار المستخرجة من الجدول أعلاه في ظل اختبار أنموذج التأثيرات العشوائية (EGLS) يتم توضيحها بالآتي :-

$$Z_2 = -0.037190 - 0.007213X_1 + 0.003469X_2 + 0.032781X_3 + 2.315028X_4 - 0.013383X_5 + 0.222678X_6$$

فكانت النتائج المستخرجة من المعادلة التقديرية بوجود علاقة عكسية بين مؤشرات المحددات الداخلية (X_5 ، X_1) وبين معدل العائد على حق الملكية Z_2 فكل زيادة في (X_5 ، X_1) بوحدة واحدة تقل Z_2 بمقدار (-0.007213)، - (0.013383) على التوالي مع ثبات اثر بقية المؤشرات الأخرى، اما المعادلة التقديرية فكانت العلاقة طردية بين معدل العائد على حق الملكية Z_2 ومؤشرات المحددات الداخلية (X_6 ، X_4 ، X_3 ، X_2) فكل زيادة بها بمقدار وحدة واحدة تزداد Z_2 بمقدار (0.222678، 2.315028، 0.032781، 0.003469) على التوالي مع ثبات اثر بقية المؤشرات الأخرى.

نستخلص مما سبق، تم رفض الفرضية الرئيسية التاسعة وهي (فرضية العدم (H_0)) وفق النماذج الإحصائية الثلاث عند مستوى (10%) وقبول الفرضية البديلة (H_1) وذلك لمعنوية الاختبار الاحصائي وذلك بوجود علاقة تأثير واضح للمحددات الداخلية بمؤشراتها (حجم المصرف X_1 ، كفاية راس المال X_2 ، جودة الموجودات X_3 ، إدارة الموجودات X_4 ، جودة الإدارة X_5 والمخاطر المصرفية X_6) في معدل العائد على حق الملكية Z_2 .

4. الفرضية الرئيسية الرابعة: - لا يوجد تأثير ذو دلالة معنوية للربحية في الاستقرار المصرفي

اذ يظهر الجدول (7) الاتي - تأثير الربحية في الاستقرار المصرفي في (10) من المصارف العراقية

الخاصة ولسلسلة زمنية امتدت لـ (16 سنة) (2005 – 2020)،

الجدول (7) تأثير الربحية في الاستقرار المصرفي Y

Sample: 2005 – 2020 - Cross-sections included: 5 - Total panel (balanced) observations:160

الاستقرار المصرفي		Pooled Regression Model				Fixed Effects Model				Random Effects Model			
		Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob
Constant		31.66947	1.210986	26.15181	0.0000	29.20641	0.712706	40.97961	0.0000	29.37252	1.864565	15.75302	0.0000
الربحية	معدل العائد على الودائع Z_1	36.75938	14.99763	2.451012	0.0153	46.71277	10.45217	4.469195	0.0000	46.18306	10.28692	4.489493	0.0000
	معدل العائد على حق الملكية Z_2	-108.2200	11.01532	-9.824501	0.0000	-83.27419	7.247830	-11.48953	0.0000	-85.06118	7.164038	-11.87336	0.0000
R-square		0.386705				0.813584				0.458845			
R-squared Adj.		0.378892				0.799729				0.451952			

F-statistic	49.49705	58.72028	66.56022
Prob (F-statistic)	0.000000	0.000000	0.000000

المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد على (Eviews V.12)

بعد ان تم تقدير الأنموذج بطرق البيانات اللوحية (الطولية) الثلاثة وعلى الرغم من معنوية النماذج الثلاث وفق القيمة الاحتمالية لاختبار F (Prob F-statistic) والبالغة (0.000000) وهي اقل من المستوى المعنوي (10%) الواردة في الجدول أعلاه ، يتم العمل على المفاضلة بين هذه الطرق من اجل الاعتماد على الطريقة الأفضل ولاختبار علاقة التأثير بين متغيرات الدراسة من خلال أسلوب (Panel Data) ، وللوصول الى هذا الهدف سيتم استخدام اختبار Prob (F-statistic) بهدف المفاضلة بين النماذج لإثبات فرضية الدراسة ، ولاختيار الأنموذج المناسب من بين النماذج الإحصائية الثلاث فلابد من اختبار Hausman لاستخدامه في بيان مدى تأثير الربحية في الاستقرار المصرفي للمصارف عينة البحث ، وكما يتم تفسير البيانات الواردة في الجدول (7) أعلاه وفق اختبار Hausman اذ نشاهد من الجدول (8) ادناه ان النتائج المستخرجة وفق اختبار (Hausman)، يتضح ان القيمة الاحصائية -Chi Sq. Statistic كانت (15.450797) لذلك فهي معنوية عند مستوى (Prob) والبالغة (0.0004) اقل من (10%) ودرجة حرية (2) والتي تعتمد على عدد المؤشرات للمتغير الوسيط ، اي ان أنموذج التأثيرات الثابتة هو الأنموذج الملائم ، مما يعني قبول الفرضية الرئيسية الحادية عشر ، وفي تقدير تأثير الربحية بمؤشراتها (معدل العائد على الودائع Z1 ، معدل العائد على حق الملكية Z2) في الاستقرار المصرفي Y ، وكما موضح بالجدول (8) الاتي :-

جدول (8) نتائج اختبار Hausman لاختبار الفرضية الرابعة

Prob.	. d.f	قيمة الاختبار Chi-Sq. Statistic	نوع الاختبار
0.0004	2	15.450797	اختبار Hausman

المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد على (Eviews V.12)

وعليه ، فان اكثر أنموذج ملائم وفق هذه الفرضية والنتائج في اعلاه هو أنموذج التأثيرات الثابتة وفق اختبار (Hausman). اما معادلة الانحدار المستخرجة من الجدول أعلاه في ظل اختبار أنموذج التأثيرات الثابتة (LSDV) يتم توضيحها بالآتي :-

$$Y = 29.20641 + 46.71277Z_1 - 83.27419Z_2$$

فكانت النتائج المستخرجة من المعادلة التقديرية بوجود علاقة عكسية بين مؤشرات الربحية (Z_2) وبين الاستقرار المصرفي Y فكل زيادة في (Z_2) بوحدة واحدة تقل Y بمقدار (83.27419--) على التوالي مع ثبات اثر المؤشر الأخر، اما المعادلة التقديرية فكانت العلاقة طردية بين الاستقرار المصرفي Y ومؤشر الربحية (Z_1) فكل زيادة Z_1 بمقدار وحدة واحدة تزداد Y بمقدار (46.71277) على التوالي مع ثبات اثر المؤشر الأخر، نستخلص مما سبق ، تم رفض الفرضية الرئيسية الرابعة وهي (فرضية العدم (H_0)) وفق النماذج الإحصائية الثلاث عند مستوى (10%) وقبول الفرضية البديلة (H_1) وذلك لمعنوية الاختبار الاحصائي ومعنوية قيمها بالتأثير سواء الإيجابي ام السلبي وقبولها بنسبة 100% وذلك بوجود علاقة تأثير واضح للربحية بمؤشراتها (معدل العائد على الودائع Z_1 ، معدل العائد على حق الملكية Z_2) في الاستقرار المصرفي Y .

4.1.2. تحليل المسار لاختبار تأثير المتغير المستقل في المتغير التابع عبر المتغير الوسيط.

سيتم اختبار فرضيات الدراسة حسب المتغيرات المستقلة وتأثيرها بالمتغير التابع ومدى تأثير المتغيرات الوسيطة، ومعرفة طبيعة التأثير غير المباشر ما بين المتغيرات، وقد استخدمت الدراسة نماذج المعادلات الهيكلية باستخدام أسلوب تحليل المسار (Path Analysis) باستخدام برنامج (Amos)

5. الفرضية الرئيسية الخامسة : - لا يوجد تأثير مباشر وغير مباشر ذو دلالة معنوية للمحددات الداخلية في

الاستقرار المصرفي من خلال مؤشر العائد على الودائع

اذ يظهر الجدول (9) الاتي :- مسارات التأثير المباشر وغير المباشر بين المحددات الداخلية في الاستقرار المصرفي من خلال مؤشر العائد على الودائع في (10) من المصارف العراقية الخاصة ولسلسلة زمنية امتدت لـ 16 سنة (2005 – 2020) ، اذ بلغ عدد المشاهدات خلال المدة بـ(160) مشاهدة باستخدام أنموذج الاحصائي (Bootstrap)

الجدول (9) مسارات التأثير المباشر وغير المباشر بين المحددات الداخلية في الاستقرار المصرفي من خلال مؤشر العائد على الودائع

مستوى المعنوية	الحد الأدنى للاختبار	الحد الأعلى للاختبار	β ₁	β ₂	β ₃	التأثير المباشر	المتغير التابع	المتغير الوسيط	المتغير المستقل	المحددات الداخلية
	Bootstrap									
0.476	-1.934	4.228	16.785087	1.209087	0.002	15.576	Z-Score	ROD	X1	حجم المصرف
0.085	0.034	2.746	9.72708	0.92408	0.000	8.803			X2	كفاية راس المال
0.048	22.623	688.031	141.76384	192.17984	0.752	-50.416			X3	جودة الموجودات
0.002	227.239	548.652	-387.302924	376.277076	0.000	-763.58			X4	إدارة الموجودات
0.030	-346.116	-17.523	-430.574585	-93.942585	0.013	-336.632			X5	جودة الإدارة
0.231	-1.150	0.292	-58.480016	-0.368016	0.000	-58.112			X6	المخاطرة المالية

المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد على (Eviews V.12)

يتضح من الجدول أعلاه ان هنالك اختلاف واضح في النتائج بوجود المتغيرات الوسيطة سواء بالتأثير

المباشر او غير المباشر والتأثير الكلي وكالاتي: -

1. اذ بلغت قيمة التأثير المباشر المحددات الداخلية (حجم المصرف X1، كفاية راس المال X2)، (15.576، 8.803) على التوالي ، وكان تأثيرها ايجابي في العلاقة بين المحددات الداخلية والاستقرار المصرفي ، وكانت جميعها معنوية عند مستوى (10%)، اما بقية المؤشرات الأخرى للمحددات الداخلية وهي (جودة الموجودات X3، إدارة الموجودات X4، جودة الإدارة X5، المخاطر المالية X6) اذ بلغت بمقدار (-50.416،-763.58،-336.632،-58.112) على التوالي، وكانت جميعها معنوية عند مستوى معنوية (10%) ماعدا مؤشر جودة الموجودات كانت قيمتها غير معنوية اذ كانت (0.752) ، وكان تأثيرها سلبي ففي حال زيادتها ستأثر بشكل عكسي المحددات الداخلية في الاستقرار المصرفي

2. اذ بلغت قيمة التأثير غير المباشر لمؤشرات المحددات الداخلية (حجم المصرف X1، كفاية راس المال X2، جودة الموجودات X3، إدارة الموجودات X4) (1.209087 ، 0.92408 ، 192.17984 ، 376.277076) على التوالي، وكان تأثيرها ايجابيا في العلاقة بين المحددات الداخلية والاستقرار المصرفي بوجود مؤشر معدل العائد على الودائع ، وكانت اغلبها معنوية عند مستوى (10%)، اما بقية المؤشرات الأخرى للمحددات الداخلية كانت (جودة الإدارة X5، المخاطر المصرفية X6) اذ بلغت بمقدار (-93.942585،-0.368016)

3. فكانت هنالك ارتفاع للأثر الكلي في مقدار قيمته في كل من المؤشرات (X1، X2، X3) (16.785087، 72708.9، 141.76384) وكان التأثير الكلي في حالة ازدياد وبشكل إيجابي في حالة وجود مؤشر الربحية الوسيط (معدل العائد على الودائع) ، اما المؤشرات البقية للمحددات الداخلية ظهرت في حالة انخفاض مع تأثيرها العكسي على الاستقرار المصرفي بوجود مؤشر الوسيط (العائد على الودائع) فكانت (X4، X5، X6) (-387.302924، -430.574585، -58.480016)

نستخلص مما سبق، تم رفض (فرضية العدم (H0)) وقبول الفرضية البديلة (H1) والتي تنص على ان هنالك يوجد تأثير غير مباشر ذو دلالة معنوية للمحددات الداخلية في الاستقرار المصرفي من خلال مؤشر العائد على الودائع

6. الفرضية الرئيسية السادسة: - لا يوجد تأثير مباشر وغير مباشر ذو دلالة معنوية للمحددات الداخلية في الاستقرار المصرفي من خلال مؤشر العائد على حق الملكية

اذ يظهر الجدول (10) الاتي :- مسارات التأثير المباشر وغير المباشر بين المحددات الداخلية في الاستقرار المصرفي من خلال مؤشر العائد على حق الملكية في (2005 – 2020) ، اذ بلغ عدد المشاهدات خلال المدة بـ(160) مشاهدة باستخدام أنموذج الاحصائي (Bootstrap)

الجدول (10) مسارات التأثير المباشر وغير المباشر بين المحددات الداخلية في الاستقرار المصرفي من خلال مؤشر العائد على حق الملكية

مستوى المعنوية	الحد الأدنى للاختبار		الحد الأعلى للاختبار		التأثير الكلي	مستوى المعنوية	التأثير المباشر	التأثير الوسيط	المتغير المستقل	المتغير الوسيط	Z-Score	ROE	المحددات الداخلية
	Bootstrap												
0.001	9.037	17.941	16.7899	12.3039	0.031	4.486	Z-Score	ROE	H1	ROE	Z-Score	حجم المصرف	المحددات الداخلية
0.000	3.875	7.859	9.777985	6.067985	0.000	3.71						كفاية راس المال	
0.579	-173.878	506.594	141.8209	91.5849	0.256	50.236						جودة الموجودات	
0.002	-658.950	-366.208	-387.329014	-490.915014	0.156	103.586						إدارة الموجودات	
0.002	-786.792	-320.317	-430.527704	-501.754704	0.293	71.227						جودة الإدارة	
0.743	-4.126	2.556	-58.478332	-0.722332	0.000	-57.756						المخاطرة المالية	

المصدر: اعداد الباحثان بالاعتماد على (Eviews V.12)

1. اذ بلغت قيمة التأثير المباشر لمؤشرات المحددات الداخلية (حجم المصرف X1، كفاية راس المال X2، جودة الموجودات X3، إدارة الموجودات X4، جودة الإدارة X5)، (4.486، 3.71، 50.236، 103.586، 71.227) على التوالي، وكان تأثيرها ايجابي في الاستقرار المصرفي، وكانت جميعها معنوية عند مستوى (10%)، ماعدا بعض المؤشرات كانت ايجابية لكنها غير معنوية متمثلة بـ(جودة الموجودات، إدارة الموجودات، جودة الادارة) اذ كانت غير معنوية، اما بقية المؤشرات الأخرى للمحددات الداخلية والخارجية وهي (المخاطر المصرفية X6) اذ بلغت بمقدار (-57.756) على التوالي، وكان تأثيرها سلبي ففي حال زيادتها تتأثر العلاقة بين المحددات الداخلية والاستقرار المصرفي.

2. اذ بلغت قيمة التأثير غير المباشر لمؤشرات المحددات الداخلية (حجم المصرف X1، كفاية راس المال X2، جودة الموجودات X3) (12.3039، 6.067985، 91.5849) على التوالي، وكان تأثيرها ايجابي في العلاقة بين المحددات الداخلية والاستقرار المصرفي بوجود مؤشر معدل العائد على حق الملكية، وكانت جميعها معنوية عند مستوى (10%)، ماعدا جودة الموجودات كانت غير معنوية، اما بقية المؤشرات الأخرى للمحددات الداخلية كانت(إدارة الموجودات X4، جودة الإدارة X5، المخاطر المالية X6) اذ بلغت بمقدار(-490.915014)، (0.722332، -501.754704) على التوالي، وكانت معظمها معنوية عند مستوى معنوية (10%) ماعدا مؤشر المخاطر المصرفية كانت قيمتها غير معنوية، كانت لها تأثير سلبي واضح في الاستقرار المصرفي،.

3. في حين التأثير الكلي الناتج من (التأثير المباشر+ التأثير غير المباشر) فيظهر من خلال الجدول أعلاه باختلافات واضحة تدل على وجود قيم متباينة ما بين الارتفاع والانخفاض، فكانت هنالك ارتفاع في مقدار قيمته في كل من (X1، X2، X3) (16.7899، 9.777985، 141.8209) وكان للتأثير الكلي في حالة ازدياد وبشكل ايجابي في حالة وجود مؤشر الربحية الوسيط (معدل العائد على حق الملكية)، اما المؤشرات البقية للمحددات الداخلية ظهرت في حالة انخفاض مع تأثيرها العكسي على الاستقرار المصرفي في حالة وجود مؤشر الربحية الوسيط (معدل العائد على حق الملكية) فكانت (X4، X5، X6) (-387.329014، -430.527704، -58.478332)،

نستخلص مما سبق، تم رفض (فرضية العدم (H0)) وقبول الفرضية البديلة H1 للفرضية الرئيسية السادسة والتي تنص على ان هنالك يوجد تأثير غير مباشر ذو دلالة معنوية للمحددات الداخلية في الاستقرار المصرفي من خلال مؤشر العائد على حق الملكية

5.المبحث الرابع

5.1.الاستنتاجات والتوصيات

اولاً: — الاستنتاجات

تم التوصل الى مجموعة من الاستنتاجات التالية:

1. أظهرت الدراسات ان محددات الداخلية تؤثر بصورة مباشرة في الاستقرار المصرفي مع إمكانية التأثير غير المباشر فيه عبر مؤشرات الربحية

2. أظهرت نتائج البحث ان المصارف العراقية تعمل على تطبيق استراتيجيات مناسبة لإدارة المخاطر المالية والسعي لتجنبها بتوفير مؤسسات مالية مستقرة مع نمو اقتصادي مستقر يعزز من ثقة العملاء بالقطاع المصرفي
3. أسهم مؤشر العائد على حق الملكية في زيادة مقدرة وكفاءة ادارة المصارف عينة البحث في استثمار أموال المساهمين في مجالات مختلفة وتوظيفها بهدف زيادة تحقيق الأرباح وتعظيم ربحيتهم

5.2. التوصيات

تم صياغة مجموعة من التوصيات التالية:

1. ضرورة التأكيد على تطوير الكوادر الرقابية والإدارية لتحسين كفاءة وجودة الإدارة في المصارف عينة البحث
2. ضرورة أن يتمتع المصرفيون باليقظة الكافية للسيطرة على القروض المتعثرة في حدود معقولة
3. ضرورة حرص ادارة المصارف العراقية عينة البحث إلى اعتماد تدقيق وفعال أثناء تقديم القروض للمقترضين واخذ الضمانات الكافية تجنباً للتعسر المالي من قبلهم

المصادر

1. Adiputri, Maima Widya &Indonesia , Depok, (2019) " Analysis of the Impact of State Governance on the Stability of Islamic Bank Across 20 Countries " , Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 348 , 3rd Asia-Pacific Research in Social Sciences and Humanities , .
2. Allen, Albert J., Shaik, Saleem ,Myles, Albert E. &Yeboah, Osei-Agyeman (2011) " Determinants of Profitability Performance: An Analysis of Class I Railroads in the United States" , Selected wor Paper prepared for presentation at the Southern Agricultural Economics Association Annual Meeting, Corpus Christi, TX, February 5-8,.
3. Alshubiri , Faris Nasif (2017) " Determinants of financial stability: an empirical study of commercial banks listed in Muscat Security Market " , A Journal of the Academy of Business and Retail Management (ABRM) , Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR), Vol. 11 , Issue 4 , July ,
4. Anjarwati, Yerry Tri , Santosa, Siswoyo Hari ,& Badjuri (2016) " Analisis Perubahan Faktor Makroekonomi Terhadap Return On Assets (RoA) Perbankan Persero Di Indonesia Periode 2006q1-2015q4 (The Analysis Of Changing Macroeconomical Factor To The Return On Assets (RoA)Of State Owned Banking In Indonesia Since 2006q1-2015q4 Period)", Artikel Ilmiah Mahasiswa,.
5. Asma, Rashidah Idris, Fadli, Fizari Abu Hassan Asari, Noor, Asilah Abdullah Taufik, Nor ,Jana Salim, Rajmi Mustaffa &Kamaruzaman , Jusoff . (2011) " Determinant of Islamic Banking Institutions' Profitability in Malaysia" ,World Applied Sciences Journal 12 (Special Issue on Bolstering Economic Sustainability): 01-07, ISSN 1818-495, IDOSI Publications,.

- 6.** Ayanda , Aremu, Mukaila , Christopher, Ekpo, Imoh & Mudashiru, Mustapha Adeniyi (2013)" Determinants Of Banks' Profitability In A Developing Economy: Evidence From Nigerian Banking Industry", Institute Of Interdisciplinary Business Research 155m January , Interdisciplinary Journal Of Contemporary Research In Business , Vol 4, No 9,.
- 7.** Badola, B.S. & Verma, Richa (2006) " Determinants Of Profitability Of Banks In India: A Multivariate Analysis" . , Delhi Business Review X , Vol. 7, No. 2, July - December ,.
- 8.** Bagh, Tanveer , Razzaq, Sadaf , Azad, Tahir ,Liaqat, Idrees & Khan, Muhammad Asif (2017) " The Causative Impact of Liquidity Management on Profitability of Banks in Pakistan: An Empirical Investigation" , International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences , Vol. 6, No. 3,.
- 9.** Bashir, Abdel-Hameed M (1999) “ Risk and Profitability Measures in Islamic Banks: The Case of To Sudanese Banks”, . Islamic Economic Studies, Vol. 6, No. 2, May. ..
- 10.** Cecchetti , Stephen G. & Kohler, Marion (2014) " When Capital Adequacy and Interest Rate Policy Are Substitutes (And When They Are Not), International Journal of Central Banking , Vol. 10 , No. 3, September ,
- 11.** Dietrich, Andreas & Wanzenried , Gabrielle (2011)" Determinants Of Bank Profitability Before And During The Crisis: Evidence From Switzerland " , Journal Of International Financial Markets, Institutions & Money, Volume 21, Issue 3, .
- 12.** Etab, Menan Mohamed (2016)" The Internal And External Contingent Factors That Affect The Determination Of Profitability In Islamic Banks In Comparison To Conventional Banks In Egypt " By A Thesis Submitted To The Faculty Of Business And Law, De Montfort University In Partial Fulfillment Of The Requirements For The Degree Of Doctor Of Philosophy (Phd) , March,
- 13.** Haavaldsen ,Eirik &Fredrik , Hans . (2010)" Determinants and Effects of Corporate Currency Hedging" , Master Thesis in Financial Economics Norges Handel Shoyskole, This thesis was as a part of the Master of Science in Economics and Business Administration at NHH, Norges Handel Shyskole ,Bergen, Semester,
- 14.** Hashem, Heba Youssef (2014) " Determinants Of Egyptian Banking Sector Profitability: Time-Series Analysis From 2004-2014" , International Journal Of Business And Economic Sciences Applied Research 9(2): 73-78 ,.
- 15.** Idowu, Akinyele Akinwumi, Essien, Joseph Micheal & Adegboyega, Raymond (2017)" Liquidity management and banks performance in Nigeria" , Original Research Article, Available online at <https://www.journalissues.org/IBME/> <https://doi.org/10.15739/IBME.17.010>, Issues in Business Management and Economics , Vol.5 , (6), December,

- 16.** Ihsan ,Anjum ,Afeef, Mustafa&Ali , Nazim (2020) " Effect Of Bank Concentration On Capital Structure Of Pakistani Nonfinancial Companies", *Ilkogretim Online - Elementary Education Online*, Vol 19 (Issue 3),
- 17.** Kadioglu, Eyup , Telceken , Niyazi &Ocal, Nurcan (2017) " Effect of the Asset Quality on the Bank Profitability", ISSN 1916-971X E-ISSN 1916-9728, *International Journal of Economics and Finance*; Vol. 9, No. 7;.
- 18.** Kawshala, Hirindu & , Panditharathna, Kushani (2017) " The Factors Effecting on Bank Profitability" , *International Journal of Scientific and Research Publications*, , Volume 7, Issue 2, February ..
- 19.** Mafumbate J., Ndlovu N. , Mafuka A, & Gavhure, P., (2017) " The Influence Of Firm Specific Determinants On Financial Performance In The Power Industry", *Journal Of Economics And Behavioral Studies* (Issn: 2220-6140) , Vol. 9, No. 5, Pp. 18-28, October, .
- 20.** Masood, Omar & Ashraf, Muhammad (2012) "Bank-specific and macroeconomic profitability determinants of Islamic banks The case of different countries " , *Qualitative Research in Financial Markets* , Vol. 4 , No. 2/3,.
- 21.** Mehta , Anupam & Bhavani, Ganga (2017) " What Determines Banks' Profitability? Evidence From Emerging Markets—The Case Of The Uae Banking Sector" , Published By Sciedu Press , Issn 1927-5986 E-Issn 1927-5994, *Accounting And Finance Research*, Vol. 6, No. 1,.
- 22.** Muhani, Muhani , Digdowiseiso, Kumba & Prameswari , Kintan Mayang (2022) "The Effects of Sales Growth, Current Ratio, Total Asset Turnover, Debt to Asset Ratio, and Debt to Equity Ratio on the Return on Equity in Energy and Mining Companies", *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)* , Volume 5, No 1, February.
- 23.** Nisar, Shoaib, Ke, Peng , Susheng, Wang& Ashraf , Badar Nadeem (2018) " The Impact of Revenue Diversification on Bank Profitability and Stability: Empirical Evidence from South Asian Countries " , Article, " , *International Journal of Financial Stud.* ,
- 24.** Ogboru, Mbatabbey Joy (2019) "Asset Quality and Deposit Money Banks Performance in Nigeria" , Published by American Center of Science and Education, USA, *American International Journal of Business and Management Studies*, Vol. 1, No. 1,.
- 25.** Onsongo, Susan Kerubo., Muathe Stephen M. A.& Mwangi, Lucy Wamugo (2020) ” Financial Risk and Financial Performance: Evidence and Insights from Commercial and Services Listed Companies in Nairobi Securities Exchange” , Kenya. *International Journal of Financial Studies*, 8(3),.
- 26.** Owoputi, James Ayodele , Olawale, Femi Kayode &Adeyefa, Felix Ademola (2014) " Bank Specific, Industry Specific And Macroeconomic Determinants Of Bank Profitability In Nigeria", *European Scientific Journal* September , Edition Vol.10, No.25 Issn: 1857 – 7881 (Print) E - Issn 1857- 7431,.

- 27.** Sarwar, Bilal, Mustafa, Ghulam, Abid, Aroosa & Ahmad, Muhammad (2018) " Internal and External Determinants of Profitability: A Case of Commercial Banks of Pakistan ", Paradigms: A Research Journal of Commerce, Economics, and Social Sciences, Print ISSN 1996-2800, Online ISSN 2410-0854, DOI: 10.24312/paradigms120106, Vol. 12, No. 1,.
- 28.** Sisay, Daniel (2017) " The Effect of Financial Risk on Performance of Insurance Companies in Ethiopia". Ph.D. thesis, A Thesis Submitted to Addis Ababa University College of Business and Economics Department of Accounting and Finance in Partial Fulfillment of The Requirements for Degree of Masters of Science in Accounting and Finance. Ethiopia. Unpublished,.
- 29.** Wahyudi, Sugeng , Nofendi , Deki , Robiyanto, Robiyanto & Hersugondo , Hersugondo (2018) " Factors Affecting Return On Deposit (Rod) Of Sharia Banks In Indonesia" , Verslas: Teorija Ir Praktika / Business : Theory And Practice , ISSN 1648-0627 / eISSN 1822-4202 <http://btp. Press .vgtu.lt> ,
- 30.** Xu , Jian ,Haris , Muhammad & Irfan, Muhammad (2022) " The Impact of Intellectual Capital on Bank Profitability during COVID-19: A Comparison with China and Pakistan " , Research Article Hindawi Complexity , Volume ,

تأثير ادارة الارباح على قيمة الشركة
دراسة تطبيقية لعينة من المصارف العراقية المدرجة في سوق العراق للاوراق المالية
The Impact Of Earnings Management On The Value Of The Company

انتصار محمد جواد سعيد البغدادي
Entesar Mohammed Jawad Saeed Al-Baghdadi
جامعة الكوفة - كلية الإدارة والاقتصاد
University of kufa-Faculty of Administration
& Economy Al Najaf-Iraq
Entsar2017mat@Gmil

أ.م.د انوار عباس هادي الهنداوي
Anwar Eabaas Hadi Al-hindawi
جامعة الكوفة-كلية الإدارة والاقتصاد
University of kufa-Faculty of Administration
& Economy Al Najaf-Iraq
anwar_abbas_hadi@yahoo.com

المستخلص :

تهدف هذه الدراسة الى تسليط الضوء على ادارة الأرباح وطرق قياسها واستراتيجياتها ومدى تأثيرها الفكري والتطبيقي في قيمة الشركة في المصارف العراقية، وتهدف الى بيان المرتكزات المعرفية بقيمة الشركات و طرق قياسها بالتطبيق على عينة من المصارف المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية تكون من احد عشر مصرفا خلال السنوات من 2011-2020 أي بلغ عدد المشاهدات 110 مشاهدة. ولتحقيق هدف الدراسة المتمثل من خلال تأثير إدارة الأرباح على قيمة الشركة بشكل كمي لعشر سنوات من إدارة الأرباح لعينة البحث وذلك باستخدام نموذج المستحقات الاختيارية جونز المعدل 1995 وبيان تأثيرها على قيمة الشركة باستخدام القيمة السوقية لأسهم الشركة. توصلت الباحثة الى وجود تأثير ذات دلالة معنوية لإدارة الأرباح في القيمة السوقية للأسهم في المصارف عينة البحث. وفي ضوء الاستنتاج الذي توصلت اليها الباحثة توصي بضرورة الإبلاغ أكثر تفصيلا حول تأثير التغيرات في السياسات و الطرائق المحاسبية، وان المتطلبات تكون ملحقا للقوائم المالية لمساعدة مستخدم القوائم المالية بشكل افضل لفهم طبيعة وتأثيرات هيكلية المطلوبات و الخسائر المستحقة. الكلمات المفتاحية: إدارة الأرباح، قيمة الشركة، جونز المعدل، القيمة السوقية.

Abstract:This research aims to shed light on profit management, its measurement methods and strategies, and the extent of its intellectual and applied impact on the company's value in Iraqi banks, and aims to show the foundations of knowledge of the value of companies and ways to measure them by applying to a sample of banks listed in the Iraqi Stock Exchange consisting of eleven banks during The years from 2011-2020, that is, the number of views reached 110.

To achieve the goal of the research, the impact of earnings management on the company's value quantitatively for Ten years of earnings management for the research sample, using the modified Jones voluntary accruals model 1995, and showing its impact on the value of the company using the market value of the company's shares.

The researcher concluded that there is a significant effect of profit management on the market value of shares in the banks in the research sample.

In light of the conclusion reached by the researcher recommends the need for more detailed reporting on the impact of changes in accounting policies and methods, and that the requirements are an appendix to the financial statements to help the user of the financial statements better understand the nature and effects of the structure of liabilities and accrued losses.

Keywords: earnings management, company value, Jones rate, market value .

1. المقدمة

من القرارات التي تتخذها الإدارة وتتحكم من خلالها في المعلومات المحاسبية والتي تعتمد عليها جهات مهتمة بالشركات. وتؤثر على صافي الدخل اما إيجابيا او سلبا مما يعتبره البعض تحايل او تلاعب في المعلومات المحاسبية اما البعض الاخر يعتبره سلوكا إيجابيا لانه يحقق مصلحة الشركة والمستثمرين.

وقد يكون سلوك الإدارة اما تخفيض الدخل لتخفيض الضريبة مثلا، او زيادته لزيادة مكافأة أعضاء مجلس الإدارة مثلا، واما تستخدم تمهيد الدخل لتخفيف التقلبات الحادة في مستويات الدخل لتحقيق استقرار أسعار الأسهم في السوق.

وهناك قلق مستمر من جهة المستثمرين لبعض الممارسات المتعلقة بإدارة الأرباح، والتي قللت الثقة في القوائم المالية، ويشير بعض الباحثين الى ان المديرين يحرفون المبادئ المحاسبية المقبولة قبولاً عاماً من جهة التقديرات المحاسبية، ويلجأون الى التضليل في التقارير المالية بشكل متعمد.

تعتبر المعلومات الموجودة في القوائم المالية التي يعتمد عليها المستخدمون لتقييم أداء الوحدة الاقتصادية ومركزها المالي والتدفقات النقدية ولمساعدتهم في اتخاذ قرارات الاستثمار أو الائتمان وباقي القرارات الأخرى.

اذ يبحث المديرين الى التأثير في نظرات المستخدمين وذلك من خلال تغيير شكل ومحتوى القوائم المالية باستخدام ممارسات إدارة الأرباح، حيث تعمل على التحكم في مستوى الأرباح وتوقيت الاعتراف بها بما يتلائم مع اهداف المديرين وتؤثر إيجاباً على قيمة الشركة وملاءمة للمتطلبات التعاقدية، لتخفيض التكاليف السياسية او من خلال استخدام المرونة المتاحة من قبل الخيارات المحاسبية لوجود مجموعة من البدائل المحاسبية التي تعالج نفس البند او العملية الاقتصادية، استخدام احكام شخصية وبعض السياسات المحاسبية مثل إدارة الأرباح والتي تؤثر بالتالي على قيمة الشركة.

وبناء على ماتقدم سيتم التطرق الى أربعة مباحث المبحث الأول منهجية الدراسة والدراسات السابقة، وفي المبحث الثاني قسم الى محورين الأول يتناول الاطار نظري حول إدارة الأرباح، والمحور الثاني حول قيمة الشركة والمبحث الثالث الاطار العملي والمبحث الرابع الاستنتاجات و التوصيات.

المبحث الاول:

2. منهجية الدراسة:

2.1 مشكلة الدراسة:

تمثلت مشكلة البحث في معرفة تأثير الاجراءات التي تلجأ اليها ادارة الشركات في بعض الاحيان لتحسين صورتها اما في ربحيتها او مركزها المالي عن طريق الثغرات الموجودة في المحاسبة او الاستفادة من تعدد البدائل والطرق المتوفرة في السياسات المحاسبية تحت ظل المعايير المحاسبية الدولية والتي قد تتبعها المنشأة في مجالات القياس والافصاح مما يؤثر سلباً على الارقام التي تظهر في القوائم المالية من جهة ومن ثم على مصداقية المعلومات مالية واضحة من جهة اخرى

يمكن صياغة المشكلة في الاتي:

1. هل تمارس المصارف عينة البحث إدارة الارباح.

2. ماهو تأثير إدارة الأرباح على قيمة الشركة في المصارف العراقية عينة الدراسة؟

2.2 أهداف الدراسة:

1. بيان مدى تأثير ادارة الارباح على قيمة الشركة للمصارف العراقية عينة البحث.

2. التعرف على نسبة ممارسة إدارة الأرباح للمجموعة من المصارف العراقية.

3. توفير اطار نظري حول إدارة الأرباح و قيمة الشركة.

2.3 أهمية الدراسة:

1. تنبع أهمية هذه الدراسة من المكانة العلمية للمتغيرات المبحوثة لمساعدة المستثمرين للحصول على معلومات مفيدة لمساعدتهم في اتخاذ القرارات الاستثمارية لدعم كفاءة واستقرار الأسواق المالية و توفير وضع سليم للاستثمار.

2. استفادة الباحثين من نتائج الدراسة من خلال توفير معلومات حول تأثير إدارة الأرباح على قيمة الشركة حيث شكلت إدارة الأرباح موضوع مهم في السنوات الأخيرة للدراسات المعاصرة في مجال الإدارة المالية.

3. كما تنبع أهمية هذه الدراسة من حيث كونها محاولة جادة للتعرف على طبيعة ممارسة الشركات لادارة الأرباح وبسبب الممارسات الخاطئة واستخدام ممارسات وانشطة بصورة مخالفة لمعايير المحاسبة الدولية لنشر معلومات لا تطابق الواقع الاقتصادي الحقيقي وانعكاس ذلك على قيمتها في الأسواق المالية.

2.4 فرضيات الدراسة:

تنص فرضيات الدراسة على الاتي

1. لاثمارس المصارف عينة الدراسة إدارة الأرباح.

2. لا يوجد اثر لادارة الأرباح على قيمة الشركة (القيمة السوقية للأسهم في المصارف لعينة البحث)

2.5 منهج واساليب الدراسة:

يستند البحث الى منهجين:

من خلال الكتب المحاسبية ورسائل الماجستير واطاريج الدكتوراه والبحوث التي تمكنت الباحثة من الاطلاع عليها في كتابة الجانب النظري.

والجانب العملي اعتمدت الباحثة على التقارير المالية للمصارف عينة البحث والتي تم الحصول عليها من مواقع الانترنت للمصارف عينة البحث

2.6 حدود الدراسة :

الحدود المكانية: المصارف المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية.

الحدود الزمانية: شمل فترة حدود الدراسة الزمنية للمدة (2011-2020) واعتبار سنة 2011 هي سنة الأساس.

2.7 مجتمع الدراسة :

تم اختيار مجموعة من المصارف العراقية لدراسة اثر إدارة الأرباح على قيمة الشركة لتوفر البيانات وتناسبها مع المقاييس المستخدمة.

2.8 أساليب الدراسة :

تم استخدام الأسلوب الاستقرائي الاستنباطي.

المبحث الثاني:

3. الاطار النظري:

اول ظهور للمحاسبة كانت في المشروع الفردي، ومن ثم ظهور الشركات التضامنية، وبعد الثورة الصناعية وظهور الشركات المساهمة بدأت الحاجة الى رؤوس أموال كبيرة، وانفصال ملكية المشروع عن الإدارة بحيث لا يتمكن المالك من ملاحظة أداء المدير بصورة مباشرة، نتج عنه في بعض الحالات تحريف للأداء الحقيقي لتضليل مستخدمي المعلومات المحاسبية لتحقيق منافع الإدارة ولدوافع أخرى غير مهتمة لمصالح الأطراف الأخرى ذات الصلة مستغلة إمكانية الاختيار بين السياسات المحاسبية ضمن المعايير المحاسبية،

3.1 مدخل مفاهيمي لممارسات إدارة الأرباح :

تعد إدارة الأرباح من الممارسات التي اهتمت بها الادبيات المحاسبية وخاصة بعد نهاية الستينات لافلاس العديد من الشركات العالمية مثل شركة (Enron Worldcom الامريكية) (Obaidat,2017:2) حيث ان مديري الشركات يحاولون تعظيم الأرباح او تخفيضها تبعا لمصلحة الادارة مستغلين المرونة في اعداد التقارير المالية التي تسمح بها المبادئ المحاسبية المقبولة عموما (GAAP) لتغيير نتائج بما يلائم اهداف الشركة، ومع ان هناك تباين في الدوافع التي تحركها، الا ان التأثير على الدخل يتخذ احد الاتجاهات السابقة، وهذا مايعرف بإدارة الأرباح (Earnings Management).وردت العديد من التعاريف في الادبيات المحاسبية لإدارة الأرباح، حيث انطلق واضعوها لوصف الظاهرة نفسها من وجهات نظر مختلفة وكالاتي:

- تعريف Schipper,1989: " تلاعب في اعداد التقارير المالية لتحقيق الأرباح المستهدفة وذلك من خلال تدخل مقصود للحصول على بعض المكاسب الخاصة "

- تعريف Degeorge et al.,1999:22: "في حدود التي تسمح فيها المعايير المحاسبية يلجأ المدراء الى عملية الاختيار بين المستحقات الاختيارية، ويمكن تمييزها عن التزوير و التلاعب في التقارير المالية المقدمة من جهة ادارة الوحدة الاقتصادية".
- تعريف Belkaoui,2004: "إمكانية استغلال الادارة للمستحقات لتحقيق هدفها وهو الحصول على منافع خاصة"
- تعريف Schroeder&others,2009: "محاولة من جهة الإدارة للتأثير على الدخل الذي تم الإبلاغ عنه في الاجل القصير".
- تعريف Huseynov,2010:8: " يتم تحويل الأرقام المحاسبية من خلال الاستفادة من المرونة في القواعد المحاسبية والإفصاح وخيارات القياس وتحويل المعلومات الى ما يهدف اليه المعدون للتوصل الى النتائج المطلوبة بدون الإبلاغ بطريقة عادلة ومحايدة خلال فترة من الزمن".
- تعريف Kieso&others,2011: "التوقيت المخطط لإيرادات الشركة ومصاريها ومكاسبها وخسائرها لتمهيد الارتفاع والانخفاض في الدخل".

ان غالبية التعاريف المستخدمة لتعريف ادارة الأرباح جاءت لتصفها كظاهرة سلبية، لكن هناك من يصفها كظاهرة إيجابية تبعاً لدافع استخدامها كما يؤكد (Ronen & Yaari 2008:25) اذ صنفوا إدارة الأرباح الى ثلاثة أصناف حسب التعاريف التالية وكما صنف (عبد الرحمان وهشام، 2016: 92) و(الفتلاوي، 2011:108) إدارة الأرباح كالآتي:

- 1- إدارة الأرباح البيضاء (**White Earnings Management**): إمكانية الاستفادة من المرونة لاختيار المعالجات المحاسبية، للتنويه عن المعلومات الخاصة بالمدير بشأن التدفقات النقدية المستقبلية (Strakova,2020:2).
- 2- إدارة الأرباح الرمادية (**Gray Earnings Management**): اختيار المعالجات المحاسبية التي تحقق أقصى منفعة لجهة الإدارة (انتهازية) او لتحقيق الكفاءة الإدارية.
- 3- إدارة الأرباح السوداء (**Black Earning Management**): استخدام التلاعب والحيل لتحريف او لتقليل شفافية التقارير المالية (Nguyen et al,2020:38).

من خلال ما تقدم تتفق الباحثة مع تعريف Ronen and Yaari اذ ان إدارة الأرباح لا يمكن الحكم عليها مسبقاً الا بعد معرفة الهدف منها، فمتى كانت اهداف الإدارة لدعم الأداء الحقيقي للشركة فيعد الامر إيجابياً، اما اذا سعت الإدارة لتحريف المعلومات المحاسبية و تضليل المستفيدين منها لتحقيق مصالحهم الشخصية فيعد الامر انتهازياً ويخالف السلوك الأخلاقي الذي يتطلب من الإدارة الالتزام به. وذلك من خلال تغيير مؤشرات الأرباح من قبل الإدارة للتأثير على الأرقام المحاسبية واهمها الأرباح المحاسبية من حيث استخدام تمهيد الدخل من خلال الاستفادة من الممارسات التقديرية الشخصية ومستغلين المرونة المتاحة في بعض السياسات المحاسبية مرونة بعض السياسات المحاسبية

ويميز عدد من الباحثين أمثال (Van praay , Dahran , Trueman) بين مفهوم تمهيد الدخل ومفهوم إدارة الأرباح (حبيب، 2003: 20) فالأول يعبر عن رغبة الإدارة في تقليل الانحرافات غير المتوقعة في الدخل إلى أدنى حد ممكن، في حين يعبر الثاني عن رغبة الإدارة في الوصول إلى أهداف معينة منها زيادة الحوافز الإدارية أو تقليل المدفوعات الضريبية أو تقليل تكاليف الاقتراض. وتُعرف إدارة الأرباح من قبل (Sthipper, 1989: 92) بأنها "تدخل مقصود من قبل الإدارة في عملية القياس والإبلاغ المالي الخارجي بقصد الحصول على مكاسب

المصطلح	الهدف منه
إدارة الأرباح	تركيزها على مدى الأرباح للسهم الواحد، وزيادة في الحوافز الإدارية، تقليل تكاليف الاقتراض، تقليل المدفوعات الضريبية.
تمهيد الدخل	تركيزها على الانحراف في الأرباح للسهم، وتقليل التقلبات غير المتوقعة الى ادنى حد ممكن في الدخل، فجميع أنشطة تمهيد الدخل المتعمد تعتبر إدارة الأرباح اما العكس غير صحيح

الجدول (1) الفرق بين إدارة الأرباح وتمهيد الدخل من اعداد الباحثة

3.2 نماذج قياس ممارسات إدارة الأرباح:

يعتبر أساس الاستحقاق هو الأساس في اعداد القوائم المالية للشركات، وتعتبر المدة المالية مستقلة بما يخصها من إيرادات ومصروفات (دهمش، 1995، 42) يستبعد الإيرادات والمصروفات التي لا تخص المدة، ويعتبر أساس الاستحقاق متميز بعبء صورة حقيقية لنشاط الشركة ومركزها المالي، لأنه يضع في الاعتبار المستحقات والالتزامات، مما يتيح عملية المقارنة بين المدد المالية المختلفة، ويعاب عليه ويعاب عليه انه ينتج للإدارة الاختيار والحكم الشخصي والتقدير وتستغل هذه الفرصة من قبل الإدارة لممارسة إدارة الأرباح.

- وهناك مجموعة من النماذج المستخدمة لقياس إدارة الأرباح نتناولها في البحث بصورة موجزة ونركز على النموذج المستخدم في قياس إدارة الأرباح.

3.2.1 نماذج المستحقات:

1. نموذج المركز المالي والتدفق النقدي. (التميمي،2017:81)
2. نموذج 1995 Dechow,Sloan,Sweeney.(Miller,2009:81).

3.2.2 نماذج المستحقات الاختيارية:

1. De Angelo 1986 .(Miller,2009:81)
2. نموذج 1989 Healy.(Dechow,2004:457)
3. نموذج 1991 Jones.(Chinedu & el,at,2015:40)
4. نموذج 1995 Modified Jones.(Zhang,2002:12)
5. نموذج القطاعي.(التميمي،2017:79)

3.2.3 نموذج مدخل التباين:

1. نموذج 1981 Eckel.(حبيب،2003:47)
2. Lewis and Chaney 2001.(حميدي،2011:77)

3.2.4 نموذج 2007 Miller.(حميدي،2011:86):

وسيتم الاعتماد على (نموذج Modified Jones 1995) في قياس مستوى ممارسة المصارف عينة البحث لإدارة الأرباح وبصورة مفصلة في الجانب العملي.

4. مفهوم قيمة الشركة:

تعكس قيمة الشركة ادراك وتصور المستثمرين لنجاح الشركة، والذي ينعكس ويرتبط في أسعار الأسهم، فالشركة التي تكون أسعار أسهمها مرتفعة تكون قيمتها مرتفعة. ومن التعاريف الأخرى لقيمة الشركة كالآتي:

- تعريف الصعيدي،2011:24: "قيمة الشركة بانها مقدار التدفقات المالية التي يتوقع ان يحصل عليه المساهمون من استثمارهم فهي بالتالي تتعلق بالقيمة السوقية للسهم في البورصة لذا فان قيمة الشركة بالنسبة للمستثمر هو سعر السهم في عدد الأسهم".
- تعريف عبد الغفار،2016:45: "تمثل قيمة الشركة القيمة الحالية الصافية والناجئة من استثمارها المادي او المعنوي".
- تعريف الغانمي،2017:62: "تحديد ثمن الشيء استنادا الى قواعد معينة".
- تعريف Nugroho,2018:347: "هو الشرط الذي حققته الشركة بعد عدة عمليات للنشاط والثقة العامة التي اكتسبتها على عدة سنوات من تاريخ تأسيسها".
- تعريف R ahmantari et al.,2019:121: "هو الهدف الأساسي الذي يجب تحقيقه من قبل الشركة، ويمكن رؤية استمراريتها والحفاظ على قيمتها بشكل صحيح".
- تعريف Husain,et al.,2020:16: "تعتبر قيمة الشركة أساسا مهما للمستثمرين وكمؤشر او اداة لتقييم الوحدة الاقتصادية ككل".

تتعامل النظرية المحاسبية مع القيمة على عدة مستويات (Mikutowski et al,2019:33):

- القيمة الاسمية: وهي ثمن السهم المحدد من الشركة ونسبة الربح الموزعة عليه حسب لوائح الشركة.
- القيمة السوقية: وهي سعر السهم خلال التداول والذي يخضع لتأثيرات عرض السوق وطلبه لقيمة التبادل وقيمة العرض للبائع.
- القيمة الفعلية: تمثل المبلغ الذي يدفعه المشتري للسهم.

ومن هنا ترى الباحثة ان قيمة الشركة تتمثل في مقدار مالي محدد يتضمن تصور الإدارة عن شركتها من جهة تقابلها الثمن الذي يدفعه المستثمر للحصول على أصولها والفرق بينهما هي التدفقات المالية المتوفرة والتي تحكمها عدة عوامل منها الاستمرارية والنمو والعوائد المتوقعة.

4.1 أهمية قيمة الشركة:

وتؤثر على مجموعة جهات من خلال توفير رؤية أولية عن وضع الشركة المالي ومنها:
4.1.1 الإدارة:

تعمل الإدارة بناء على معطيات القيمة على تغيير السياسات واتخاذ القرارات لغرض تعظيم القيمة ورفع الربحية وجذب المستثمرين وزيادة التداول بالاسهم (فرج 2017:115).
4.1.2 المستثمرون:

يهتم المستثمر بالدرجة الأساس بما تحققه الشركة من أرباح وهو تعامل مع ارقام مجردة يخضعها لحسابات السوق بما يحقق له من ربح سواء ارتفعت قيمة الشركة ام انخفضت (ميليجي 2017:14).
4.1.3 المقترضون والداننون:

وكلاهما يهيمه الاعتماد على مقدرة مالية مناسبة للشركة التي يتعاملون معها (العامري والشريفي 2009:23).
4.1.4 المؤسسات العامة:

تتوقع الجهات الحكومية تحقيق التنمية من خلال زيادة الربحية للشركات وبالتالي ارتفاع الضرائب والتي تنعكس على ارتفاع الاوضاع الاقتصادية بشكل عام. (شرشاب، 2018:38)

4.2 مؤشرات قياس قيمة الشركة:

4.2.1 المقاييس المحاسبية

1. ربحية السهم. (Badruzaman,2020:1285)

2. معدل العائد على الاصول ROA. (Nguyen et al.,2020:181)

3. معدل العائد على حقوق الملكية ROE. (Arhin,2018:79)

4.2.2 المقاييس المستندة الى السوق:

1. القيمة السوقية الى القيمة الدفترية.

1. نموذج Tobin's Q. (بدوي، 2017:179)

2. القيمة السوقية.

4.2.3 المقاييس الاقتصادية:

1. القيمة الاقتصادية المضافة. (Rahayu & Anggraeni,2019:15)

2. القيمة السوقية المضافة. (Carini et al.,2017:4)

وسوف تعتمد الباحثة على القيمة السوقية حيث سوف يأخذ نفس نتائج Tobin's Q لكون اغلب المصاريف أهميتها النسبية قليلة وستكون نتائجها متطابقة، و نتناول الموضوع بصورة مفصلة في الجانب العملي للبحث.

5. تأثير ادارة الارباح على قيمة الشركة:

أحد الدوافع وراء إدارة الأرباح هو تقديم أخبار جيدة إلى مجالس إدارة الشركات من خلال إظهار نتائج جيدة في فترة معينة أي أن المديرين يترددون في الإعلان عن أرباح أقل من توقعات المحللين لأنه قد يكون له تأثير سلبي على سعر السهم في السوق، وسعر السهم يؤثر على قيمة الشركة (Gill et al,2013:122)،

الإدارة الأرباح الإيجابية، تشمل ممارسات معقولة تشكل جزء من إدارة الاعمال فتدار من قبل الإدارة بشكل مناسب وترفع من قيمة الشركة وبالتالي ترفع من مقدار الموارد وتؤثر بالزيادة على قيمة المساهمين. مثل الإجراءات المتبعة لبيع الأصول عندما تكون الإيرادات منخفضة (Matos et at ,2005:103)..

على الرغم من ان إدارة الأرباح وأن كانت تحقق منافع للشركات على المدى القصير إلا أنها قد تؤدي إلى مشاكل في المدى الطويل ومن أهم هذه المشاكل هي تخفيض قيمة الشركة توجد العديد من القرارات التي تتخذها إدارة الشركات بغرض التأثير على الأرباح في المدى القصير إلا أنها قد تؤدي إلى أضرار في الكفاءة الاقتصادية في المدى الطويل مثل تعجيل الإيرادات أو تأخير المصروفات (محمد، 2017:396).

المبحث الثالث:

6. الاطار العملي:

حسب طبيعة مشكلة الدراسة والغرض منها، ومن أجل اختبار الفرضيات حول مدى تأثير العلاقة بين إدارة الأرباح وتأثيرها في قيمة الشركة، تتكون عينة الدراسة من مجموعة من المصارف المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية (السوق النظامي). لتحقيق هدف

البحث، تم استخدام البيانات المالية المستخرجة من التقارير المالية للمصارف عينة البحث كمصدر أساسي للبيانات. والتي شملت 11 مصرفاً للفترة من 2011-2020 وبمجموع مشاهدات 110 مشاهدة (سنة – مصرف)

6.1 قياس متغيرات الدراسة:

تهتم هذه الدراسة باختبار العلاقة بين إدارة الأرباح ورأس المال العامل وتأثيرهما على قيمة الشركة. لذلك ينبغي قياس متغيرين رئيسيين هما مؤشر إدارة الأرباح وقيمة الشركة. الاتي وصف لمتغيرات البحث وكيفية احتسابها.

6.1.1 إدارة الأرباح :

يتم قياس درجة ممارسة إدارة الأرباح، عن طريق استخدام نموذج جونز المعدل (Dechow, et al, 1995)، أو ما يعرف بطريقة المستحقات الاختيارية، حيث تم حساب المستحقات الاختيارية من خلال الخطوات التالية (Syed,et.al.,2009:631) :

$$TACC = NI - OCF \quad (1) \text{ معادلة}$$

تقدير (β1,β2,β3) معادلة (2)

$$\frac{TACC_{i,t}}{A_{t+1}} = \beta_0 + \beta_1 \left(\frac{1}{A_{t+1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta REV_{i,t} - \Delta REC_{i,t}}{A_{t+1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_{i,t}}{A_{t+1}} \right)$$

تقدير المستحقات غير الاختيارية باستخدام (β1,β2,β3) معادلة (3)

$$NACC = \beta_1 \left(\frac{1}{A_{t+1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta REV_{i,t} - \Delta REC_{i,t}}{A_{t+1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_{i,t}}{A_{t+1}} \right)$$

تقدير المستحقات الاختيارية

$$ANACC = TACC - NACC \quad (4) \text{ معادلة}$$

تعتبر الشركة ممارسة إدارة الأرباح إذا كانت القيمة المطلقة للمستحقات الاختيارية في السنة مساوية أو أكبر من قيمة متوسط المستحقات الاختيارية

تحتسب درجة ممارسة إدارة الأرباح = (عدد السنوات التي يكون فيها القيمة المطلقة للمستحقات الاختيارية أكبر من متوسط المستحقات الاختيارية للشركة / 5 سنوات) * 100
حيث:

TACC: المستحقات الكلية للشركة

NACC : المستحقات الاختيارية للشركة

ANACC : المستحقات غير الاختيارية للشركة

NI : صافي الدخل للشركة

OCF : التدفقات النقدية التشغيلية للشركة

A : إجمالي أصول الشركة

REVΔ : التغير في إيرادات الشركة

RECΔ : التغير في الحسابات تحت التحصيل للشركة

PPE : إجمالي العقارات والتجهيزات والممتلكات (الأصول طويلة الأجل) للشركة

6.1.2 قيمة الشركة:

يتم قياس القيمة السوقية لأسهم الشركة(المصارف) وفقاً لنموذج القيمة السوقية ولكون نسبة المطلوبات تكون معدومة أو قليلة نسبياً للمصارف فتتساوى النتائج بين Tobin's Q والقيمة السوقية للشركة لكون البيانات خالية من المطلوبات (Srinivasan&Hanssens,2009:6).

$$\text{القيمة الشركة} = \text{سعر الإغلاق} * \text{عدد الأسهم المتداولة} \quad (5) \text{ معادلة}$$

6.2 التحليل المالي:

6.2.1 التحليل المالي لمتغير إدارة الأرباح:

سيتم في هذه الفقرة مناقشة نتائج اختبار التحليل المالي لمتغير إدارة الأرباح وتحليل مكوناتها في المصارف عينة الدراسة، إذ يتضح من الجدول (2) الذي يمثل نتائج تحليل متغير إدارة الأرباح للمدة من (2011) الى (2020) وبالتحديد لأحد عشر مصرفاً مدرجاً في سوق العراق الأوراق المالية، ويتبين أن المعدل الذي حصل عليه القطاع للمتغير المذكور قد بلغ (0.607) وعند المقارنة بين النسب التي حصلت عليها المصارف عينة الدراسة تبين أن الأرباح المتحققة لمصرف (مصرف الاستثمار) قد بلغت بمعدل (1329) بانحراف معياري قدره (2,021)، إذ فاق المعدل المتحقق على مستوى المصارف عينة الدراسة، يليه مصرف (اشور) وبمعدل بلغ (0.604) بانحراف معياري قدره (0,188)، أما المعدل الأقل فقد كانت لمصرف سومر نتيجة تحقيقه أرباح بمعدل (0,509) وبانحراف معياري (0,120)، وعلى مستوى السلسلة الزمنية فقد حققت المصارف معدلات متقاربة نوعاً ما، إذا كان أعلى معدل متحقق عام (2018) نتيجة تحقيق (1,173) وأقل معدل كان عام (2013) نتيجة تحقيق (0,484) مما يعني أن المصارف المبحوثة لم تتبع سياسة واضحة لإدارة أرباح أو قد يعود ذلك لعوامل خارجية أبرزها البيئة الاستثمارية غير مواتية في البلد.

جدول (2) إدارة الأرباح للمصارف التجارية المبحوثة للفترة من (2011-2020)

المصرف	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	معدل الشركة	الانحراف المعياري
مصرف اشور	0.54	0.52	0.52	0.52	0.53	0.53	0.54	1.12	0.54	0.68	0.604	0.188
مصرف الاستثمار	0.63	0.49	0.51	0.51	0.52	0.53	0.53	6.9	0.54	2.13	1.329	2.021
مصرف الاقتصاد	0.53	0.49	0.5	0.52	0.53	0.54	0.54	0.54	0.54	0.54	0.527	0.018
مصرف الخليج	0.53	0.51	0.48	0.51	0.54	0.53	0.54	0.55	0.54	0.54	0.527	0.021
مصرف الشرق الأوسط	0.52	0.51	0.52	0.53	0.52	0.53	0.54	0.54	0.49	0.52	0.521	0.014
مصرف الشمال	0.5	0.49	0.51	0.52	0.53	0.53	0.54	0.55	0.55	0.54	0.526	0.021
مصرف الموصل	0.54	0.53	0.51	0.54	0.55	0.55	0.54	0.54	0.54	0.54	0.538	0.011
مصرف يلاف	0.52	0.6	0.54	0.54	0.54	0.54	0.54	0.54	0.54	0.54	0.544	0.021
مصرف بابل	0.54	0.54	0.53	0.54	0.53	0.54	0.54	0.54	0.54	0.54	0.538	0.004
مصرف سومر	0.58	0.53	0.17	0.54	0.54	0.54	0.54	0.55	0.55	0.55	0.509	0.120
مصرف كوردستان	0.51	0.51	0.53	0.53	0.51	0.51	0.51	0.53	0.53	0.52	0.519	0.010
معدل الفترة	0.540	0.520	0.484	0.527	0.531	0.534	0.535	1.173	0.536	0.695	0.607	
الانحراف المعياري	0.036	0.032	0.105	0.012	0.011	0.010	0.009	1.907	0.016	0.477	0.262	

المصدر: اعداد الباحث باعتماد مخرجات برنامج Eviews

6.2.2 التحليل المالي لمتغير القيمة السوقية:

سيتم في هذه الفقرة مناقشة نتائج اختبار التحليل المالي لمتغير القيمة السوقية وتحليل مكوناتها في المصارف عينة الدراسة، إذ يتضح من الجدول (3) الذي يمثل نتائج تحليل متغير القيمة السوقية للمصارف المبحوثة للمدة من (2011) الى (2020) وبالتحديد لأحد عشر مصرفاً مدرجاً في سوق العراق الأوراق المالية، ويتبين أن المعدل الذي حصل عليه القطاع للمتغير المذكور قد بلغ (0.734) وعند المقارنة بين النسب التي حصلت عليها المصارف عينة الدراسة تبين أن القيمة السوقية لمصرف (كوردستان) قد بلغ (1.611) بانحراف معياري قدره (0,527)، إذ فاق المعدل المتحقق على مستوى المصارف عينة الدراسة مما يعني أن المصرف يمتلك اسهم ذات قيمة سوقية مرتفعة مقارنة بالمصارف الأخرى وقد يعود ذلك إلى البيئة الاستثمارية المشجعة في الاقليم، يليه مصرف (الشمال) وبمعدل بلغ (0,861) بانحراف معياري قدره (0,980)، أما المعدل الأقل فقد كانت لمصرف بابل نتيجة تحقيقه أقل قيمة سوقية مقارنة بالمصارف المبحوثة وبمعدل (0,413) وبانحراف معياري (0,255)، وعلى مستوى السلسلة الزمنية فقد حققت المصارف معدلات متذبذبة، إذا كان أعلى معدل متحقق عام (2011)

نتيجة تحقيق (1,347) واقل معدل كان عام (2019) نتيجة تحقيق (0,304) مما يعني ان المصارف المبحوثة لم تحافظ على قيم سوقية مرتفعة لاسهمها ويعزو السبب الى تأثير عوامل البيئة الخارجية.

جدول (3) القيمة السوقية للاسهم للمصارف التجارية المبحوثة للفترة من (2011-2020)

المصرف	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	معدل المصرف	الانحراف المعياري
مصرف اشور	0.99	0.93	0.74	0.93	0.43	0.34	0.3	0.23	0.24	0.28	0.541	0.318
مصرف الاستثمار	0.95	1.01	0.97	1	0.68	0.6	0.42	0.28	0.27	0.39	0.657	0.307
مصرف الاقتصاد	1.49	1.13	0.8	0.72	0.72	0.72	0.43	0.43	0.43	0.50	0.737	0.344
مصرف الخليج	1.01	1.09	1.15	0.9	0.51	0.45	0.39	0.19	0.14	0.29	0.612	0.387
مصرف الشرق الأوسط	1.92	1.46	1.6	0.6	0.51	0.43	0.35	0.1	0.1	0.25	0.732	0.670
مصرف الشمال	2.01	2.54	2.07	1.05	0.26	0.12	0.2	0.11	0.11	0.14	0.861	0.980
مصرف الموصل	1.35	0.85	0.87	0.73	0.25	0.56	0.32	0.16	0.16	0.30	0.555	0.391
مصرف ايلاف	0.97	0.88	0.77	0.73	0.4	0.29	0.3	0.22	0.18	0.25	0.499	0.304
مصرف بابل	0.81	0.78	0.7	0.39	0.29	0.33	0.3	0.19	0.11	0.23	0.413	0.255
مصرف سومر	0.82	0.78	1	1	0.95	0.9	0.9	0.9	0.51	0.80	0.856	0.144
مصرف كوردستان	2.5	2.1	2.25	1.9	1.45	1.26	1.28	1.1	1.09	1.18	1.611	0.527
معدل الفترة	1.34	1.23	1.17	0.90	0.58	0.54	0.47	0.35	0.30	0.41	0.734	
الانحراف المعياري	0.56	0.58	0.55	0.38	0.35	0.32	0.32	0.33	0.29	0.31	0.402	

المصدر: اعداد الباحث باعتماد مخرجات برنامج Eviews

6.3 تحليل التوزيع الطبيعي:

6.3.1 تحليل التوزيع الطبيعي لمتغير إدارة الأرباح:

يتم الحكم على مدى توزيع البيانات توزيعاً طبيعياً من عدمه بالاعتماد على قيم معاملي مؤشري التفلطح والالتواء، وبدلالة اختبار (Jarque-Bera) الذي يعتمد لتشخيص إذا كانت بيانات العينة المبحوثة موزعة توزيعاً طبيعياً أم خلاف ذلك فإذا كانت القيم واقعة بين (3, -3) وبمستوى المعنوية أكبر من (0.05) فهذا يدل على أن البيانات موزعة توزيعاً طبيعياً، إذ يتضح إن بيانات جميع المصارف المبحوثة قد وزعت توزيعاً طبيعياً على مستوى المتغير (إدارة الأرباح) لأن مستوى معنوية المتحقق أكبر من (0.05) وتراوحت نتائج اختبار مؤشر (Jarque-Bera) بين (0.608) و (2.696).

جدول (4) التوزيع الطبيعي لمتغير إدارة الأرباح لبيانات المصارف التجارية المبحوثة للفترة من (2011-2020)

مصرف اشور	مصرف الاستثمار	مصرف الاقتصاد	مصرف الخليج	مصرف الشرق الأوسط	مصرف الشمال	مصرف الموصل	مصرف ايلاف	مصرف ف بابل	مصرف سومر	مصرف كوردستان
-----------	----------------	---------------	-------------	-------------------	-------------	-------------	------------	-------------	-----------	---------------

0.224	-0.413	-0.336	0.984	-0.390	-0.290	-0.979	-0.993	-0.992	0.473	0.466	Skewness
1.050	1.962	2.786	1.090	1.339	1.867	2.465	2.026	2.487	2.120	2.099	Kurtosis
1.501	2.623	2.696	2.483	2.570	0.608	1.518	1.480	1.575	1.542	1.419	Jarque-Bera
0.472	0.072	0.260	0.062	0.168	0.738	0.468	0.477	0.455	0.093	0.082	Probability

المصدر: اعداد الباحث باعتماد مخرجات برنامج Eviews

6.3.2 تحليل التوزيع الطبيعي لمتغير القيمة السوقية

يتم الحكم على مدى توزيع البيانات توزيعاً طبيعياً من عدمه بالاعتماد على قيم معاملي مؤشري التفلطح والالتواء، وبدلالة اختبار (Jarque-Bera) الذي يعتمد لتشخيص إذا كانت بيانات العينة المبحوثة موزعة توزيعاً طبيعياً أم خلاف ذلك فإذا كانت القيم واقعة بين (3, -3) وبمستوى المعنوية أكبر من (0.05) فهذا يدل على أن البيانات موزعة توزيعاً طبيعياً، إذ يتضح إن بيانات جميع المصارف المبحوثة قد وزعت توزيعاً طبيعياً على مستوى المتغير (القيمة السوقية) لأن مستوى معنوية المتحقق أكبر من (0.05) وتراوحت نتائج اختبار مؤشر (Jarque-Bera) بين (0.679) و (2.264).

جدول (4) التوزيع الطبيعي لمتغير للقيمة السوقية للسهم المصارف التجارية المبحوثة للفترة من (2011-2020)

مصرف كوردستان	مصرف سومر	مصرف پابل	مصرف ايلاف	مصرف الموصل	مصرف الشمال	مصرف الشرق الأوسط	مصرف الخليج	مصرف الاقتصاد	مصرف الاستثمار	مصرف اشور	
0.360	-0.472	0.439	0.257	0.584	0.567	0.618	0.049	0.961	-0.238	0.246	Skewness
1.566	4.382	1.647	1.384	2.331	1.580	1.774	1.416	2.989	1.433	1.283	Kurtosis
0.965	2.264	0.976	1.078	0.679	1.239	1.136	0.944	1.386	1.005	1.196	Jarque-Bera
0.617	0.138	0.614	0.583	0.712	0.538	0.567	0.624	0.500	0.605	0.550	Probability

المصدر: اعداد الباحث باعتماد مخرجات برنامج Eviews

اختبار علاقات التأثير:

6.4 فرضية البحث:

افترض الباحث ((وجود تأثير ذات دلالة معنوية لادارة الأرباح في القيمة السوقية)) إذ سيتم تحليل اختبار علاقة التأثير باعتماد البرنامج الاحصائي (Eviews) وحسب النتائج التي ستعرض في الجدول (6) الذي يبين الجزء الأول منه مقدار التأثير ومعامل التحديد ومستوى المعنوية لقيمة (T) لاختبار معنوية علاقة التأثير ومستوى المعنوية لقيمة (F) لاختبار معنوية معامل التحديد للتعرف على مدى جودة النموذج بطريقتي التحليل (المقطعي والزماني)، أما الجزء الثاني من الجدول (5) سيبين اختبار التحليل التمييزي المقطعي (للمصارف المبحوثة) والزماني (السلسلة الزمنية المعتمدة) للتعرف على التمايز بين المصارف المبحوثة في مقدار التأثير على مستوى المصارف ثم على مستوى الفترات الزمنية وكما يلي:-

جدول (5) اختبار علاقة التأثير بين إدارة الأرباح والقيمة السوقية

المؤشرات المستقلة	المؤشر التابع	التقديرات Coefficient	الخطأ المعياري Std. Error	احصائية (t) t-Statistic	مستوى المعنوية Prob.	القرار
X	Y	0.188	0.051	3.715	0.015	قبول

الطريقة المقطعية للمربعات الصغرى Method: Pooled Least Squares $Y = (0.766) + (0.188)X$			0.766	الثابت (C)
			0.786	معامل التحديد (R ²)
			15.273	احصائية (F) F-statistic
			0.000	مستوى معنوية (F)

التمايز بين الفترات حسب التأثير الثابت Fixed Effects (Period)			التمايز بين المصارف حسب التأثير الثابت Fixed Effects (Cross)		
الترتيب	التقديرات Coefficient	الفترات (Period)	الترتيب	التقديرات Coefficient	المصارف (Cross)
1	0.58	2011--C	1	0.89	B11—C
2	0.46	2012--C	2	0.17	B6—C
3	0.41	2013--C	3	0.09	B10—C
4	0.14	2014--C	4	0.02	B5—C
5	-0.18	2015--C	5	-0.01	B3—C
6	-0.22	2016--C	6	-0.08	B2—C
7	-0.3	2017--C	7	-0.12	B4—C
8	-0.41	2018--C	8	-0.19	B7—C
9	-0.47	2019--C	9	-0.2	B1—C
10	-0.52	2020--C	10	-0.24	B8—C
			11	-0.34	B9—C

المصدر: من اعداد الباحث بالاستناد الى مخرجات (Eviews)
n=110

اذ يتضح في الجدول (5) ان معامل التحديد (R²) كان (0,786) وبمستوى معنويته (0,000) وهذا يدل على التباين الذي توضحه مؤشرات إدارة الأرباح في القيمة السوقية، على وفق جودة النموذج بين المتغير المستقل والمتغير التابع ودقة النتائج التي يثبتها، اذ تم اختبار علاقة التأثير بين المتغيرات باعتماد البرنامج الاحصائي (Eviews) وبحسب الجدول (5) يتضح ان معامل التأثير قد بلغ (0,188) وهو ايجابي أي عند اجراء تغيير ايجابي (وحدة واحدة) في إدارة الأرباح ستؤدي الى تغير مقداره (0,188) في القيمة السوقية. وهو معنوي عند مستوى دلالة (0,05) على وفق النتائج تقبل الفرضية على مستوى المصارف المبحوثة والمدة الزمنية المعتمدة.

المبحث الرابع:
7. الاستنتاجات والتوصيات:
7.1 الاستنتاجات:

تم التوصل الى الاستنتاجات الاتية:

1. اتبعت إدارة الشركة سياسة إدارة الأرباح نتيجة المرونة العالية للاختيار بين السياسات والتقدير المحاسبية والمسموح بها في حدود المبادئ المحاسبية المقبولة قبولاً عاماً.
 2. ان دوافع إدارة الأرباح عديدة ومتنوعة منها اقتصادية وسياسية واجتماعية (مثلا زيادة أسعار الأسهم ، ومنع التدخل الحكومي ، ومنع انتهاك عقود الدين ، وتعميم مكافآت الإدارة).
 3. يعتبر تمهيد الدخل هو جزء من إدارة الأرباح ولكن الأخيرة أوسع ليشمل جميع حالات تدخل الإدارة في عملية القياس والإبلاغ المالي سواء تلك التي تؤدي إلى تقليل التقلبات غير المتوقعة في الدخل أو تلك التي تؤدي إلى زيادة أو تقليل الدخل لتحقيق أهداف محددة فجميع الأنشطة التي تؤدي إلى تمهيد الدخل تمثل إدارة الأرباح والعكس غير صحيح.
 4. يمكن الاعتماد على نموذج جونز المعدل في الكشف عن إدارة الأرباح المتبعة لحماية المستثمرين.
- 7.2 التوصيات:**

في ضوء النتائج توصلت الباحثة الى وجود علاقة تأثير بين إدارة الأرباح وقيمة الشركة.

1. تشخيص حالات ممارسة إدارة الأرباح والتي تؤدي إلى إعادة النظر في القوائم المالية وبالتالي التأثير في أسعار الأسهم في سوق الأوراق المالية مثلا تأخير او تقديم نقاط الاعتراف بالايراد.
2. تحسين شفافية القوائم المالية من خلال الإفصاح العادل والكافي بغية توفير الثقة فيها من خلال الوصف الأوضح والأدق للسياسة المحاسبية سيكون خطوة ايجابية نحو التفهم الأحسن.
3. طلب إبلاغ أكثر تفصيلاً حول تأثير التغييرات في السياسات والطرائق المحاسبية فإن متطلبات هذه الاظهارة هي أن تكون ملحفاً للقوائم المالية تبين التغيير في أرصدة الحسابات (أرصدة الحسابات) (أرصدة أول وأخر المدة والحركة خلال المدة الزمنية بضمنها التعديلات لأن الهدف المباشر منها هو مساعدة مستخدم القوائم المالية بشكل أفضل لفهم طبيعة وتأثيرات هيكلية المطلوبات والخسائر المستحقة.

المصادر:

- 1- التميمي، عباس حميد، الساعدي، حكيم، (2015)، "إدارة الأرباح عوامل نشونها وسبل الد منها"، الطبعة الأولى.
- 2- الصعدي، إسماعيل، (2011)، "العوامل المؤثرة على معدل عائد السهم السوقي -دراسة تطبيقية على الشركات المدرجة في سوق فلسطين للأوراق المالية"، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، قسم المحاسبة والتمويل، جامعة الأزهر - غزة، رسالة ماجستير.
- 3- العامري، سعود جابد، والشريفي، ناظم حسن(2009)، "المحاسبة المتقدمة في الشركات ولأسس النظرية والعملية لاحتساب قيمة الشركة". الطبعة الأولى، دار الزهوران للنشر والتوزيع عمان، الأردن.
- 4- الغانمي، جعفر فالح (2017). "القياس والإفصاح المحاسبي عن رأس المال الفكري واثرها في قيمة الوحدة الاقتصادية-دراسة في المصرف العقاري ومعمل اسمنت السماوة". جامعة القادسية، كلية الإدارة والاقتصاد، قسم المحاسبة ، رسالة ماجستير.
- 5- الفتلاوي، ليلي ناجي مجيد ،"اثر تطبيق حوكمة الشركات في الحد من ممارسات ادارة الارباح بالتطبيق على عينة من الشركات المساهمة المدرجة في سوق عمان والعراق للأوراق المالية"، اطروحة دكتوراه ، كلية الادارة والاقتصاد ، جامعة بغداد ، 2011.
- 6- بدوي، هبة الله عبد سلام(2017)، "اثر هيكل الملكية ومستوى الإفصاح عن المسؤولية الاجتماعية على قيمة الشركة دراسة تطبيقية على الشركات المقيدة بالبورصة المصرية". مجلة المحاسبة والمراجعة، كلية التجارة، جامعة بني سويف، المجلد 5، العدد2، 171-206.
- 7- حبيب، عقيل حمزة (2003) "تمهيد الدخل : دراسة ميدانية في عينة مختارة من الشركات الصناعية"، رسالة ماجستير، كلية الإدارة والاقتصاد، الجامعة المستنصرية.
- 8- حميدي، كرار سليم عبد الزهرة (2011)، "العلاقة بين حوكمة الشركات وتمهيد الدخل"، رسالة ماجستير مقدمة الى مجلس كلية الادارة والاقتصاد، جامعة الكوفة.
- 9- دهمش، نعيم ،"القوائم المالية والمبادئ المحاسبية المتعارف عليها والمقبولة قبولاً عاماً"، المكتب الاستشاري الاردن ، 2005.
- 10- شرشباب، حيدر محمد(2018). "تحليل العلاقة بين الإفصاح الاختياري وجودة الأرباح المحاسبية واثرها في قيمة الشركة: دراسة تطبيقية في عينة من الشركات المدرجة في سوق العراق للأوراق المالية". كلية الإدارة والاقتصاد، قسم المحاسبة، جامعة الكوفة، رسالة ماجستير.
- 11- عبد الرحمن ، عبد الله عبد الرحمن وهاشم، عمر محمد الحسن أحمد : أثر ممارسة إدارة الأرباح على تقويم الأداء المالي "دراسة تطبيقية علي المصارف المدرجة في سوق الخرطوم للأوراق المالية" جامعة النيلين - كلية التجارة، مجلة العلوم الاقتصادية- المجلد (17) العدد (2) ، ص87- 112، 2016.

- 12- عبد الغفار، نورهان السيد،(2016)" اثر استخدام بطاقة قيم المشروع في تعزيز تقارير الأداء المالي الاستراتيجي على تعظيم قيمة المنشأة، دراسة تطبيقية" دراسة دكتوراه مقدمة الى كلية التجارة، جامعة قناة السويس، الإسماعيلية-مصر.
- 13- فرج، هاني خليل(2017)."العلاقة بين مستوى الإفصاح البيئي وقيمة الشركة-دراسة تطبيقية على الشركات الصناعية المقيدة في البورصة المصرية". مجلة المحاسبة والمراجعة، كلية التجارة، جامعة بني سويف، المجلد 5، العدد 1،107-148.
- 14- مليجي، مجدي مليجي عبد الحكيم(2017)."تحليل العلاقة بين الإفصاح المحاسبي عن المعلومات المستقبلية وتكلفة رأس المال واثرهلا على كفاءة القرارات الاستثمارية للشركات المصرية". مجلة المحاسبة والمراجعة، كلية التجارة، جامعة بني سويف المجلد 5 العدد 1،2-50.
- ثانيا: المصادر الأجنبية

- 1- Arhin, s.(2018)."Shareholder value: An analysis of return on assets and equity and their impacte on corporate strategic donation using profit margin and turnover".Global Journal of Business Economics and Management: Current,8(2),74-88.
- 2-Badrzaman,J.(2020)."The Impact of Earning Per share and Return on Equity on Stock price". A multifaceted review journal in the field of pharmacy,11(6),1285-1289.
- 3- Belkaoui, Ahmed Riahi (2004), "Accounting Theory", 5th Edition Thomson Learning. –
- 4-Beneish,M.D"٠.Incentives and Penalties Related to Earnings Over Statements that Violate GAAP"the Accounting review, Vol.74, No.4,1999.
- 5-Bidhari, S.,Salim, U.,& Aisjah,(2013)."Effect of Corporate Social Responsibiliy Information Disclosure on Financial Performance
- 6- Carini, C.,Comincioli,N.,Poddi,L.,& Vergalli s.(2017)."Measure The Performance with the Market Value Added: Evidence From CSR Companies". The Section Economic and Business Aspects of Sustainability,9(12),1-19.
- 7- Degeorge, Francois ; Jayendu, Patel & Richard, Zeckhauser (1999), " Earnings Management to Exceed – thresholds", Journal of Business, Vol.(72), Issued (1)
- 8- DECHOW ,R. SLOAN &A. SWEENEY(: Detecting Earnings Management, The Accounting Review, Vol. 70, – No. 2 (Apr., 1995)
- 9-Huseynov, Shahmar (2010), "Creative Accounting and Fraud.
- 10-Husain,T. & Sarwani & Sunardi, Nardi & Lisdawati (2020), "Firms Value Prediction Based on Profitability Review,Vol.2, No.2.
- 11-Femandez, BABLO,(2007), Company valuation methods (the most common errors in valuation) working paper
- 12-Healy, P. and J. Wahlen, (1999)"A review of the earnings management literature and its implications for standard setting "Accounting Horizons 13 (December).
- 13- Jiraporn, G. Miller, S. Yoon & Y. Kim: Is earnings management opportunistic or beneficial? An agency theory perspective, International.
- 14-Jones, J. (1991), "Earnings Management during Import Relief Investigations", Journal of Accounting Research", Vol. 29.
- 15- Kieso, D. Kimmel j.Weygandt (2011) Financial Accounting tools for business decision making.
- 16- Matos, Janot& Faissol, Felipe,(2005)," EARNINGS MANAGEMENT: THE CASE OF LUCENT TECHNOLOGIES", Revista Universo Contábil, vol. 1, núm. 1, enero-abril, 2005, pp. 101-111.
- 17- Mikutowski, Mateusz & Kambouris, George D. & Zarema, Zaremba, Adam(2019), "A Note on Value Investing in The Uae Stock Market", Journal of Research in Emerging Markets Jrem, Vol.1, No.2.
- 18 -Miller,James,E "٠.he Development Of The Miller Ratio (MR): A Tool To Detect For The Possibility Of Earnings Management (EM "(Journal of Business & Economics Research ,Volume 7, Number 1, January, 2009.
- 19- Mulford & Comiskey,(2002)" Earnings Management Behavior: A Study on the Cement Industry of Bangladesh.,Vol. 2, No. 4, April.
- 20-Murphy,John.(2012),"An Introduction To Business Valuation,ASA,MCBA.
- 21- Nazir and Afza,(2018)" -Does managerial behavior of managing earnings mitigate the relationship between corporate governance and firm value? Evidence from an emerging market", Vol. 4.
- 22-Nguyen,A H.,Nguyen,H.T.,&Pham, H.T.(2020)."Alying the camel model to assess performance of commercial Banks: Empirical Evidence From Vietnam ".Banks and Bank Systems,15(2).177-186.
- 23-Nguyen ,A.H., Nguyen ,L.H. ,&Doan ,D.T.(2020).Ownership Structure and Earning Management :Empirical Evidence from Vietnam Real Estate Sector .Real Estate Management and Valuation,28(2),37-51.
- 24-ugroho,B.A.& Jasman, J.(2018). "Can Managers Use Accruals Quality for - Creating Investment Oortunity Set and Increasing Firm Value?" Binus Business Review,9(3),235-245.
- 25- OBAIDAT(2017)" Income Smoothing Behavior at the Times of Politica 10020 Crises", International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences, Vol. 7, No.2.

- 26- PHD & F. CHINEDU U DEH: the effect of earnings management on earnings and book-value per share: a study of selected quoted companies in nigeria, *Research Journal of Finance and Accounting*, Vol.6, No.21, 2015.
- 27- Rahayu, I., & Anggraeni, D. (2019). "Corporate Governance, Corporate Social Responsibility and Firm Value: Economic Value Added as the Intervening Variable". The 3rd International Conference On Accounting, Business & Economics, 15-22.
- 28-- Rahman, Ashiqur & Rozsaan, Zoltan & Cepel, Martin (2018), "Trade Credit and Bank Finance – Evidence from The Visegrad Group", *Journal Of Competitiveness*, Vol. 10, NO.3.
- 29- RONEN & V. YAARI : earnings management, *Emerging Insights in Theory, Practice, and Research*, pp, 1- 43, 2008
- 30- Review of Financial Analysis 17 (2008) 622–634, (2008), pp. 622–634.
- Mikutowski, Mateusz & Kamouris, George D. & Zaremba, Adam (2019), "A Note on Value investing in the Uae stock Market", *Journal of Research in Emerging Markets Jrem*, Vol.1, No.2.
- 31- Schipper, (1989) "Commentary on Earnings Management", *Accounting Horizons*, Vol.3, No. 4.
- 32- Schroeder, Richard G & Myrtle W. Clark & Jack M. Cathey, (2009) "financial accounting theory and analysis: text and cases", John Wiley & Sons.
- 33- Srinivasan, Shuba & Hanssens, Dominique M. (2009), "Marketing and Firm Value: Metrics, Methods, Findings, and Future Directions", *Journal of Marketing Research*, Vol. 46, No. 3.
- 34- Strakova, L. (2020). Earnings Management in global background. *Globalization and its Socio-Economic Consequences*, 1-8.
- 35- Syed, Zulfigar, Safdar, Butt, and Arshad, Hasan, (2009), "Corporate Governance and Earnings Management an Empirical Evidence", *Journal of Business*, Vol.(4), No.(8)
- 36- Watt and Zimmerman, (2017) "The impact of earnings management on the value relevance of earnings: Empirical evidence from Egypt" *Managerial Auditing Journal*, Vol. 32, No.
- 37- ZHANG : Detecting Earnings Management—Evidence from Rounding-up in Reported EPS, pp1-27, November 2002.

قياس علاقة نسبة تغطية السيولة لبازل 3 على العائد على حقوق الملكية والعائد على الموجودات في المصارف التجارية الامريكية "دراسة حالة مصرف جي بي موركان"

Measuring the relationship of Basel III liquidity coverage ratio on return on equity and return on assets in US commercial "banks JPMorgan Bank Case Study"

م.د. مؤيد محمد عبد عيد

Muayad Mohammed Abd Eid

Moayad.mohammed@atu.edu.iq

جامعة الفرات الأوسط التقنية/ الكلية التقنية الادارية كوفة

Al-furat Al-Awsat Technical University/ Technical college of management Kufa

المستخلص:

يعد الهدف الرئيس لمقررات بازل 3 تحقيق إصلاحات جوهرية تعزز السيولة لجعل القطاع المصرفي أكثر مرونة. من خلال تحسين قدرته على امتصاص الصدمات المالية والاقتصادية وتقليل انتقالها من القطاع المالي إلى الاقتصاد الحقيقي. ولعل تأثير أزمة الرهن العقاري (2007-2008) على المؤشرات الاقتصادية ومنها مؤشر الداو جونز في 2008 فقد المؤشر 32% من نقاطه ليستقر عند 8840 نقطة بعد ان كان 13000 نقطة. والتي وصفت بانها اسوء من ازمة الكساد العظيم 1929 مما جعل لجنة بازل 3 اجراء تعديلات لقوانينها بهدف التحوط من تكرار هذه الازمات لذا تناول البحث أهمية تطبيق نسبة تغطية السيولة التي تمكن البنك من التأكد من امتلاكه سيولة كافية لتلبية احتياجاته خلال مدة 30 يوماً و أهمية مؤشرات الربحية العائد على حقوق الملكية والعائد على الموجودات و العلاقة التي تربط بينهما ويهدف البحث التعريف بأهمية العمل بمقررات بازل التي تجنب البنوك الصدمات المالية ومن اهم نتائج البحث هو ان نسبة تغطية السيولة ترتبط بعلاقة طردية منخفضة أي انها لا تشكل عبء على البنوك ويمكن تحقيق أرباح منها من خلال احتفاظها بالأموال السائلة المخصصة لتغطية السيولة على شكل موجودات عالية السيولة كالاستثمار في الأوراق المالية قصيرة الاجل التي تعزز ثقة العمل المصرفي

الكلمات المفتاحية: - نسبة تغطية السيولة لبازل 3 ، العائد على حقوق الملكية، العائد على الموجودات.

Abstract:

The main objective of Basel III decisions is to achieve fundamental reforms that enhance liquidity in order to make the banking sector more resilient. By improving its ability to absorb financial and economic shocks and reduce their transmission from the financial sector to the real economy. Perhaps the impact of the mortgage crisis (2007-2008) on economic indicators, including the Dow Jones index. In 2008, the index lost 32% of its points to settle at 8,840 points, after it was 13,000 points, which was described as worse than the Great Depression of 1929, which made the Basel III Committee make adjustments Therefore, the research dealt with the importance of applying the liquidity coverage ratio that enables the bank to ensure that it has sufficient liquidity to meet its needs within a period of 30 days, and the importance of profitability indicators, return on equity and return on assets, and the relationship between them. The research aims to define the importance of Working with the Basel decisions, which prevent banks from financial shocks, and one of the most important results of the research is that the liquidity coverage ratio is linked to a low positive relationship, that is, it does not constitute a burden on banks, and profits can be made from them

by retaining liquid funds allocated to cover liquidity in the form of highly liquid assets such as investing in short securities. term that enhances banking confidence

Keywords: - Basel 3 Liquidity Coverage Ratio, return on Equity, Return on Assets

1-المقدمة

تعد أزمة 2007، التي ارتفعت فيها حالات التخلف عن السداد بشكل متزايد في قروض الرهن العقاري ذات المخاطر المرتفعة في الولايات المتحدة إلى أحداث صدمة في القطاع المالي. وبحلول أيلول 2008، تطورت الخسائر المحلية من الرهون العقارية لتتحول إلى أزمة مالية عالمية انتقلت آثارها إلى كثير من الدول والمستثمرين نتيجة لتطور هندسة الاتصالات وخصوصا هندسة الشبكات التي مكنت الأسواق العالمية من التكامل فيما بينها وكأنها تعمل في منطقة واحدة، ونتج عنها دخول العديد من الاقتصادات حول العالم في حالة ركود. وقد ساهم الكثير في نتاجات فكرية تمثلت في نظريات عديدة لتفسير الازمات ووضع العلاجات التي تخفف من وطئت الخسائر منها نظرية المبيعات التي قدمها Shleifer and Vishny 1992، ونموذج التسريع المالي لبرنانكي وجيرتلر 1989، ونماذج العدوى المالية 2000 التي قدمها Allen and Gale التي تشكل أساساً معرفياً وفكرياً لفهم الآليات الفردية التي تم لعبها خلال الأزمة المالية. وقامت مجموعة كبيرة من الدراسات النظرية والتجريبية بتطوير هذه المعرفة بشكل كبير على العديد من الجبهات. ومع ذلك، لا تزال النظرة الشاملة لجعل النظام المالي خالي من الازمات تمثل تحدياً. هذا ليس أقله بسبب التعقيد الذي ينجم عن تفاعل المؤسسات غير المتجانسة مثل بنوك التجزئة التقليدية والبنوك الممولة بالجملة والبنوك الاستثمارية وصناديق التحوط وصناديق أسواق المال وشركات التأمين وصناديق التقاعد. التي ترتبط الميزانيات العمومية لهذه المؤسسات ببعضها البعض لتشكيل شبكة ديناميكية تستجيب بشكل سريع للتغيرات المفاجئة في البيئة التي تبرز فيها بوادر للازمات، تسببها الضغوط المالية، وتغيرات الدورة الاقتصادية، والسياسة النقدية، في هذا الصدد، نعتقد أن الطريق إلى الأمام نحو فهم أفضل للنظام المالي ككل سيطلب تركيزاً أقوى على التفاعلات في القطاع المالي. وإن تحديد ومعرفة العوامل التي تؤدي إلى التفاعلات السلبية في القطاع المالي والتي يمكن تحديدها من الازمات التاريخية يعطي دقة أعلى في تصميم وتقييم تأثير اللوائح الجديدة لبازل.

المبحث الأول – منهجية البحث

2- منهجية البحث

1-2 مشكلة البحث

تعد المصارف التجارية المرتكز المالي لاقتصادات الدول وطبيعة عملها تعتمد على رفع مالي كبير لقبولها ودائع الافراد وقد تسببت المصارف بنسبة كبيرة من الازمات على مر التاريخ لذ تخصصت لجنة بازل في وضع تشريعات هدفها تمكين المصارف من ادارة المخاطر وأول تشريع لها هو بازل 1 وبازل 2 وعدلت اللجنة عليه في بازل 3 بعد أزمة الرهن العقاري الامريكية تضمن على تشريعات ركزت على توافر السيولة بنسب حددتها لتغطية المطلوبات ولتسري هذه القوانين بشكل سلس وتتقبلها إدارات المصارف بما لا يؤثر على أدائها اشترطت تطبيق نسبة تغطية السيولة الى عام 2019 لتبلغ 100% والنسبة التي حددتها لجنة بازل قد تكون عبء على مؤشرات الربحية خصوصاً العائد على حقوق الملكية والعائد على الموجودات وعليه يمكن تحديد مشكلة البحث بالصيغة التالية.

هل ان نسبة تغطية السيولة التي حددتها لجنة بازل في احتفاظ المصارف بنسب سيولة قد تكون على شكل نقد لا يولد دخل او استثمارات قصيرة الاجل عالية السيولة تولد فوائد منخفضة تشكل عبء حقيقي متمثل في انخفاض ربحية المصرف التجاري؟

2-2 أهداف البحث

تسعى لجنة بازل الى تحقيق الاستقرار للمصارف من خلال تشريعات ربما يصفها البعض بالتشريعات القاسية ويهدف البحث الى معرفة علاقة مقررات بازل 3 بمؤشرات الربحية للوصول الى عدة اهداف منها.

- 1- بيان ابعاد مقررات بازل 3 للتحوط من مخاطر السيولة للمصرفيين.
- 2- التعرف على العلاقة بين نسبة تغطية السيولة وبين مؤشرات الربحية

- 3- التعرف على نسبة كل صيغة من مخاطر الفشل المالي التي يمكن ان تسببها للمصرف
- 4- تمكين المصرف التجاري من ادارة مخاطر السيولة.
- 5- معرفة مدى النسبة الكافية لتغطية السيولة بما يحقق انخفاض مخاطر السيولة

2-3 أهمية البحث

- 1- اتاحة فرصة التعرف على مدى اهمية ادارة مخاطر السيولة.
- 2- مساعدة المصرف في الحفاظ على مستوى سيولة يحقق الأمان المصرفي ويعطي الثقة لإدارة المصرف.
- 3- ان نجاح المصرف في ادارة السيولة يمكنه من تجنب مخاطر السيولة والمحافظة على الاستمرارية في تقديم خدماته محققا التنمية الاقتصادية في البلد.

2-4 فرضيات البحث يمكن صياغة فرضية البحث بالشكل التالي.

أولاً- H0 عدم وجود علاقة تأثير بين نسبة تغطية السيولة وبين العائد على حقوق الملكية والعائد على الموجودات في بنك جي بي مورغان.

ثانياً- H1 وجود تأثير ذو دلالة معنوية إيجابية ترتبط بها نسبة تغطية السيولة وبين العائد على حقوق الملكية والعائد على الموجودات في بنك جي بي مورغان.

2-5 مجتمع وعينة البحث

تم اختيار مجتمع الدراسة المصارف الأمريكية وتم اختيار عينة منها قسدية هو المصرف جي بي مورغان وسبب الاختيار ان المصرف طبق قرارات بازل من بدء تاريخ التنفيذ وكذلك يعد من المصارف الكبيرة والمؤثر على مستوى الاقتصاد العالمي.

2-6 اسلوب البحث

تم الاعتماد على القوائم المالية لمصرف جي بي مورغان في تحليل وقياس المؤشرات وتم استخدام الحاسب الآلي في قياس وتحليل المتغيرات المستخرجة من قوائم المصرف بواسطة البرنامج الاحصائي SPSS

المبحث الثاني: - الإطار الفكري لبازل 1,2,3

3- لجنة بازل وعضويتها

تم إنشاء لجنة بازل باعتبارها لجنة اللوائح المصرفية والممارسات الإشرافية من قبل محافظي البنوك المركزية لمجموعة الدول العشر في نهاية عام 1974 في أعقاب الاضطرابات الخطيرة في أسواق العملات والأسواق المصرفية الدولية لا سيما فشل Bankhaus Herstatt في ألمانيا الغربية. عقد الاجتماع الأول في فبراير 1975 وعقدت الاجتماعات بانتظام ثلاث أو أربع مرات في السنة منذ ذلك الحين. يأتي أعضاء اللجنة من بلجيكا، وكندا، وفرنسا، وألمانيا، وإيطاليا، واليابان، ولوكسمبورغ، وهولندا، وإسبانيا، والسويد، وسويسرا، والمملكة المتحدة، والولايات المتحدة. وتعد اتفاقية بازل إطار تنظيمي عالمي طوعي ينص على كفاية رأس المال واختبار الضغط ومخاطر سيولة السوق. تم تطوير بازل 2، 3 من خلال الاتفاقيات لمعالجة أوجه القصور في التنظيم المالي الذي أدى إلى أزمات مالية في 2007-2008. تهدف بازل 3 إلى تعزيز متطلبات رأس المال للبنك من خلال تحسين السيولة وتقليل الرافعة المالية، وبالتالي السعي للتخفيف من مخاطر التهافت على البنك. وتم تصميم بازل 3 لمعالجة نقاط الضعف التي أبرزتها الأزمات السابقة وإعداد القطاع المصرفي العام لأي أزمات مستقبلية. (Yan , Hall,2012:75)

3.1 بازل 1 :

اتفاق بازل 1988 : تعد نشأة بازل 1 الى ايجاد وثيقة للتقارب الدولي لإيجاد معيار لقياس رأس المال وقد كان عمل اللجنة المكونة من اثني عشر دولة من ممثلي البنوك المركزية. وهي ليس نصًا ملزمًا قانونًا لأنه يمثل توصيات فقط، ولكن تم تكليف أعضاء مجموعة العمل بالالتزام أخلاقيا بتطبيقه في بلدانهم. تم نشر الاقتراح الأول من اللجنة في ديسمبر 1987، ثم تم إعداد

عملية استثمارية للحصول على ردود الفعل من القطاع المصرفي. وقد تم التركيز على مخاطر الائتمان بينما المخاطر الأخرى تتم ادارتها من قبل المختصين في كل بلد من خلال تحديد متطلبات رأس المال من خلال وظيفة البنك داخل وخارج الميزانية العمومية. وتسعى اللجنة الى تحقيق هدفان رئيسيان هما: (Pébereau,2003:24) الأولى هو تعزيز سلامة واستقرار النظام المصرفي الدولي. والثاني هو للحد من المصادر الحالية لعدم المساواة التنافسية بين البنوك الدولية. وكان يتعين أن تحظى مقترحات اللجنة بموافقة جميع المشاركين، ولكل منهم حق النقض. وهكذا كان إطار عمل بازل 1 عبارة عن مجموعة من القواعد التي أقرها المشاركون بالكامل. للوصول إلى توافق في الآراء وهناك بعض الخيارات التي تُركت لتقدير البنك المركزي لكل دولة، وتم تصميم القواعد لتحديد الحد الأدنى لمستوى رأس المال والمبدأ الرئيسي لقاعدة الملاءة هو تخصيص وزن لكل من البنود الموجودة في الميزانية العمومية وخارجها بناءً على مستوى المخاطرة التي تم تقديرها، والمطالبة بمستوى رأس مال يعادل 8% من تلك الموجودات المرجحة بالمخاطر. كانت الخطوة الأولى في تحديد متطلبات رأس المال هي تحديد ما يمكن اعتباره رأس مال حيث أقرت اللجنة مستويين من رأس المال حسب نوعيتها ((Laurent Baltzar,2010:29)

يتكون المستوى 1 من رأس المال المدفوع ، الاحتياطيات (الأرباح المحتجزة، الاحتياطيات القانونية ...)

يتكون المستوى 2 من: - (الاحتياطيات غير المعلنة، احتياطيات إعادة تقييم الأصول، الأدوات الهجينة "ويجب أن تكون غير مضمونة ومدفوعة بالكامل" ، الديون الثانوية "بحد أقصى 50٪ من المستوى 1، بحد أدنى 5 سنوات – خصم عامل لأجل الاستحقاق الأقصر" ، الخصومات ، الشهرة "من المستوى 1" ، استثمارات في شركات تابعة غير مجمعة "من المستوى 1 والمستوى 2")

الآثار الإيجابية ونقاط الضعف لاتفاقية بازل لرأس المال لعام 1988.

تتضمن بازل 1 نقاط قوة نقاط ايجابية وكذلك تتضمن نقاط ضعف تؤثر سلبا على المصرف (Laurent Baltzar,2010:33)

3.1.1 الآثار الإيجابية على الرغم من الكثير من الانتقادات، كانت اتفاقية بازل 1 ناجحة من نواح كثيرة. كان الإنجاز الأول الذي حققته الاتفاقية هي: -

1- خلقت معيارًا عالميًا للوائح المصرفية.

تم تصميمه في الأصل للبنوك النشطة دوليًا في دول مجموعة العشر، وهو الآن أساس الإلهام للوائح المصرفية في أكثر من 100 دولة وغالبًا ما يتم فرضه على البنوك المحلية أيضًا. تواجه البنوك الدولية الآن مجموعة موحدة من القواعد، والتي تتجنب الاضطرار إلى مناقشة مستوى رأس المال الصحيح مع كل جهة تنظيمية وطنية لإجراء نفس الأعمال في العديد من البلدان المختلفة. بالإضافة إلى ذلك، لدى البنوك من مختلف البلدان المتنافسة في نفس الأسواق متطلبات رأس مال تنظيمي مكافئة. (Basle committee,2001:6)

2. إدخال أوزان مخاطر مختلفة لفئات الأصول المختلفة،

على الرغم من أنها لا تعكس بالكامل المخاطر الحقيقية لمحافظ الائتمان للبنوك، إلا أنها تحسن واضح في النسب التنظيمية السابقة التي تم استخدامها في بعض البلدان - مثل حقوق الملكية: الموجودات، نسب الودائع.

3.1.2 نقاط الضعف التنظيمية في بازل 1

تتضمن اتفاقية بازل لعام 1988 الكثير من أوجه القصور التي تزداد مع مرور الوقت بشكل تراكمي، مما يؤدي إلى زيادة التدفق المستمر للابتكارات في الأسواق المالية التي تضعف كفاءة اسواق المال. وركزت أبحاث بازل 1 حول الموضوعات المتعلقة بإدارة مخاطر الائتمان التي تواجه البنوك. وقد سمحت تقديرات القياس الكمي للبنوك المتطورة بعمل تقديرات أكثر موثوقية ودقيقة باستمرار لاحتياجات رأس المال الاقتصادي الداخلي. وهو عكس رأس المال التنظيمي المطلوب من قبل الهيئات التنظيمية، فـرأس المال الاقتصادي الداخلي هو رأس المال اللازم لدعم أنشطة الخطر للبنك والتي يقدرها البنك نفسه. والتي تعتمد على النماذج الداخلية ونماذج قياس المخاطر للبنوك. وعندما يقوم البنك بتقدير رأس المال الاقتصادي أعلى من مستوى رأس المال التنظيمي، فلا توجد مشكلة. ولكن إذا كان مستوى رأس المال التنظيمي أعلى من رأس المال الاقتصادي، فهذا يعني أنه يتعين على البنك الحفاظ على مستوى رأس مال يتجاوز ما تم تقديره للوصول إلى مستوى مناسب، وبالتالي تؤثر سلبا على

قيمة المساهمين. إن استجابة البنوك المتطورة للموازنة بين رأس المال التنظيمي والاقتصادي تسمى "بموازنة رأس المال". وهذا يعني إجراء موازنة بين رأس المال التنظيمي والاقتصادي لمواءمتها بشكل أوثق - يمكن القيام بذلك من خلال الانخراط في عمليات جديدة تستهلك رأس مال اقتصادي أكثر من رأس المال التنظيمي. طالما يتم تسعير هذه العمليات الجديدة بشكل صحيح، فإنها ستزيد من عوائد المساهمين. إن المراجعة الرأسمالية تسمح للبنوك بتصحيح نقاط ضعف القيود التنظيمية التي يعترف بها حتى المنظمون أنفسهم. ومع ذلك، فكلما انتشرت هذه الممارسة وزاد تسهيلها من خلال الابتكارات المالية، قلّت كفاءة اتفاقية بازل لرأس المال لعام 1988 (Laurent Baltzar,2010:45)

3.2 بازل 2 :

كان الهدف الأساسي لعمل اللجنة لتنقيح اتفاق عام 1988 هو وضع إطار من شأنه زيادة تعزيز سلامة واستقرار النظام المصرفي الدولي مع الحفاظ على الاتساق الكافي بحيث لا يكون تنظيم كفاية رأس المال مصدراً هاماً لعدم المساواة التنافسية بين البنوك النشطة دولياً. وتعتقد اللجنة أن الإطار المنقح سوف يشجع على تبني ممارسات لإدارة المخاطر أفضل من قبل في الصناعة المصرفية، وتعتبر هذا أحد فوائده الرئيسية. وتلاحظ اللجنة، في تعليقاتها على المقترحات، أن البنوك والأطراف المعنية الأخرى رحبت بمفهوم ومبررات الركائز الثلاث (الحد الأدنى لمتطلبات رأس المال، والمراجعة الإشرافية، وانضباط السوق) التي يستند إليها الإطار المنقح والذي أطلق عليه بازل 2 ويوفر الإطار المعدل مجموعة من الخيارات لتحديد متطلبات رأس المال لمخاطر الائتمان والمخاطر التشغيلية للسماح للبنوك والمشرفين باختيار الأساليب الأكثر ملاءمة لعملياتهم والبنية التحتية للأسواق المالية. بالإضافة إلى ذلك، يسمح الإطار أيضاً بدرجة محدودة من إمكانية تقدير الطريقة التي يمكن بها الدول الأعضاء من إدارة المخاطر المصرفية محلياً بما يوائم الامكانيات والظروف لكل دولة (Basel Committee,2005:47) ولتكييف المعايير مع الظروف المختلفة للأسواق المحلية. ومع ذلك، ستطلب هذه السمات بذل جهود كبيرة من جانب السلطات الوطنية لضمان الاتساق الكافي في التطبيق. وتعتزم اللجنة رصد واستعراض تطبيق الإطار في الفترة المقبلة بهدف تحقيق قدر أكبر من الاتساق. وقد وضعت لجنة بازل 2 بتحديد اوزان للمخاطر حسب التصنيف الائتماني لكل مقترض بينما بازل 1 لم تحدد هذه الاوزان. وضعت بازل 2 ثلاث ركائز رئيسية هي. (Gitman & Zutter, 2015)

3.2.1 الركيزة الأولى هي كفاية رأس المال:

وحددت نسبته كما في المعادلة التالية

$$\text{معدل كفاية رأس المال} = \frac{\text{رأس المال التنظيمي}}{\text{المخاطر الائتمانية} + \text{المخاطر السوقية} + \text{المخاطر التشغيلية}} \leq 8\%$$

تعمل الركيزة 1 على تحسين سياسات بازل 1 من خلال مراعاة مخاطر التشغيل بالإضافة إلى مخاطر الائتمان المرتبطة بالموجودات المرجحة بالمخاطر والتي تحدد البنوك في الحفاظ على حد أدنى لمتطلبات كفاية رأس المال بنسبة 8 ٪ من الموجودات المرجحة مع الأخذ في الاعتبار كل نوع من أنواع مخاطر الموجودات والخصائص المحددة. النهجان الرئيسيان يشملان (Basel Committee,2014:12)

1. النهج الموحد مناسب للبنوك ذات حجم العمليات الأصغر وهيكل تحكم أبسط. وهي تنطوي على استخدام التصنيفات الائتمانية من مؤسسات تقييم الائتمان الخارجية لتقييم الجدارة الائتمانية لمدين البنك.

2. النهج القائم على التصنيف الداخلي النهج القائم على التصنيف الداخلي مناسب للبنوك المشاركة في عمليات أكثر تعقيداً مع أنظمة إدارة مخاطر أكثر تطوراً وهناك طريقتان في التصنيفات الداخلية:

3. النهج القائم على التصنيف الداخلي للمؤسسة وتستخدم البنوك تقيّماتها الخاصة للمعاملات مثل احتمالية التخلف عن السداد، في حين يتم تحديد طرق تقييم المعاملات الأخرى، بشكل أساسي مكونات المخاطر مثل الخسارة عند التعثر والتعرض عند التقصير من قبل المشرّف. النهج القائم على التصنيف الداخلي المتقدم: في إطار نهج تستخدم البنوك تقيّماتها الخاصة لجميع مكونات المخاطر والمعايير الأخرى.

3.2.2 الركيزة 2: المراجعة الإشرافية :

تمت إضافة الركيزة 2 بسبب ضرورة الإشراف الفعال وعدم تضمينه في بازل 1، فيما يتعلق بتقييم كفاية رأس المال الداخلي للبنوك. بموجب الركيزة 2، تلتزم البنوك بتقييم كفاية رأس المال الداخلي لتغطية جميع المخاطر التي قد تواجهها في سياق عملياتها. ويتوجب في عملية التقييم الداخلي لكفاية رأس المال قيام البنك في إجراء تقييمات دورية داخلية لكفاية رأس المال وفقاً لملف المخاطر وتحديد استراتيجيات للحفاظ على مستوى رأس المال اللازم. أما في عملية المراجعة الإشرافية والتقييم يلتزم المشرفون بمراجعة وتقييم تقييمات واستراتيجيات كفاية رأس المال الداخلية للبنوك، فضلاً عن قدرتهم على مراقبة امتثالهم لنسب رأس المال التنظيمية. ويجب أن يسعى المشرفون للتدخل في عملية صنع القرار اليومية من أجل منع رأس المال من الانخفاض إلى ما دون المستوى الأدنى (Basel committee,2010).

3-2-3 الركيزة 3: انضباط السوق :

تهدف الركيزة 3 إلى ضمان انضباط السوق من خلال جعل الكشف عن معلومات السوق ذات الصلة إلزامياً. يتم ذلك للتأكد من أن مستخدمي المعلومات المالية يتلقون المعلومات ذات الصلة لاتخاذ قرارات تداول مستنيرة ولضمان انضباط السوق.

3-3 بازل 3 :

اتفاقية بازل 3 هي مجموعة من الإصلاحات المالية التي تم تطويرها من قبل لجنة بازل للرقابة المصرفية بهدف تعزيز التنظيم والإشراف وإدارة المخاطر في الصناعة المصرفية. نظراً لتأثير الأزمة المالية العالمية لعام 2008 على البنوك، تم تقديم بازل 3 لتحسين قدرة البنوك على التعامل مع الصدمات الناتجة عن الضغوط المالية وتعزيز الشفافية والإفصاح (Basel committee,2016) على الاتفاقيات السابقة، بازل 1 و2، وهي جزء من عملية مستمرة لتعزيز التنظيم في الصناعة المصرفية. يهدف الاتفاق إلى منع البنوك من الإضرار بالاقتصاد من خلال تحمل مخاطر أكثر مما تستطيع تحمله. (Goldbach,2015:16)

3.3.1 المبادئ الرئيسية لبازل 3:

1. الحد الأدنى لمتطلبات رأس المال رفعت اتفاقية بازل 3 الحد الأدنى لمتطلبات رأس المال للبنوك من 2% في بازل 2 إلى 4.5% من الأسهم العادية، كنسبة مئوية من أصول البنك المرجحة بالمخاطر. هناك أيضاً مطلب إضافي 2.5% من رأس المال الاحتياطي الذي يجعل إجمالي الحد الأدنى للمتطلبات 7%. يمكن للبنوك استخدام الاحتياطي المؤقت عند مواجهة ضغوط مالية، لكن القيام بذلك يمكن أن يؤدي إلى المزيد من القيود المالية عند دفع الأرباح. اعتباراً من عام 2015، زادت متطلبات رأس المال من المستوى 1 من 4% في بازل 2 إلى 6% في بازل 3. تشتمل نسبة 6% على 4.5% من رأس المال العادي من المستوى 1 و 1.5% إضافية من رأس المال الإضافي من المستوى الأول. كان من المقرر تنفيذ المتطلبات اعتباراً من عام 2013، ولكن تم تأجيل موعد التنفيذ عدة مرات، وأمام البنوك الآن حتى 1 يناير 2022، لتنفيذ التغييرات (Allen, Overy,2014:23).

2. نسبة الرافعة المالية قدمت بازل 3 نسبة الرافعة المالية غير القائمة على المخاطر لتكون بمثابة دعامة لمتطلبات رأس المال القائمة على المخاطر. يتعين على البنوك الاحتفاظ بنسبة رافعة مالية تزيد عن 3%. يتم احتساب نسبة الرافعة المالية غير القائمة على المخاطر بقسمة رأس المال من المستوى الأول على متوسط إجمالي الأصول الموحدة للبنك للتوافق مع المتطلبات قام بنك الاحتياطي الفيدرالي للولايات المتحدة بتثبيت نسبة الرافعة المالية عند 5% للشركات القابضة للبنوك المؤمنة، و6% للمؤسسات المالية الهامة بشكل منهجي. (Zutter & Smart, 2021)

3. متطلبات السيولة قدمت بازل 3 استخدام نسبتين للسيولة - نسبة تغطية السيولة ونسبة صافي التمويل المستقر. تتطلب نسبة تغطية السيولة من البنوك الاحتفاظ بأصول كافية عالية السيولة يمكنها تحمل سيناريو تمويل مضغوط لمدة 30 يوماً كما هو محدد من قبل المشرفين. تم تقديم تفويض نسبة تغطية السيولة في عام 2015 بنسبة 60% فقط من متطلباتها المعلنة ومن المتوقع أن تزيد بنسبة 10% كل عام حتى عام 2019 عندما تدخل حيز التنفيذ الكامل. من ناحية أخرى، تتطلب نسبة صافي التمويل المستقر من البنوك الحفاظ على تمويل مستقر فوق المبلغ المطلوب للتمويل المستقر لمدة عام واحد من الإجهاد الممتد. تم تصميم لمعالجة عدم تطابق السيولة وسيبدأ العمل في عام 2018 (F RANÇOIS,2015:42).

4. نسبة تغطية السيولة Liquidity Coverage Ratio

اقترحت لجنة بازل تقديم نسبة تغطية السيولة كمييار سيولة مذسوق دوليًا في أعقاب الأزمة المالية العالمية كجزء من إصلاحات بازل 3 المصممة لتعزيز مرونة البنوك في مواجهة صدمات السيولة قصيرة الأجل (لجنة بازل للرقابة المصرفية، 2013:45). ويتطلب من البنوك الاحتفاظ بمخزون كافٍ من الأصول سائلة عالية الجودة (HQLA) high-quality liquid assets كافية بالنسبة إلى التدفقات النقدية الخارجة المتوقعة على مدى فترة إجهاد تبلغ 30 يومًا. كقاعدة عامة، والتي يجب تغطيتها بواسطة الأصول سائلة عالية الجودة وبنفس العملة. يتم حساب نسبة تغطية السيولة على أنها نسبة الأصول سائلة عالية الجودة إلى التدفقات النقدية الخارجة المتوقعة ويجب أن تكون أكبر من أو تساوي واحدًا. (Lucas, Et al,2016:68)

5. الهدف من نسبة تغطية السيولة

من اجل مواكبة التطورات الخاصة بالنظام المصرفي العالمي، وبغية الوصول إلى ما اكدت عليه مقررات لجنة بازل III، سيكون الالتزام على المصارف كافة بالإيفاء بالحدود الدنيا المقررة لاحتساب كل من نسبة تغطية السيولة (LCR) ونسبة صافي التمويل المستقر (NSFR) في 2017/1/1 وكما مثبت في الجدول ادناه الذي يظهر السنة والنسب المطلوب تحقيقها من المصارف لكل سنة ابتداء من 2017 بنسبة 80% وتنتهي بسنة 2019 بتمام نسبة تغطية السيولة 100%

جدول (1) تطبيق النسب التدريجي لنسبة تغطية السيولة ونسبة صافي التمويل المستقر ونسب إنجازها لكل سنة

النسبة	2017	2018	2019
LCR	80%	90%	100%
NSFR	100%	100%	100%

المصدر: - (تقرير البنك المركزي العراقي)

وتهدف نسبة تغطية السيولة إلى التأكد من احتفاظ البنك بقدر كافي من الموجودات السائلة عالية الجودة غير المرهونة لمقابلة صافي التدفقات النقدية الخارجة المتوقعة خلال 30 يوم قادمة في ظل سيناريو للظروف غير المواتية. ويتم حساب تلك النسبة وفقا لصافي التدفقات النقدية الخارجة خلال 30 يوما وفقا للمعادلة الآتية :- (Andrew W. Hartlage,2012)

$$\text{نسبة تغطية السيولة} = \frac{\text{الموجودات السائلة عالية الجودة}}{\text{صافي التدفقات النقدية الخارجة خلال 30 يوما}}$$

ويجب ألا تقل نسبة تغطية السيولة في جميع الأحوال عن 100 % في نهاية فترة التطبيق التدريجي أو بمعنى آخر يجب أن تساوي الموجودات السائلة عالية الجودة على الأقل صافي التدفقات النقدية الخارجة المتوقعة والتي تكون النسبة عندها مساوية للواحد الصحيح لتساوي البسط مع المقام. ويجب على البنك المحافظة على ان تكون نسبة تغطية السيولة أكبر من الواحد او على اقل تقدير ان تكون مساوية للواحد خلال الفترة التي قد يتعرض لها البنك خلال فترة 30 يوما وبصورة (Fuhrer, Benjamin,2016:34) ويتوجب ان تتوفر في الموجودات السائلة عالية الجودة مجموعة من الشروط كي تحقق الكفاءة في ادائها وهي: (البنك المركزي العراقي)

1- ان تكون الموجودات السائلة غير مرهونة، اي خلوها من اي قيود قانونية او رقابية او قيود

اخرى تؤثر على مقدرة المصرف في تحويلها الى نقد او بيعها، كذلك يجب ان تكون خالية

من صفة تغطية التكاليف التشغيلية (كالرواتب مثال).

2- تكون الموجودات السائلة عالية الجودة عندما توضع تحت تصرف الإدارة المسؤولة عن السيولة

في المصرف، بحيث يكون لهذه الإدارة الصلاحية الكافية والمقدرة لتسييلها.

وتنقسم الموجودات السائلة عالية الجودة إلى فئتين: موجودات المستوى الأول وموجودات المستوى الثاني وتشتمل موجودات المستوى الأول على الاحتياطات والأوراق المالية الحكومية القابلة للتسويق وكذلك الأوراق المالية الصادرة عن المنظمات أو بنوك التنمية متعددة الأطراف التي تعرض أعلى مستوى من السيولة وجودة الائتمان. ويجب ان تمتاز بإمكانية تحويل هذه الموجودات الى سيولة دون خسائر كبيرة في فترة زمنية قصيرة حتى في ظل ضغوط شديدة. وبالتالي، فإن هذه الموجودات لها أعلى قيمة تنظيمية (Basel Committee, 2014:12) تشتمل موجودات المستوى الثاني على الأوراق المالية إلا إن جودتها الائتمانية أقل. وعلى سندات دين الشركات الصادرة عن مؤسسات غير مالية وسندات مغطاة. ويتم خصم 15% من موجودات المستوى الثاني من القيمة السوقية للموجودات وهذا يعني يتم الافتراض بأن هذه الموجودات يتم تصفيها فقط بمتوسط خسارة 15% في سيناريو الضغط الشديد (Lucas, Et al, 2016:87).

6. العائد على حقوق الملكية والعائد على الموجودات :

1- معدل العائد على الموجودات ROA- Return on Assets Ratio

تقيس نسبة العائد على الموجودات صافي الدخل من الاموال المستثمرة للمساهمين في المصرف وبعبارة أخرى هو الارباح التي تتحقق نتيجة الاستثمارات المتنوعة للموجودات في منح القروض والاستثمار في الاوراق المالية وغيرها وهو ينتج من قسمة صافي الدخل على اجمالي الموجودات وبالنتيجة يعبر العائد على الموجودات عن الربح المتحقق من كل دولار للموجودات وكلما كانت نسبة ROA مرتفعة كلما كانت استثمارات البنك كفاءة وبالعكس اذا كانت نسبة ROA منخفضة كان استخدام البنك لموجوداته غير كفوء وتندرج بوجود مخاطر انخفاض الربحية للبنك وعليه تغيير سياسة توظيف امواله كما ويطلق عليها أيضاً بدرجة استغلال الموجودات ويعبر عن مدى كفاءة إدارة المصرف وقدرته على تحقيق أرباح إضافية من توظيف موجودات المصرف في القروض والاستثمارات واستغلالها بأفضل ما لديه من موجودات ومدى الكفاءة التي يتمتع به في استغلالها وأن ارتفاع هذه النسبة يدل على كفاءة سياسات الإدارة التشغيلية والاستثمارية (Girbert&Wheelock, 2007:519).

2- معدل العائد على حقوق الملكية ROE- Return On Equity

العائد على حقوق الملكية يقيس بفعالية مقدار الربح الذي يمكن أن تحققه الشركة على رأس مال المالكين، ويمكن استخدامه مع مرور الوقت لتقييم التغييرات وحسب العائد على حقوق المساهمين باعتباره صافي دخل الشركة السنوي بعد الضرائب مقسوماً على متوسط حقوق المساهمين. بمعنى آخر، يشير العائد على حقوق الملكية إلى مقدار الأرباح الناتجة عن كل دولار من حقوق الملكية. يمكن أن يكون نظرة دقيقة جداً في تحديد كفاءة أداء الشركة. بشكل عام، كلما ارتفع العائد على حقوق المساهمين، كلما كانت الشركات قوية مالياً وتعد النسبة المرغوبة فيها تتراوح ما بين (15-20%). وارتفاع هذه النسبة يدل على كفاءة إدارة المصرف وأيضاً ارتفاعها يدل على المخاطرة العالية الناجمة عن زيادة الرافعة المالية وتشير درجة اعتماد المصرف على المديونية وانخفاضها إلى اعتماد المصرف تمويلاً متحفظاً بالقروض وتشمل حقوق الملكية رأس مال الأسهم وكذلك الاحتياطات والأرباح المحتجزة ويعمل المصرف على زيادته بما يتناسب ونسبة المخاطر التي يواجهها. (Girbert&Wheelock, 2007:519)

المبحث الثالث: -

4. الجانب العملي

4.1 نسبة تغطية السيولة للمدة (2017-2021):

تم اعتماد نسبة تغطية السيولة من المدة التي حددتها لجنة بازل والتي تم اعتماد سنة 2017 السنة الأولى لتطبيقها في البنوك حيث كانت النسبة التي تم تحديد البنوك بها هي 80% من السيولة لكي تغطي السحوبات المتوقعة من النقد من قبل مختلف

الزبائن بينما تم تحديد نسبة تغطية السيولة 90% لعام 2018 بنسبة تزيد 10% عن سنة 2017 وكذلك لسنة 2019 كانت النسبة 100% ليتم التخلص من مخاطر السيولة بالكامل وقد جاء تطبيق النسب بشكل تدريجي ليسهل عملية تطبيقها في البنوك.

4.2 العائد على الموجودات والعائد على حقوق الملكية :

تم استخراج نسبة العائد على حقوق الملكية من خلال قسمة صافي الربح على مجموع الموجودات لكل سنة من سنوات الدراسة وكذلك تم استخراج العائد على حقوق الملكية من خلال قسمة صافي الربح على مجموع حقوق الملكية لسنوات الدراسة وكما مبين في الجدول التالي .

جدول رقم (1) يمثل متغيرات الدراسة نسبة تغطية السيولة والعائد على الموجودات والعائد على حقوق الملكية لبنك جي بي مورغان للمدة (2017-2021)

السنة	نسبة تغطية السيولة	العائد على الموجودات ROA%	العائد على حقوق الملكية ROE%
	X	Y1	X2
2017	119	0.96	10
2018	113	1.24	13
2019	116	1.33	15
2020	110	0.8	10
2021	113	1	12

المصدر: - من اعداد الباحث بالاعتماد على القوائم المالية لبنك جي بي مورغان للمدة (2017-2021)

جدول رقم (2) يمثل علاقات الارتباط بين متغيرات الدراسة نسبة تغطية السيولة والعائد على الموجودات والعائد على حقوق الملكية لبنك جي بي مورغان للمدة (2017-2021)

Correlations				Y1	Y2	ln x
Spearman's rho	Y1	Correlation Coefficient		1.000	.975**	.359
		Sig. (2-tailed)		.	.005	.553
		N		5	5	5
		Bias		.000	.000	.000
		Std. Error		.000	.000	.000
	Y2	Bootstra	Lower	1.000	.975	.359
		p ^b	Upper	1.000	.975	.359
		95% Confidence Interval		.975**	1.000	.158
		Correlation Coefficient		.005	.	.800
		Sig. (2-tailed)		5	5	5
		Bias	.000	.000	.000	

	Std. Error		.000	.000	.000
Bootstra p ^b	95% Confidence Interval	Lower	.975	1.000	.158
		Upper	.975	1.000	.158
	Correlation Coefficient		.359	.158	1.000
	Sig. (2-tailed)		.553	.800	.
	N		5	5	5

المصدر: - من اعداد الباحث بالاعتماد مخرجات الحاسب الالي بواسطة البرنامج الاحصائي Spss

الجدول أعلاه تم استخراجه من الحاسب الالكتروني بواسطة البرنامج الاحصائي Spss ويوضح علاقة سببية لعماد تغطية السيولة والتي تم الإشارة لها بالحرف X والعماد على الموجودات وتم الإشارة لها بالرمز Y1 كم على حقوق الملكية بالحرف Y2 ويظهر الجدول العلاقات كما يلي.

1. ترتبط نسبة التغطية مع العماد على الموجودات ارتباط موجب مقداره 0.359 أي كلما زادت نسبة اعماد الموجودات بنسبة 0.359 وتأتي هذه الزيادة نتيجة زيادة استثمار البنك في موجودات مالية ذات جودة عماد تحويلها الى نقد بسرعة وبأقل التكاليف مستغلة النقد في استثمارات في أوراق مالية قصيرة الاجل ممل ينتج عنها عماد منخفض مقابل مخاطر منخفضة وذات قدرة عالية في تحويلها الى نقد يغطي التزامات المصرف عند الحاجة الى ذلك.

2. ترتبط نسبة التغطية مع العماد على حقوق الملكية ارتباط موجب مقداره 0.158 أي كلما زادت نسبة التغطية زاد العماد على حقوق الملكية بنسبة 0.158 وهذه النسبة نجدها منخفضة عن قيمة الارتباط الموجبة في العماد على الموجودات بسبب حجم الموجودات الكبير بالنسبة الى حجم حقوق الملكية.

ومن العلاقات التي نتجت من الجانب العملي نرى وجود علاقة موجبة بين نسبة تغطية السيولة وكل من العماد على الموجودات والعماد على حقوق الملكية يستطيع ان يحقق البنك أرباح من خلال الموجودات عالية السيولة الا ان العماد المتحقق هو منخفض مقابل درجة عالية من التحوط من مخاطر السيولة وبذلك لا تشكل نسبة تغطية السيولة عبء على البنك حيث انها لا ينتج عن تطبيقها خسائر مالية بل يوجد هناك انخفاض في العماد المتحقق وهو طبيعي جدا مقابل تحوط جيد من المخاطر.

5. الاستنتاجات والتوصيات

5.1 الاستنتاجات :

1- هناك ارتباط موجب بين نسبة التغطية ومؤشرات الربحية بالرغم من احتفاظ المصارف بموجودات عالية السيولة الا انها حققت زيادة في الأرباح وزيادة في التحوط من مخاطر السيولة ولم تؤثر قرارات بازل سلبا على الربحية.

2- ترتبط نسبة التغطية مع العماد على الموجودات ارتباط موجب مقداره 0.359 ومع العماد على حقوق الملكية ارتباط موجب مقداره 0.158 هو ارتباط ضعيف وهو ما يفسر العماد المنخفض من الاستثمارات عالية السيولة مثل اذونات الخزنة والتي تكون فائدتها أساسا منخفضة لانخفاض مخاطرها وهو ما ينطبق على الاستثمارات القصيرة الاجل عالية السيولة.

3- ان نسبة التغطية حسب مقررات بازل توفر الأمان للمصرف من مخاطر السيولة وفي نفس الوقت تحقق عماد منخفض مما الاستثمارات قصيرة الاجل عالية السيولة وتحدد قدرة البنك من الاستثمار في استثمارات عالية المخاطر وذات عائد مرتفع.

4- نسبة التغطية يتحقق من الأموال التي تخصص للتغطية أرباح من الاستثمارات قصيرة الاجل وهي بذلك لا تشكل عبئا على البنك.

5- طبقت لجنة بازل قرار نسبة التغطية بشكل تدريجي يمتد على فترة من 2017 تم تحديد نسبة التغطية ب 80% لتصل في عام 2019 الى نسبة 100% مما اعطى للبنوك القدرة على تنفيذ هذا القرار بانسيابية عالية متجنباً المخاطر التي تنتج لو طبقت بشكل غير تدريجي.

5.2 التوصيات :

- 1- زيادة الوعي لإدارات المصارف بضرورة الالتزام بمقررات بازل للتحوط من مخاطر السيولة.
- 2- تشجيع إدارات البنك على القيام بالاستثمارات قصيرة الاجل مما يساعد على تطبيق النسبة مع تحقيق أرباح معتدلة.
- 3- إقامة دورات لإدارات البنك بتوضيح مقررات بازل وتفصيلها من قبل مختصين وجعلهم يؤمنون بان المقررات هي أولاً وأخراً تصب في المصلحة العامة.

المصادر العربية: -

- 1- البنك المركزي العراقي، دائرة العمليات الرقابية والدين، الضوابط الرقابية الخاصة بإدارة مخاطر السيولة وفقاً لمقررات بازل III

Sources English

- 1- Andrew W. Hartlage ,The Basel III Liquidity Coverage Ratio and Financial Stability ,2012
- 2- Gilbert, R. Alton and Wheelock, David C.Measuring Commercial Bank Profitability: Proceed with Caution. Federal Reserve Bank of St. Louis Review, November/December, 89(6), pp. 515-32, 2007
- 3- JEAN F RANÇOIS pons,L'impact de Bâle III SUR LES PRÊTS AUX PME :L'HEURE DE VÉRITÉ APPROCHE,Revue d'Économie Financière,2015,P234.
- 4- Laurent Baltzar, From Basel 1 to Basel 3: The Integration of State-of-the-Art Risk Modeling in Banking Regulation,2006
- 5- Laurent Baltzar, From Basel 1 to Basel 3: The Integration of State-of-the-Art Risk Modeling in Banking Regulation,2010
- 6- Roman Goldbach , Global Governance and Regulatory Failure The Political Economy of Banking ,International Political Economy Series, Palgrave Macmillan , Hampshire,2015,

work paper

- 1- Allen and Overy (2014) Capital Requirements Directive IV Framework, Client briefing Paper 1 [online] <http://www.allenoverly.com>.
- 2- Basel Committee on Banking Supervision (2014) Regulatory Consistency Assessment Programme (RCAP) Assessment of Basel III regulations – Australia [online] http://www.big.org/bcbs/implimentation/12_au.pdf
- 3- Basel Committee on Banking Supervision ,International Convergence of Capital Measurement and Capital Standards A Revised Framework,2005
- 4- Basel committee on Banking Supervision, Basel III: A global regulatory framework for more resilient banks and banking systems, op.cit.2010 . pp 21-28 .
- 5- Basel Committee on Banking Supervision, Twelfth progress report on adoption of the Basel regulatory framework, Bank for international settlement, Switzerland, April 2017, pp 05-36.
- 6- Basle committee on banking supervision (Overview of the new Basel capital accord) consultative document, BIS, January 2001, p:6.
- 7- Gitman, L.J., Juchau, R., & Flanagan, J. (2015). Principles of managerial finance. Pearson Higher Education AU.
- 8- Lucas Marc Fuhrer, Benjamin Müller and Luzian Steiner, The Liquidity Coverage Ratio and Security Prices ,SNB Working Papers, © 2016 by Swiss National Bank

- 9- Lucas Marc Fuhrer, Benjamin Müller and Luzian Steiner, The Liquidity Coverage Ratio and Security Prices, SNB Working Papers 2016
- 10- Michel Pébereau, « les en Joux de la réforme du ratio de solvabilité » revue d'économie financière, n°73, volume 4-2003, pp130-131.
- 11- Yan, M., Hall, M.J.B. and Turner, P. (2012) 'A cost-benefit analysis of Basel III: some evidence from the UK', International Review of Financial Analysis, Vol. 25, pp.73-82.
- 12- Zutter, C.J., & Smart, S. (2021). Principles of managerial finance (What's New in Finance) (15th ed.). USA: Person.

foreign reports:

- 1- JPMorgan Financial Reports for 2017
- 2- JPMorgan Financial Reports for the year 2018
- 3- JPMorgan Financial Reports for 2019
- 4- JPMorgan financial reports for the year 2020
- 5- JPMorgan Financial Reports for 2021

أثر الاحتياطات الفائضة في العمق المصرفي في العراق العراق دراسة حالة للمدة (2004-2021)

The impact of excess reserves on banking depth in Iraq Iraq a case study for the period (2004-2021)

م. مصطفى سلام عبد الرضا

L. Mustafa Salam

inm.mus@atu.edu.iq

جامعة الفرات الأوسط التقنية / المعهد التقني المسيب

AL-Furat AL-Awsat Technical University

Al-Musaaib Technical Institute

م. علياء كاظم عيال

L. Alyaa Kadhim Ayal

inm.aly1@atu.edu.iq

جامعة الفرات الأوسط التقنية / المعهد التقني المسيب

AL-Furat AL-Awsat Technical University

Al-Musaaib Technical Institute

المستخلص :

يهدف هذا البحث بشكل أساسي الى إيضاح دور واهمية الاحتياطات المالية الفائضة في القطاع المصرفي العراقي ،اذ تلجأ ادارة الاحتياطات في المصارف التجارية العراقية الى الاحتفاظ باحتياطات فائضة عن حاجتها الأساسية وذلك لمواجهة أي انخفاض في الاحتياطات الكلية المتوفرة لدى المصرف بهدف مواجهة التعرض الى عمليات السحوبات المفاجئة للودائع أو مواجهة أي ظرف طارئ وغير متوقع، وبالرغم من ان الاحتياطات الفائضة تعد موجودات غير مدرة للعوائد المالية إلا أنها تستخدم لتغطية الاحتياجات المستقبلية للمصرف، فطبيعة عمل الجهاز المصرفي عادة ما يخضع لحالة عدم التأكد بشكل كبير جدا، اذ اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي في دراسة حجم الاحتياطات والعمق المالي اذ تكمن مشكلة البحث في دراسة الآثار التي يمكن ان تتركها الاحتياطات الفائضة في العمل المصرفي للقطاع المصرفي العراقي، وقد توصلت الدراسة الى ان هناك تأثيرا للاحتياطات الفائضة على العمق المصرفي وعلى اثر ذلك توصي الدراسة بضرورة قيام الجهاز المصرفي بوضع استراتيجية خاصة لتحديد المستوى الأفضل لحجم الاحتياطات الفائضة الذي يستخدمه لمنح القروض و بالتالي المساهمة في رفع نسبة العمق المصرفي .

الكلمات المفتاحية : الاحتياطات الفائضة ،العمق المصرفي ،الائتمان المصرفي ،الناتج المحلي الاجمالي .

Abstract: This research mainly aims to clarify the role and importance of surplus financial reserves in the Iraqi banking sector, as the reserves management in Iraqi commercial banks resort to maintaining reserves in excess of their basic needs in order to face any decrease in the total reserves available to the bank in order to face exposure to sudden deposit withdrawals Or facing any emergency and unexpected circumstance, and although the surplus reserves are assets that do not generate financial returns, they are used to cover the future needs of the bank, The nature of the work of the banking system is usually subject to a state of uncertainty in a very large way, as the study relied on the analytical approach in studying the size of reserves and financial depth, as the research problem lies in studying the effects that surplus reserves can leave in the banking work of the Iraqi banking sector, and the study has reached That there is an effect of excess reserves on banking depth, and as a result, the study recommends the need for the banking system to develop a special strategy to determine the best level for the volume of excess reserves that it uses to grant loans, and thus contribute to raising the banking depth ratio.

Keywords: excess reserves, banking depth, bank credit, gross domestic product.

1- المقدمة

يعد الاحتياطي الفائض من المتغيرات التي تتميز بأهمية كبيرة من حيث التأثير في العمل المصرفي، وخصوصاً ما يتعلق بالعمق المصرفي (نسبة الائتمان المقدم للقطاع الخاص / الناتج المحلي الإجمالي) في العراق حيث تلجأ المصارف بالاحتفاظ بالاحتياطيات الفائضة ورفع نسبتها لغرض مواجهة أي ظرف طارئ في المستقبل نتيجة عدم التأكد أو اللابقين، إذ يشكل الاحتياطي الفائض النسبة الأكبر من احتياطيات الجهاز المصرفي والذي يستخدمه لمنح القروض وبالتالي رفع مستويات الاستثمار والنمو، وفي العراق نجد ان العلاقة بين الاحتياطيات الفائضة والعمق المصرفي هي علاقة متناغمة في العمل المصرفي في قصيرة الأجل إذ تتأثر بالظروف السياسية والأمنية والتي تعتبر من المخاطر النظامية كما يبين مؤشر العمق المصرفي دور الجهاز المصرفي في تمويل القطاع الخاص لغرض تعزيز النمو في الناتج المحلي الإجمالي، إذ تساهم القروض المقدمة للقطاع الخاص في تعزيز الاستثمار والنمو أكثر من القروض التي يتم توجيهها أو منحها للقطاع العام، كما تم تقسيم البحث الى أربعة مباحث إذ تناول المبحث الأول منهجية البحث والثاني تطرق للجانب النظري واما الثالث فقد تضمن الجانب العملي واما الأخير فكان للاستنتاجات والتوصيات .

2- منهجية البحث

1-2 مشكلة البحث

تعد إدارة الاحتياطيات المالية الفائضة عن الحاجة من اهم التحديات التي تواجهه إدارات المصارف التجارية كون ان هذه الأموال هي غير مستغلة في موارد اقتصادية مختلفة والتي من الممكن ان تدر عوائد مالية للمصارف في حال تم استثمارها بصورة صحيحة وامنة لكن الظروف المحيطة في بيئة العمل تحتم على هذه الإدارة الاحتفاظ بأموال فائضة عن الحاجة لمواجهة مختلف المخاطر الغير متوقعة والتي من الممكن ان تترك اثار سلبية على المصارف وبالأخص القطاع المصرفي العراقي، بما إن الاحتياطيات الفائضة تعد المصدر الأساسي لمنح القروض وبالتالي فإنها تمارس تأثير في مستوى النشاط الاقتصادي وتعزيز النمو في الناتج المحلي الإجمالي (Gdp) وفي ضوء ما تقدم يمكن لنا صياغة مشكلة البحث بالتساؤل الاتي وهو ما مدى تأثير الاحتياطيات الفائضة على العمق المصرفي العراقي بالنسبة للقطاع المصرفي العراقي للفترة من 2004-2021؟

2-2 أهمية البحث

تتعلق أهمية البحث من أهمية موضوع الاحتياطيات الفائضة والعمق المصرفي بوصفهما من المواضيع المهمة والحساسة في العمل المصرفي والتي لها دور فاعل في إدارة الموارد المالية للمصارف العراقية فإدارات هذه المصارف تعد هذه الأموال من ابرز التحديات التي تواجهه عملها فاستثمار هذه الأموال بشكل صحيح وعدم الاحتفاظ بأموال كبيرة فائضة عن الحاجة دون استغلال يمثل عبئاً على المصارف فطبيعة عمل المصارف التجارية تفرض عليها بعض الالتزامات التي يجب الوفاء بها فضلاً عن ان المصارف التجارية تكون ذات طبيعة تجارية ربحية أي لا بد من استغلال الأموال الموجودة بأفضل صورة وعدم احتجازها بشكل غير علمي وغير مدرّوس ومن هنا فان أهمية هذه الأموال يمكن الاستفادة منها في تمويل مختلف المشاريع الاقتصادية في البلد وبالتالي تحقيق منافع اقتصادية وتعزيز الناتج المحلي الإجمالي بما ينعكس على العمق المصرفي في العراق كونه يمثل المصدر الأساسي لمنح القروض.

3-2 هدف البحث

1. التعرف على طبيعة الاحتياطيات الفائضة وأهميتها في العمل المصرفي
2. التعرف على ماهية العمق المصرفي ودوره في عمل المصارف
3. تحليل واقع الاحتياطيات الفائضة والعمق المصرفي للقطاع المصرفي العراقي للفترة (2004-2021)
4. تحديد طبيعة العلاقة بين الاحتياطيات الفائضة والعمق المصرفي من خلال استخدام اختبار التكامل المشترك (Bound test) .

2-4 فرضية البحث

ينطلق البحث من فرضية أساسية مفادها (لا توجد علاقة تأثير وارتباط معنوية ذات دلالة احصائية بين الاحتياطات الفائضة والعمق المصرفي).

3- الجانب النظري

3-1 الاحتياطات الفائضة

تشير الاحتياطات الفائضة إلى موجودات الحساب الجاري للبنوك في البنك المركزي بما يتجاوز الاحتياطات المطلوبة ، حيث ان الاحتياطات الفائضة تلعب الدور الرئيسي في السياسة النقدية. (Camba & Bindseil، 2004: 7) مما يعني ان الاحتياطات الفائضة تعكس رغبة البنوك التجارية بالاحتفاظ باحتياطات فائضة مع افتراض ثبات حجم الاحتياطات الكلية للجهاز المصرفي مما يعكس على انخفاض حجم الائتمان المقدم. (السيد علي ، العيسى، 20: 2004: 207) أي ان الاحتياطات الفائضة تكون مودعة في المصارف و قابلة للإقراض للأفراد ، كما تكون خاضعة لنسبة الاحتياطي النقدي ، علما ان هذه النسبة تؤثر بشكل سلبي في مضاعف الائتمان بناء على السياسة التقييدية التي تتبعها السياسة النقدية، وبالعكس في حالة اتباع سياسة توسعية ،فأنها تلجأ الى تخفيض نسبة الاحتياطي القانوني أو الاحتياطات الفائضة. (الخرجي، 2010: 10-11) ان الزيادة في حجم هذه الاحتياطات تشير الى تضحية البنوك بالفائدة التي من الممكن ان تحصل عليها مقابل تقديم الائتمان. (Ennis & Sablik، 2019: 2) وبالتالي فالاحتياطات الفائضة تعبر عن احتفاظ البنوك بتلك الاحتياطات بشكل طوعي وليس اجباري في البنك المركزي و يتم تحديدها من قبل البنوك بشكل خاص. (van Berk ، 2022: 3) أي ان البنوك التي تحتفظ بحجم احتياطات فائضة كبيرة تستطيع التوسع في منح الائتمان بشكل أسرع في المستقبل استجابة للتغير في الاوضاع و الظروف الاقتصادية ، مثل التغير في الفرق لمعدل العائد الحقيقي المتوقع ، أي ان احتفاظ البنوك باحتياطات فائضة يعتبر وسيلة مهمة لزيادة حجم الودائع التي تستخدم في النهاية لتمويل الائتمان و بالتالي تستطيع تلك البنوك تعديل حجم الائتمان بشكل أسرع من تلك التي تستخدم معظم ودائعها لتمويل الائتمان الحالي. (Ennis & Wolman، 2015: 253) و قد يكون الاحتفاظ باحتياطات فائضة أقل خطورة اذا لم تكن كلفة الاحتفاظ بها كبيرة ، و مع ذلك فإن الاحتفاظ بتلك الاحتياطات يعد أمر مكلف خصوصا للبلدان النامية ، حيث ان الاحتفاظ بالعملات الاجنبية كاحتياطات فائضة يعني التخلي عن فرص الانفاق على الاستثمارات ذات العائد المرتفع كنسبة من الناتج المحلي الاجمالي. (Han، 2006: 234)

أما في حالة تخفيض نسبة الاحتفاظ باحتياطات فائضة يساهم في زيادة نسبة مساهمة الائتمان المصرفي المقدم للقطاع الخاص في الناتج المحلي الاجمالي مما يساعد على ارتفاع نسبة العمق المصرفي.

3-2 العمق المصرفي

يعد العمق المصرفي (*) من المؤشرات المهمة لكل دولة سواء كانت متقدمة أم نامية ، حيث يجري العمل في العراق لرفع نسبة (العمق المصرفي) لتعزيز النمو في الناتج المحلي الاجمالي (GDP) ، و كذلك لمواجهة التحديات الناتجة بسبب ضعف علاقة القطاع المصرفي بالقطاع الحقيقي. (صندوق النقد العربي، 2021: 4)، اذ يعرف العمق المصرفي على انه عملية متعددة الأبعاد تهدف الى التوسع في حجم و نشاطات المؤسسات المالية الوسيطة بالاعتماد على توسيع التشكيلة الخاصة بالأدوات و الخدمات المالية ، و يعمل العمق المصرفي لتحقيق جملة من الأهداف أهمها (التبادل الفعال للسلع و الخدمات و اتخاذ القرارات العقلانية التي تتعلق بالادخار و الاستثمار). (محمد ونبيل، 2016: 42) حيث يبين نموذج ماكينون و شوان ان رصيد الائتمان المقدم للقطاع الخاص يعتبر هو المسؤول على نوعية و تراكم الاستثمار (رأس المال) و بالتالي تحقيق النمو الاقتصادي ، اذ ان القروض المقدمة للقطاع الخاص تساهم في تعزيز الاستثمار و نمو الانتاجية بشكل أكبر من الائتمان الموجه للقطاع العام. (بو غزاة ، 2015: 135):

كما يعكس مؤشر العمق المصرفي اهتمام الجهاز المصرفي بتمويل القطاع الخاص، تطبيقا لأسس و معايير الإصلاح الاقتصادي. (عبير، 2021: 13) أي ان مؤشر العمق المصرفي يتضمن نسبة الائتمان الذي يقدم من قبل المصارف التجارية للقطاع الخاص مقسوما على (GDP) ، حيث يتمتع الائتمان الخاص بالدقة في كمية الأموال الموجهة للقطاع الخاص و ان هذه النسبة ترتبط بشكل مباشر بالنمو و الاستثمار و ان ارتفاع نسبة العمق المصرفي تعبر عن زيادة الخدمات المالية في الاقتصاد. (خلف و رشيد، 2017: 343).

أي ان مؤشر العمق المصرفي يبين المعلومات الخاصة بالوساطة المالية و مدى قدرة مؤسسات الائتمان على تنفيذ الوظائف الخاصة بها و المتعلقة بالوساطة ، فكلما ارتفع مستوى هذا المؤشر فإنه يعبر عن نظام مالي أكثر نضوجا و تطوراً. (جراح و

أخرون، 2019: 357) حيث استخدم هذا المؤشر بشكل واسع في الأدبيات لمعرفة وقياس كفاءة المصارف التجارية بالاعتماد على منح القروض للاستثمارات التي تحقق عوائد مرتفعة، بافتراض إن الائتمان الموجه للقطاع الخاص يؤدي إلى زيادة كبيرة في الانتاجية و الاستثمار أكثر من الأموال الممنوحة لمؤسسات القطاع العام، و بالتالي فهو يقيس درجة انخراط الجهاز المصرفي من حيث تقديم التسهيلات و القروض للقطاع الخاص، أي ان الزيادة في نسبة العمق المصرفي (الائتمان الموجه للقطاع الخاص إلى الناتج المحلي الاجمالي) تعبر عن درجة تطور الجهاز المصرفي و مدى التوسع في الخدمات المالية و انعكاسا لتطور الوساطة المالية في الاقتصاد بشكل عام. (خلف، 2011: 184).

4- الجانب العملي

4-1 تحليل واقع الاحتياطي الفائض والعمق المصرفي في العراق

4-1-1 واقع الاحتياطي الفائض في العراق

يوضح الجدول (1) الاحتياطيات الفائضة في الاقتصاد العراقي و معدل النمو لتلك الاحتياطيات خلال المدة (2004-2021)، يتضح من الجدول ان معدلات النمو للاحتياطيات الفائضة أخذت بالتذبذب خلال مدة الدراسة بين الارتفاع و الانخفاض، انعكاسا للأوضاع الاقتصادية و السياسية و الأمنية التي يعيشها العراق، حيث نجد ان حجم الاحتياطيات الفائضة انخفضت من (3.197) مليار دينار في العام (2004) لتبلغ (0.886) مليار دينار في العام (2005) و السبب في ذلك يرجع إلى قيام بعض المصارف من الاستفادة من تلك الاحتياطيات المتوفرة لديها و استثمارها في حوالات الخزينة و الاستثمار الليلي أو استثمار الودائع، مما يؤدي إلى انخفاض معدل النمو في الاحتياطي الفائض بمقدار (-72.29%). (التقرير الاقتصادي السنوي، 2005: 16).

بعدها أخذ حجم الاحتياطيات الفائضة بالارتفاع خلال العامين (2006) و (2007) و بمعدل نمو موجب (77.54%) و (79.21%) على التوالي، و سبب ذلك يعود إلى قيام البنك المركزي بسحب أكبر قدر من السيولة لدى المصارف لمنعها من الاستثمار من الودائع الحكومية. (التقرير الاقتصادي السنوي، 2007: 17).

انخفض حجم الاحتياطي الفائض في العام (2008) و بمعدل نمو سالب بلغ (-36.50%) بسبب ارتفاع حجم الاحتياطيات المصرفية (القانونية) فضلا عن ارتفاع العملة خارج البنوك، بعد ذلك ارتفع حجم الاحتياطيات من (1.790) مليار دينار في العام (2008) ليبلغ (12.929) مليار دينار في العام (2009)، بسبب حاجة المصارف لدعم أكثر حتى تتمكن من اداء الواجبات والمسؤوليات وبالخصوص، واجباتها نحو القطاعات التي تعتبر أكثر أهمية في الاقتصاد والتي تتمثل بالقطاعين الزراعي والصناعي. (التقرير الاقتصادي السنوي، 2009: 18).

استمر الارتفاع خلال العام (2010) ليبلغ (28.400) مليار دينار، بسبب الحاجة الملحة لتفعيل الدور المهم للجهاز المصرفي لغرض التوجه نحو السوق لتعزيز مستويات التمويل، و بالتالي دفع عجلة النمو الاقتصادي داخل العراق. (التقرير الاقتصادي السنوي، 2010: 20).

عاود حجم الاحتياطي الفائض للانخفاض في العام (2011) ليبلغ (24.025) مليار دينار، و السبب لذلك هو قيام المصارف بالاستثمار للاحتياطيات الفائضة المودعة لدى البنك المركزي بالدينار العراقي كودائع استثمار (لأجل 7 أيام) و (حوالات حسب الطلب). (التقرير الاقتصادي السنوي، 2011: 22).

ارتفع حجم الاحتياطيات الفائضة خلال العامين (2012) و (2013) ليبلغ (24.518) و (30.900) مليار دينار على التوالي بسبب استقرار الوضع الاقتصادي داخل البلد، الا انه انخفض خلال السنوات (2014) و (2015) و (2016) ليبلغ (17.316) و (13.978) و (12.698) مليار دينار على التوالي، بسبب الوضع السياسي الغير مستقر داخل البلد للسنوات المذكورة، حيث قامت الحكومة بتمويل الحرب ضد داعش من خلال الاقتراض من الجهاز المصرفي.

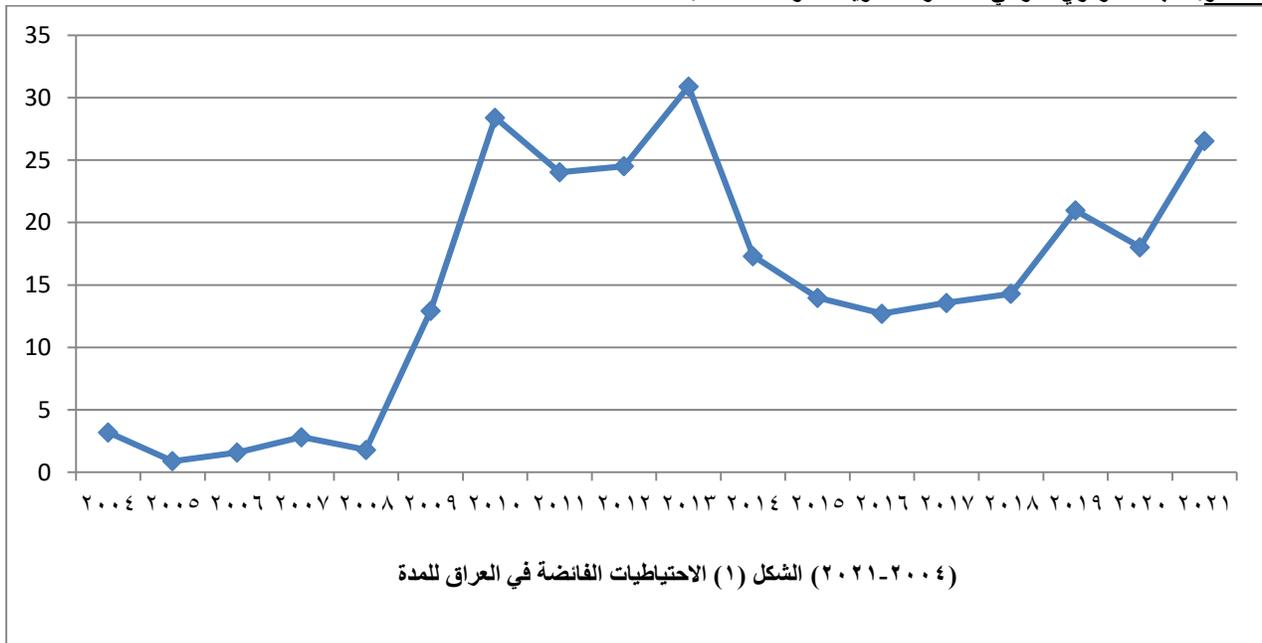
أما خلال السنوات (2017) و (2018) و (2019) فقد ارتفع حجم الاحتياطيات ليصل إلى (13.570) و (14.301) و (20.975) مليار دينار، ثم انخفض في العام (2020) ليبلغ (18.028) مليار دينار، بسبب الحاجة إلى التمويل لغرض مواجهة جائحة كوفيد 19، الا انه عاود إلى الارتفاع في العام (2021) ليبلغ (26.530) مليار دينار والشكل (1) يبين الاحتياطيات الفائضة في العراق للمدة (2021-2004).

جدول (1) الاحتياطيات الفائضة في الاقتصاد العراقي للمدة (2021-2004) (مليار دينار)

السنة	الاحتياطيات الفائضة (ER)	معدل النمو (%)
	(1)	(2)
2004	3.197	-
2005	0.886	-72.29
2006	1.573	77.54

79.21	2.819	2007
-36.50	1.790	2008
622.29	12.929	2009
119.68	28.400	2010
-15.40	24.025	2011
2.05	24.518	2012
26.03	30.900	2013
-43.96	17.316	2014
-19.28	13.978	2015
-9.16	12.698	2016
6.87	13.570	2017
5.39	14.301	2018
46.67	20.975	2019
-14.05	18.028	2020
47.16	26.530	2021

المصدر:- البنك المركزي العراقي ، النشرة السنوية ،سنوات مختلفة .



المصدر:- من اعداد الباحثين بالاعتماد على البنك المركزي العراقي ،النشرة السنوية ،سنوات مختلفة.

2-1-4 واقع العمق المصرفي في العراق

يبين الجدول (2) العمق المصرفي للجهاز المصرفي العراقي للمدة (2004-2021)، حيث يعتبر من المؤشرات المهمة التي تعكس مدى مساهمة الائتمان المصرفي في الناتج المحلي الاجمالي و بالتالي التطور الاقتصادي ، اذ يلاحظ من الجدول (2) الزيادة المستمرة في حجم الائتمان المصرفي المقدم للقطاع الخاص خلال المدة (2004-2014) و بمعدلات نمو موجبة ، الا انه انخفض خلال المدة (2015-2018) بسبب تردد المصارف بمنح الائتمان نتيجة لضعف الضمانات المقدمة مقابل الائتمان ، و السبب في ذلك هو التأثر بمخاطر السوق النظامية .(التقرير الاقتصادي السنوي ،2015 :54)، و المتمثلة بالمخاطر السياسية و الاقتصادية في العراق نتيجة الوضع الأمني الغير مستقر بسبب الحرب ضد داعش .

كذلك يعود سبب انخفاض حجم الائتمان المصرفي المقدم للقطاع الخاص، نتيجة لانخفاض الائتمان التعهدي المقدم للقطاع الخاص والمتمثل في انخفاض خطابات الضمان والاعتمادات المستندية. الا ان حجم الائتمان المصرفي المقدم للقطاع الخاص عاود الارتفاع للعامين (2020) و (2021) حيث بلغ (34.871) و (39.86) مليار دينار على التوالي بسبب ارتفاع كل من الائتمان النقدي والتعهدي المقدم من قبل المصارف العراقية للقطاع الخاص.

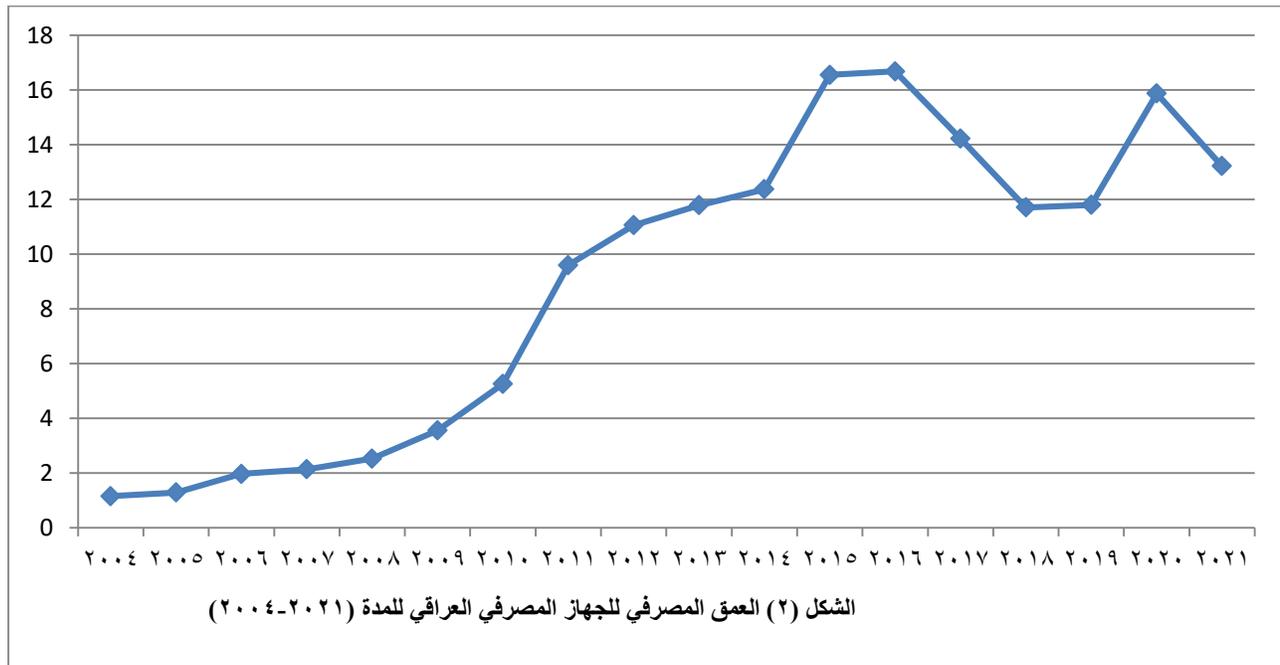
أما الناتج المحلي الإجمالي (GDP) و الذي يعتبر المقياس الأساس الذي يعكس مقدار القوة الانتاجية التي ينتجها الاقتصاد خلال مدة محددة تصل لغاية السنة ، أو يمثل القيمة السوقية للسلع و الخدمات النهائية و التي يتم انتاجها داخل اقتصاد معين خلال مدة زمنية محددة غالباً ما تكون سنة واحدة. (S & H، 2008: 491) ومن بيانات الجدول (2) يتضح ان ال (GDP) بالأسعار الجارية أخذ بالارتفاع خلال المدة (2008-2004) ، اذ ارتفع من (53.235) مليار دينار في العام (2004) ليبلغ (157.026) مليار دينار في العام (2008) ، نتيجة ارتفاع أسعار النفط ، بعد ذلك أخذ بالانخفاض في العام (2009) نتيجة لانخفاض اسعار النفط و التأثير بالازمة المالية العالمية ، الا ان الناتج المحلي الإجمالي بالأسعار الجارية عاود الارتفاع خلال المدة (2010-2013) ، نتيجة لتعافي أسواق النفط ، بعدها عاود الارتفاع خلال المدة (2014-2016) و بمعدلات نمو سالبة ، نتيجة الازمة المتمثلة بانخفاض أسعار النفط الخام في الأسواق العالمية فضلاً عن احتلال داعش في العراق لمناطق معينة بعد ذلك عاود ال (GDP) الى الارتفاع خلال المدة (2017-2021) ، اذ بلغ (301.439) مليار دينار في العام (2021) ، حيث سجل العراق تحسناً ملحوظاً من خلال رفع القيود مع زيادة الحصص الشهرية لمقررات (OPEC+) فضلاً عن تعافي الاسعار العالمية للنفط الخام نتيجة ارتفاع الطلب العالمي مقارنة مع العام (2020) ، اذ ارتفعت معدلات نمو الناتج المحلي الإجمالي في العراق بسبب انخفاض عدد الاصابات بجائحة كوفيد 19 فضلاً عن ارتفاع أسعار النفط الخام العالمية . ونتيجة لذلك نجد ان حجم العمق المصرفي في العراق أخذ بالتذبذب بين الارتفاع والانخفاض خلال مدة الدراسة (2004-2021) ، حيث ارتفع حجم العمق المصرفي من (1.16%) في العام (2004) ليبلغ (16.68%) في العام (2016) ، نتيجة لارتفاع حجم الائتمان المقدم للقطاع الخاص ، استجابة للتوجه لإجراء بعض التغييرات المهمة في الاطر التشريعية والمؤسسية ، وعلى الرغم من ارتفاع هذه النسبة الا انها تعتبر منخفضة في العراق قياساً مع حجم النشاط الاقتصادي. في حين انخفض حجم العمق المصرفي في العراق للسنوات (2017) و (2018) ، حيث بلغ (14.22%) و (11.71%) على التوالي ، وجاء هذا الانخفاض نتيجة لانخفاض حجم الائتمان التعهدي المقدم للقطاع الخاص ، وقد ارتفع حجم العمق المصرفي في العام (2019) بشكل طفيف حيث بلغ (11.80%) ، وسبب ذلك الارتفاع يعود الى الزيادة الحاصلة في الائتمان التعهدي المقدم للقطاع الخاص من قبل المصارف التجارية. استمر الارتفاع في تقديم الائتمان التعهدي للقطاع الخاص خلال العام (2020) و بالتالي ساهم في ارتفاع العمق المصرفي الى (15.87%) ، الا ان هذه النسبة تعد منخفضة قياساً بحجم النشاط الاقتصادي و مقارنة مع الدول الأخرى ، استمر انخفاض العمق المصرفي في العام (2021) ليبلغ (13.22%) . (التقرير الاقتصادي السنوي ، 2016-2021) و يرجع ذلك لأسباب عديدة منها الاثار الاقتصادية لاحتلال داعش لثلاث محافظات عراقية عام (2014) بالإضافة الى تدمير المشاريع الاقتصادية التي تعود للقطاع الخاص و التي سبق وان اقترض عليها فضلاً عن الهجرة الخارجية و الداخلية و عدم تسديد القروض مما يحولها الى ديون معدومة ، والشكل (2) يبين العمق المصرفي للجهاز المصرفي العراقي للمدة (2004-2021).

جدول (2) العمق المصرفي للجهاز المصرفي العراقي للمدة (2004-2021) (مليار دينار)

السنة	الائتمان المصرفي للقطاع الخاص (1)	معدل النمو (2)	GDP بالأسعار الجارية (3)	معدل النمو (4)	العمق المصرفي (5)	معدل النمو (6)
2004	0.620	-	53.235	-	1.16	-
2005	0.950	53.23	73.533	38.13	1.29	11.20
2006	1.881	98	95.587	29.99	1.97	52.71
2007	2.387	26.9	111.455	16.60	2.14	8.63
2008	3.978	66.65	157.026	40.89	2.53	18.22
2009	4.646	16.79	130.643	-16.80	3.56	40.71
2010	8.527	83.53	162.064	24.05	5.26	47.75
2011	20.859	144.62	217.327	34.10	9.60	82.51

15.21	11.06	16.10	254.225	34.82	28.122	2012
6.60	11.79	7.62	273.587	14.70	32.256	2013
4.92	12.37	-2.65	266.332	2.08	32.927	2014
33.79	16.55	-26.90	194.680	-2.15	32.22	2015
0.79	16.68	-4.18	186.542	-3.42	31.11	2016
-14.75	14.22	11.30	207.621	-5.10	29.53	2017
-17.65	11.71	20.21	249.574	-1.01	29.232	2018
0.77	11.80	1.95	254.443	2.71	30.023	2019
34.49	15.87	-13.63	219.768	16.15	34.871	2020
-16.70	13.22	37.16	301.439	14.31	39.86	2021

المصدر:- البنك المركزي العراقي، التقرير الاقتصادي السنوي، سنوات مختلفة.



المصدر :- من اعداد الباحثين بالاعتماد على البنك المركزي العراقي، النشرة السنوية، سنوات مختلفة.

4-2 الجانب القياسي للبحث

4-2-1 توصيف متغيرات البحث

تعد من أهم العمليات التي يتم من خلالها تحديد علاقة المتغير المستقل بالمتغير التابع، وفي هذا البحث تم وصف هذه المتغيرات كالتالي:

أ- المتغير التابع و يتمثل بالعمق المصرفي (banking depth) و يرمز له بالرمز (bd).

ب- المتغير المستقل و يتمثل بالاحتياطيات الفائضة (the Excess Reserve) و يرمز له بالرمز (ER).

وحسب تفسير النظرية الاقتصادية توجد علاقة طردية بين زيادة الاحتياطيات الفائضة لدى الجهاز المصرفي وبين زيادة العمق المصرفي وبالعكس.

ومن ثم فإن الصيغة القياسية للأنموذج تكون كالتالي:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_1 + U_i \dots\dots\dots(1)$$

$$Bd = \beta_0 + \beta_1 ER + U_i \dots\dots\dots(2)$$

حيث ان :

Bd: العمق المصرفي. ER: الاحتماليات الفائضة. U_i : المتغير العشوائي

2-6 اختبار جذر الوحدة

جدول (3) اختبار السكون (ADF)

Variable	Lag	Level			1 st difference		
		Intercept	Trend & Intercept	None	Intercept	Trend & Intercept	None
Bd	1	-1.255	-1.328	0.492	*-8.469		
prob		0.645	0.872	0.819	0.000		
ER	1	-1.442	-1.761	-0.064	*-8.332		
prob		0.556	0.712	0.658	0.000		

المصدر: - من اعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج Eviews10

(* معنوية عند مستوى (1%، 5%، 10%)

يوضح الجدول (3) ان السلاسل الزمنية للمتغيرات الداخلة في النموذج و المتمثلة بالعمق المصرفي (Bd) و الاحتماليات الفائضة (ER) كانت ساكنة عند الفرق الأول (1st difference) عند مستويات المعنوية (1%، 5%، 10%) أي انها متكاملة من الدرجة الاولى I(1).

2-2-4 تقدير النموذج باستخدام طريقة الانحدار الذاتي للإبطاء الموزع (ARDL)

لغرض قياس أثر الاحتماليات الفائضة و المتمثلة بالمتغير المستقل (ER) على العمق المصرفي الذي يمثل المتغير التابع (Bd)، تم استخدام نموذج (ARDL) لتقدير الانحدار الذاتي، اذ يلاحظ من خلال الجدول (4) ان قيمة (R^2) للنموذج بلغت (96%) وهو يمثل القوة التفسيرية، أي ان (96%) من التغيرات في العمق المصرفي تفسرها الاحتماليات الفائضة، أما النسبة المتبقية و البالغة (4%) تعود لمتغيرات أخرى غير داخلة في الانموذج، و ان قيمة ($R^2 Adj = 0.99$). كما ان قيمة احصائية (D.W) و البالغة (2.1) تؤكد على خلو النموذج من مشكلة الارتباط الذاتي، كما تظهر لنا النتائج معنوية المتغير المستقل الاحتماليات الفائضة، اذ بلغت قيمة الاحتمالية لهذ المتغير (0.04) أما اختبار (f) و الذي يقيس معنوية النموذج المقدر، اذ بلغت قيمة (F) المحتسبة (665.8482) بمستوى احتمالية (0.000000). وهذا يعني ان النموذج مقبول كليا.

جدول (4) نتائج تقدير النموذج (ARDL)

Variable	Coefficient	Std.Error	t-Statistic	Prob
BD(-1)	0.937536	0.026724	35.08157	0.0000
ER(-1)	0.077096	0.038558	1.999489	0.0496
C	0.266656	0.250567	1.064210	0.2911
R-squared	0.967547	Mean dependent var		9.153972
Adjusted R-squared	0.966094	S.D.dependent var		5.524828
S.E. of regression	1.017316	Akaike info criterion		2.926901
Sum squared resid	69.34037	Schwarz criterion		3.054375
Log likelihood	-99.90497	Hannan-Quinn criter		2.977593
F-statistic	665.8482	Durbin-Watson stat		2.132244
Prob(F-statistic)	0.000000			

المصدر: - من عمل الباحثين اعتمادا على مخرجات برنامج Eviews10.

3-2-4 اختبار التكامل المشترك وفقا لمنهجية (ARDL)

يوضح اختبار التكامل المشترك الذي يعرف باختبار الحدود (Bound Test) علاقة التكامل المشترك بين المتغير المستقل الاحتماليات الفائضة (ER) و المتغير التابع العمق المصرفي (Bd)، اذ يعتمد على قيمة (F) احصائية فيشر من حيث مقارنتها مع الحدود الدنيا و العليا بمعنويات مختلفة (1%، 2.5%، 5%، 10%) و الجدول (5) يوضح اختبار التكامل المشترك (f-Bound Test).

جدول (5) اختبار التكامل المشترك (f-Bound Test)

f-Bound Test Null Hypothesis: No levels relationship		
Test Statistic	Value	K
F-statistic	3.113775	1
Critical Value Bounds		
Significance	I(0) Bound	I(1) Bound
10%	4.04	4.78
5%	4.94	5.73
2.5%	5.77	6.68
1%	6.84	7.84

المصدر: -من اعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات برنامج Eviews10 .
 يوضح الجدول (5) ان قيمة (f) المحتسبة و التي بلغت (3.113775) هي أصغر من القيمة الجدولية I(0) عند جميع المستويات (10%، 5%، 2.5%، 1%)، وعليه نقبل فرضية البحث العدمية التي تنص على، عدم وجود علاقة تكامل مشترك طويلة الأجل بين الاحتياطات الفائضة والعمق المصرفي.

4-3 اختبارات جودة نموذج ARDL

4-3-1 اختبار ثبات تباين الأخطاء

يستخدم اختبار (ARCH) ليوضح تجانس تباين الأخطاء، حيث يبين ان القيمة الاحتمالية لمربع كاي (χ^2) بلغت (0.4864) وهي أكبر من (0.05) مما يدل على قبول الفرض العدمي الذي ينص على ان اخطاء النموذج ثابتة التباين ، ورفض الفرض البديل الذي ينص على ان اخطاء النموذج غير ثابتة التباين، و الجدول (6) يبين ذلك .
 جدول (6) اختبار ثبات التباين

Heteroskedasticity Test: ARCH			
F-statistic	0.473905	Prob. F(1,68)	0.4935
Obs*R-squared	0.484467	Prob. Chi-Square(1)	0.4864

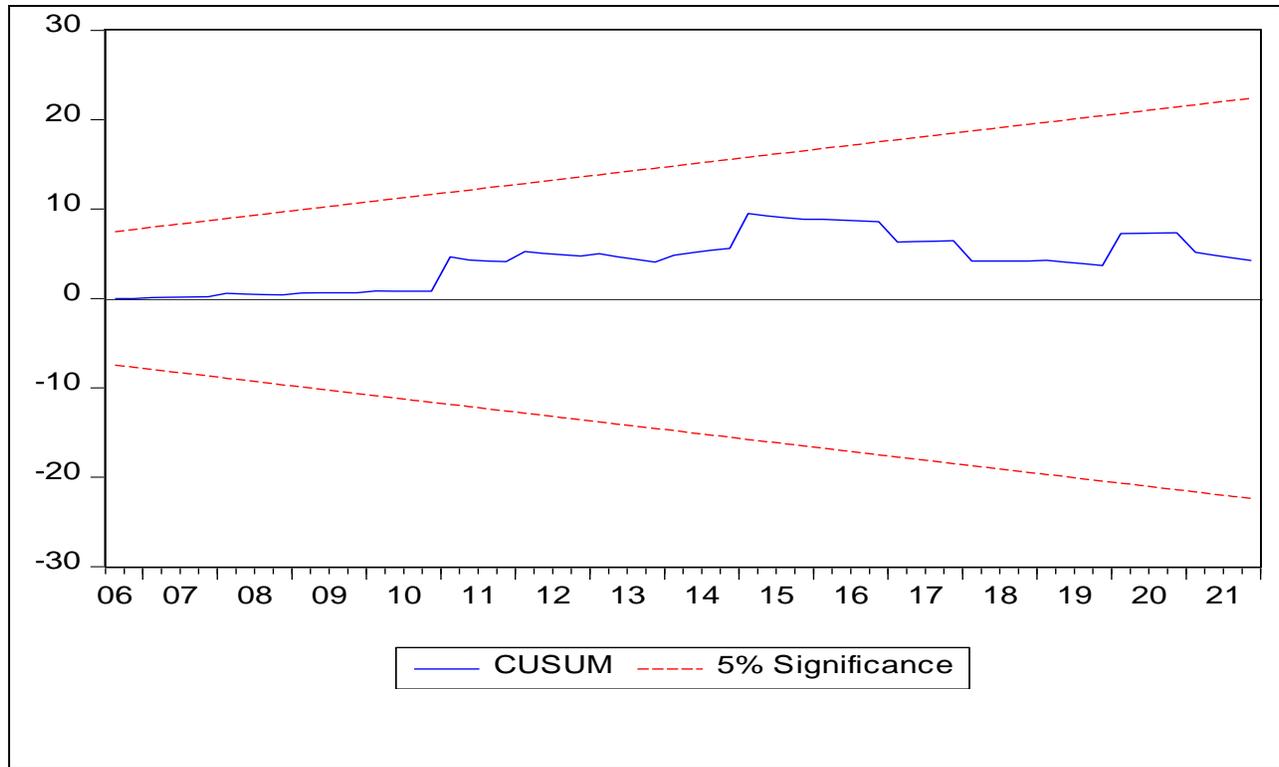
المصدر: -من اعداد الباحثين اعتمادا على مخرجات برنامج Eviews10 .

4-3-2 اختبار الارتباط الذاتي التسلسلي لبواقي النموذج:

يستخدم اختبار (LM) الذي يعتمد على القيمة الاحتمالية لـ (χ^2) ، ويبين الجدول (6) قبول فرضية العدم حسب القيمة الاحتمالية لـ (χ^2) التي بلغت (0.6416) وهي أكبر من (0.05) و التي تبين ان النموذج يخلو من الارتباط الذاتي التسلسلي للأخطاء ، ورفض الفرض البديل .

4-3-3 اختبار استقراره النموذج

يبين الشكل (3) اختبار المجموع التراكمي لبواقي النموذج (Cusum Test) ، حيث يبين ان المجموع التراكمي لبواقي النموذج داخل الحدود الحرجة عند مستوى معنوية (0.05) مما يدل على استقرارية المعلمات المقدرة .



شكل (3) اختبار المجموع التراكمي للبقاقي اعتمادا على مخرجات برنامج Eviews10 .

5- الاستنتاجات والتوصيات

5-1 الاستنتاجات

- 1- تتأثر الاحتياطات الفائضة بالظروف السياسية والأمنية للبلد وبالتالي تنعكس هذه الظروف على العمق المصرفي.
- 2- على الرغم من وجود العلاقة الطردية بين الاحتياطات الفائضة والعمق المصرفي في العراق، إلا أنها لم تساهم في رفع نسبة العمق المصرفي بسبب انعكاس ظروف البلد فضلا عن زيادة القروض الاستهلاكية على الاستثمارية الموجهة للقطاع الخاص.
- 3- حقق الجهاز المصرفي معدلات نمو في جانب الائتمان المصرفي من السنة الأولى وصولا إلى سنة 2014 والتي بعدها شهدت انخفاضاً، كما شهد العمق المصرفي أيضاً نمواً متواصلاً لغاية سنة 2016 إذ إن انخفاض نسبة العمق المصرفي تدل على ضعف عمل الجهاز المصرفي في العراق.
- 4- يوضح اختبار (Bound test) وجود علاقة قصيرة الأجل بين الاحتياطات الفائضة و العمق المصرفي في العراق .

5-2 التوصيات:

- 1- توفير الاستقرار السياسي والأمني للبلد لغرض توجيه الاحتياطات الفائضة لزيادة حجم القروض للاستثمار الخاص ومن ثم المساهمة في رفع نسبة العمق المصرفي.
- 2- وضع استراتيجية خاصة بمنح الائتمان المصرفي للقطاع الخاص بشكل يتناسب وحجم المشاريع الاستثمارية التابعة للقطاع الخاص.
- 3- متابعة إدارة الائتمان لمدى استخدام الائتمان الموجه للقطاع الخاص بالشكل الصحيح وتركيزه على المشاريع الاقتصادية التي تساهم في رفع معدلات النمو في الناتج المحلي الإجمالي.
- 4- توفير الائتمان الموجه للقطاع الخاص بشروط ميسرة، لغرض رفع مستوى الاستثمار الخاص وبالتالي زيادة نسبة العمق المصرفي.

المصادر:

1. البنك المركزي العراقي، التقرير الاقتصادي السنوي، 2015.
2. جمهورية العراق، البنك المركزي العراقي، التقرير الاقتصادي السنوي، 2005.
3. جمهورية العراق، البنك المركزي العراقي، التقرير الاقتصادي السنوي، 2007.
4. جمهورية العراق، البنك المركزي العراقي، التقرير الاقتصادي السنوي، 2009.

5. جمهورية العراق ،البنك المركزي العراقي ،التقرير الاقتصادي السنوي ،2010.
6. جمهورية العراق ،البنك المركزي العراقي ،التقرير الاقتصادي السنوي ،2011.
7. جمهورية العراق ،البنك المركزي العراقي ،التقرير الاقتصادي السنوي للسنوات (2016-2021).
8. د.ثريا الخزرجي، السياسة النقدية في العراق بين تراكمات الماضي و تحديات الحاضر، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد(23)، 2010.
9. د.طرشي محمد،د.بو فليح نبيل،دراسة مؤشرات العمق المالي في الجزائر في ظل الاصلاحات النقدية و المالية،مجلة الدراسات المالية و المصرفية،العدد(3)،2016.
10. د.عبد المنعم السيد علي،د.نزار سعد الدين العيسى، النقود و المصارف و الاسواق المالية، دار الحامد للنشر و التوزيع،2004.
11. د.عمار حمد خلف، عقيل محمد رشيد، دور المصارف الاسلامية و المصارف التجارية الخاصة في زيادة العمق المالي في العراق،مجلة العلوم الاقتصادية و الادارية، العدد(100)، المجلد(23)، 2017.
12. د.عمار حمد خلف،قياس تأثير تطور الجهاز المصرفي على النمو الاقتصادي في العراق،مجلة العلوم الاقتصادية و الادارية، المجلد 17، العدد 64، 2011.
13. د.نعيم صباح جراح،د.عقيل عبد الحسين عودة،مصطفى محمد ابراهيم،أثر الادوات الكمية (الغير مباشرة) للسياسة النقدية على بعض مؤشرات الاستقرار المالي في العراق للمدة (2003-2016)،مجلة العلوم الاقتصادية و الادارية، المجلد25، العدد110.
14. شرقي عبير،أثر العمق النقدي على فعالية السياسة النقدية بالجزائر. دراسة قياسية خلال الفترة 1990-2019، رسالة ماجستير جامعة العربي بن مهيدي، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير، 2021.
15. محمد عبد الكريم بو غزالة، التطور المالي في بلدان المغرب العربي في ظل الانفتاح و التحرير المالي خلال الفترة 1990-2013،مجلة أداء المؤسسات الجزائرية،العدد(8)،2015.
16. Frank.R.H&Bernanke.B.S,Principles of Economics,MC Graw-Hill,2008.
17. Huberto M. Ennis and Alexander L. Wolman, Large Excess Reserves in the United States:A View from the Cross-Section of Banks, International Journal of Central Banking, Vol. 11 No. 1.
18. Huberto M. Ennis and Tim Sablik, Large Excess Reserves and the Relationship between Money and Prices,Economic Brief , FEDERAL RESERVE BANK OF RICHMOND,2019.
19. Intaek Han, The Political Economy of Reserve Accumulation in the Developing World , The Korean Journal of International Relations, Volume 46, Number 5, 2006.
20. Jan Marc Berk and Jan Willem van ,Excess liquidity and the usefulness of the money multiplier, Working Paper, De Nederlandsche Bank, No. 740,2022.
21. Ulrich Bindseil, Gonzalo Camba, Astrid Hirsch, and Benedict Weller, EXCESS RESERVES AND THE IMPLEMENTATION OF MONETARY POLICY OF THE ECB, European Central Bank,2004.

العوامل المؤثرة على محو الامية الاقتصادية
 بحث استطلاعي لعينة من المستجيبين

Factors affecting economic literacy
 A prospective research of a sample of respondents

أ.م.د. فهد مغميش حزيران الشمري

Fahad Mghemish Huzayran

جامعة وارث الانبياء / كلية الادارة والاقتصاد

University of Warith Al-Anbiyaa

/College of Administration and Economics

fahad.mg@uowa.edu.iq

المستخلص:

تفترض النظريات الاقتصادية التقليدية بان المستثمرين يتخذون قرارات رشيدة، تستند على فكرة أن الأشخاص يتصرفون بشكل عقلائي ويهتمون بكل المعلومات المتوفرة في عملية اتخاذ القرار. ومن حيث المبدأ، فإن محو الامية الاقتصادية هي أداة لتحقيق هذه الأهداف فهي تسهل من عملية اتخاذ القرار العقلاني وتوفر قرارات اقتصادية أكثر دقة تؤدي إلى زيادة الكفاءة الاقتصادية ورفاهية كل من الأفراد والمجتمع. ووفقاً لذلك هدفت الدراسة الى الكشف عن وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين العوامل المؤثرة (الحالة الاقتصادية، التعليم الاقتصادي، الاعتقاد بمنافع الاقتصاد، الفائدة من الاقتصاد) على محو الامية الاقتصادية والتي من الممكن ان تؤدي الى زيادة الكفاءة الاقتصادية. وللوصول إلى هذا الهدف، تم إجراء استبيان على 87 شخصاً في محافظة كربلاء. وباستخدام المدخل التجريبي وبالاستعانة بالعديد من الاساليب المالية والاحصائية وعبر استخدام برنامج SPSS18.00 توصلت الدراسة الى عدة استنتاجات وتوصيات ومن أهمها:

عدم وجود علاقة ايجابية ذات دلالة احصائية بين العوامل المؤثرة على محو الامية الاقتصادية ومستوى محو الامية الاقتصادي سواء على المستوى الجزئي او الكلي، وتوصي الدراسة ضرورة زيادة الوعي حول المفاهيم الاقتصادية الاساسية والمتقدمة لدى المستجيبين في بلدنا العزيز العراق عامة ومحافظة كربلاء خاصة، وضرورة توعيتهم بوجود الامام بتلك المفاهيم التي تترك اثاراً ايجابية على مجمل النشاط الاقتصادي لديهم.

الكلمات المفتاحية: محو الامية الاقتصادية، الحالة الاقتصادية، التعليم الاقتصادي، الاعتقاد بمنافع الاقتصاد، الفائدة من الاقتصاد

Abstract:

Conventional economic theories assume that investors make rational decisions, based on the idea that people act rationally and pay attention to all the information available in the decision-making process. In principle, economic literacy is a tool to achieve these goals, as it facilitates rational decision-making and provides more accurate economic decisions that lead to increased economic efficiency and the well-being of both individuals and society. Accordingly, the study aimed to reveal the existence of a statistically significant relationship between the influencing factors (economic status, economic education, belief in the benefits of the economy, the benefit from the economy) on economic literacy, which could lead to an increase in economic efficiency. To reach this goal, a questionnaire was conducted on 87 people in Karbala governorate. And by using the experimental approach and with the help of many financial and statistical methods and through the use of the SPSS18.00 program, the study reached several conclusions and recommendations, the most important of which are:

The absence of a positive statistically significant relationship between the factors affecting economic literacy and the level of economic literacy, and the study recommends the need to raise awareness about basic and advanced economic concepts among respondents in our dear country, Iraq in general, and Karbala governorate in particular, and the need to make them aware of the necessity of being familiar with those concepts that leave positive effects on their overall economic activity.

Keywords: economic literacy, economic status, economic education, belief in the benefits of the economy, interest in the economy

1. المقدمة:

يحثل الاقتصاد مكانة مهمة في حياتنا اليومية، إذ تتخذ الكثير من القرارات الاقتصادية حول العديد من القضايا مثل الاستهلاك والإنتاج والحياة العملية وتقييم الأصول ، وتعد هذه القرارات هي قرارات معقدة بسبب ندرة المصادر والاحتياجات غير المحدودة . فالتطور في الأساليب الاقتصادية والمالية جعل من عملية اتخاذ القرارات الصحيحة أمراً معقداً ، وذلك لأنها تعتمد على الخبرة والمعرفة الاقتصادية ، فامتلاك المعرفة الاقتصادية يعد أمر في غاية الأهمية لصناع القرار .

تعدّ محو الأمية الاقتصادية مثل العديد من مجالات محو الأمية الأخرى ، إذ يمكن اعتباره مفهوماً نشى نتيجة للتغيير في القرن الحادي والعشرون في الاقتصاد ، والذي يوصف بأنه أحد محو الأميات الذي ينبغي أن يمتلكه الجميع مثله مثل التعليم للطلبة (معرفة القراءة والكتابة). إذ يشتمل محو الأمية الاقتصادية على تحديد ومعرفة وتميز المشاكل الاقتصادية والتكاليف والفوائد والفرص الضائعة والبديلة وتحليل الدوافع التي تعمل في المواقف والظروف الاقتصادية والسياسات العامة. ووفقاً لذلك تطلب تقسيم الدراسة الى عدة اجزاء ، خصص الاول لمقدمة الدراسة بينما الثاني لمنهجية الدراسة بينما استعرض الثالث للجانب النظري في حين اهتم الجزء الرابع بالجانب التطبيقي واختتمت الدراسة بأهم الاستنتاجات والتوصيات.

2. منهجية الدراسة:

2.1 مشكلة الدراسة: تتمثل مشكلة الدراسة في المشكلة الرئيسية الآتية :

- هل توجد علاقة تأثير ذو دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة ومستوى محو الأمية الاقتصادي (للمستوى الجزئي والكلي) لعينة الدراسة

2.2 فرضية الدراسة: تتمثل فرضية الدراسة في الفرضية الرئيسية الآتية:

توجد علاقة تأثير ذو دلالة إحصائية بين العوامل المؤثرة ومستوى محو الأمية الاقتصادي (للمستوى الجزئي والكلي) لعينة الدراسة و ينبق منها عدة فرضيات فرعية وكالاتي:

1- توجد علاقة تأثير ذو دلالة إحصائية للحالة الاقتصادية (الثروة الاقتصادية) على مستوى محو الأمية الاقتصادية (للمستوى الجزئي والكلي) .

2- توجد علاقة تأثير ذو دلالة إحصائية للتعليم الاقتصادي على مستوى محو الأمية الاقتصادي (للمستوى الجزئي والكلي).

3 - توجد علاقة تأثير ذو دلالة إحصائية للاهتمام بالاقتصاد على مستوى محو الأمية الاقتصادي (للمستوى الجزئي والكلي).

4 - توجد علاقة تأثير ذو دلالة إحصائية للاعتقاد بفوائد محو الأمية الاقتصادي على مستوى محو الأمية الاقتصادي (للمستوى الجزئي والكلي).

2.3 هدف الدراسة: تهدف الدراسة الى

1- معرفة مدى وجود علاقة تأثير ذو دلالة إحصائية ما بين العوامل المؤثرة على محو الأمية الاقتصادي ومستوى محو الأمية الاقتصادي على المستويين الجزئي والكلي .

2.4 اهمية الدراسة

1- تسليط الضوء على مستوى محو الأمية الاقتصادي والعوامل المؤثرة عليها .

2- تساهم هذه الدراسة في تعزيز الثقافة حول مفهوم محو الأمية الاقتصادي والحالة الاقتصادية ، والتعليم الاقتصادي، والاعتقاد بمنافع الاقتصاد، والفائدة من بالاقتصاد .

3- تساهم هذه الدراسة في تقديم منهجية جديدة لقياس مستوى محو الأمية الاقتصادية في العراق.

2.5 مجتمع و عينة الدراسة:

تسعى هذه الدراسة في جانبها التجريبي الى دراسة العوامل المؤثرة على نحو الامية الاقتصادية للمستجيبين من عينة الدراسة. اذ تمثل مجتمع الدراسة في المجتمع الكربلائي لمحافظة كربلاء اما عينة الدراسة فشملت عدد من المستجيبين تمثّلوا بين (كبار السن من موظفين وكسبه وطلبة وغير ذلك لكلا الجنسين) ، اذ يهدف هذا التقسيم حول معرفة العوامل المؤثرة على نحو الامية الاقتصادي . و كان اختيار هذه العينة هو اختيار عشوائيا لاختيار المشاركين في المسح الا ان اعمارهم تراوحت أعمارهم بين (18-80 سنة) . و بلغ اجمالي المشاركين في العينة (87) مستجيب

2.6 مدة الدراسة : أجرت الدراسة الاستطلاعية خلال المدة من (10\1\2021 ولغاية 5 \ 1 \ 2022) .

3. الاطار المفاهيمي لمحو الامية الاقتصادي

يعرّف علم الاقتصاد بأنه دراسة سلوك الأفراد والمجتمع في اتخاذ الخيارات بشأن الموارد النادرة في محاولة لتحسين جودة الحياة. ويعتمد ظهور علم الاقتصاد على الندرة النسبية بمعنى وجود موارد محدودة مع احتياجات ورغبات غير محدودة. فمن حيث المبدأ. إن نحو الامية الاقتصادي هي أداة لتحقيق تلك الأهداف ، وإن الواقع يبين انه ليس كل شخص لديه معرفة اقتصادية عالية ولديه القدره على تحقيق الرفاهية لنفسه . وبالتالي فان نحو الامية الاقتصادي أحد المؤشرات التي تمكن الافراد من إدارة مواردهم الاقتصادية بشكل افضل و تحقيق الرفاهية (Melina& Sheila ، 2017)

يعد نحو الامية الاقتصادية أمراً مهماً لأنه يبسط فهم العالم والنظام الاقتصادي ، ويساعد على اتخاذ القرارات الصحيحة ، ويوجه الأفراد ليكونوا أكثر عقلانية ، وكذلك يعد نحو الامية الاقتصادية جزء من الكفاءة الاقتصادية الضرورية للأفراد ليوصلوا حياتهم بطريقة صحيحة ومثمرة. وبوجود نحو الامية الاقتصادية ، يعمل الأفراد على تحسين قدراتهم للعمل كاتقنيين عقلانيين . وتتمثل إحدى الوظائف الرئيسية لمحو الامية الاقتصادية هيه منح الناس عادة التعاون مع الآخرين من خلال توفير التنمية في المعرفة والمهارات الاقتصادية. وإن دور الاقتصاد في الحياة الفردية وضرورة التعليم الاقتصادي امر مهم جدا من قبل الافراد (Gerek and Kurt ، 2008).

وبالتالي فإن نحو الامية الاقتصادية "ينطوي على المعرفة وتطبيق الأفكار الاقتصادية الأساسية لاتخاذ قرارات عقلانية حول استخدام الموارد المحدودة" (Banaszak ، 1987 ، ص 3). يمكن تعريف المعرفة الاقتصادية بأنها القدرة على تفسير التطورات الاقتصادية وأثارها ، وتقييم السياسات العامة ، والحصول على البيانات الاقتصادية وتحليلها ، وفحص الأرباح والتكاليف (Kahya and İmamoğlu ، 2015 ، p.140 ؛ Gerek and Kurt ، 2011 ، p.60 ؛ Çömlekçi ، 2017 ، 124). ولا يشمل نحو الامية الاقتصادية امتلاك المعرفة الاقتصادية فحسب ، بل يشمل أيضاً فهم الاقتصاد الذي من شأنه تسهيل عمليات صنع القرار وغرس الشجاعة اللازمة لأخذ زمام المبادرة. ويعرف نحو الامية الاقتصادية بأنه القدرة على قياس استجابة الكمية للإنتاجية ، والتنظيم ، وتجميع الأدلة الاقتصادية ، وتقييم نتائج التغييرات في السياسة المحلية ، وتحليل الترويج في مكان العمل ، ووصف الأسعار وفوائدها ، والبدائل والمشاكل الناشئة من الاقتصادية. (شاهين وآخرون 2016 ، ص 181)

وهناك من يعرف نحو الامية الاقتصادية بأنه القدرة على مراجعة البدائل لتفسير المشاكل الاقتصادية وإيجاد حلول لهذه المشاكل ، لتحديد التكلفة والأرباح ، وتحقيق في آثار التغييرات في الظروف الاقتصادية لجمع وتنظيم البيانات المتعلقة بالاقتصاد ، وتحقيق التوازن بين الأرباح والتكاليف (NCREL ، 2006 ؛ Gerek and Kurt ، 2008). يعرف ريفلين (1999) نحو الامية الاقتصادية بأنه "المعرفة العملية الأولية لمفاهيم ولغة النشاط الاقتصادي والسياسة الاقتصادية ...".

هناك طريقتان لزيادة نحو الامية الاقتصادية. الأول هو التعليم الاقتصادي الذي يشمل السكان العاديين من خلال التعليم في المدارس والجامعات . يركز الثاني على أحداث الحياة اليومية في بعض الدراسات الاستقصائية اكتشف أن الموظفين الذين التحقوا بدورة اقتصادية واحدة على الأقل يتمتعون بأداء أفضل في اختبار نحو الامية الاقتصادية من الموظفين الذين لم يحضروا دورات اقتصادية على الإطلاق. (Demirgil و Şantaş ، 2015: 49).

- يمكن للأفراد المتعلمين اقتصاديًا تحقيق عدة أهداف بنجاح وهيه (Gerek ,Kurt ، 2011 ، ص 61).

أ) كمنتج ومستهلك ومستثمر ، يمكنهم عمل تفضيلات أكثر استنارة من خلال تقييم مصادرهم المحدودة لتلبية احتياجاتهم غير المحدودة.

ب) يمكنهم تقييم جميع الأساليب من خلال النظر في الأرباح والتكاليف.

ج) يمكنهم تحديد الدوافع التي تشكل السلوكيات الفردية.

د) يمكنهم فهم كيفية المنافسة والحوافز التجارية والندرة و التفاعل بين الشركات والمستهلكين يؤثر على الأسعار.

هـ) يمكنهم تحديد الأدوار الاقتصادية للشركات العامة والخاصة.

و) فهم المخاطر والاستثمار والبطالة والتضخم وأسعار الفائدة.

ز) يمكنهم تحديد فوائد وتكاليف السياسات العامة من خلال تقييمها.

ح) يمكنهم فهم أهمية ريادة الأعمال وأدوار الشركات.

أن محور الأمية الاقتصادية ضرورة مهمه لأنه مفيد لفهم العالم الاقتصادي ، ويوجه الناس ليكونوا أكثر عقلانية في اتخاذ القرار، ومفيد لفهم حدود السياسة المالية وإمكانياتها. في هذا الصدد ، يمكن التأكيد على أن محور الأمية الاقتصادية لها آثار فردية واجتماعية. فمن منظور الفرد ، يتعين على الشخص ، بصفته فاعلاً اقتصادياً ، حل مجموعة من المشكلات الاقتصادية بدءاً من أبسط نشاط تجاري إلى قرارات استثمارية أكثر تعقيداً. وبالتالي ، فإن صنع القرار في العالم الاقتصادي يتطلب تقييم العلاقة السببية في العلاقات ضمن الأنشطة الاقتصادية بشكل صحيح. عند النظر من هذه النقطة ، نرى أن هناك علاقة مباشرة بين مستوى محور الأمية الاقتصادية والكفاءة الاقتصادية. بعبارة أخرى، يعتمد وجود العقلانية الاقتصادية على وجود محور الأمية الاقتصادية. أما الآثار الاجتماعية لمحور الأمية فقد يؤدي انخفاض مستوى المعرفة الاقتصادية إلى اتخاذ الفرد قرارات خاطئة وتقليل الكفاءة الاقتصادية. وبالتالي ، فإن المشكلة التي تبدأ بالفرد قد تؤثر على بلد بأكمله وحتى على العالم. علاوة على ذلك ، قد تؤثر السياسات الاقتصادية للحكومة على القرارات الاقتصادية للفرد أو العكس. لذلك لا يتوقع أن نرى التأثير الكامل للسياسات الاقتصادية على المجتمعات التي يكون فيها مستوى محور الأمية الاقتصادية منخفضة. إن رؤية نتائج هذه السياسات على أنها زيادة في مستوى الرفاهية الاقتصادية يعتمد على مستوى قبول وفهم هذه السياسات وهذا يعتمد بشكل أساسي على مستوى الثقافة الاقتصادية في المجتمع (Budak، Cakmak, Benk، 2015، 1)

3.1 العوامل المؤثرة على محور الامية الاقتصادية

هناك مجموعة من العوامل التي تؤثر على مستوى محور الامية الاقتصادي اهمها:- (Dilek.and other 2018.p22).

1-الحالة الاقتصادية (الثروة الاقتصادية) :- يعني ان محور الامية الاقتصادي ضروري للمجتمع وثروة المجتمع ومدى رضا الاشخاص الذين لديهم محور امية اقتصادي مرتفع بالوضع المعيشي بالنسبة لهم

2- التعليم الاقتصادي :- يهدف التعليم الاقتصادي إلى تطوير مهارات التفكير اللازمة ليكون فرداً فعالاً وكذلك لاكتساب المعرفة الاقتصادية وتوفير الثروة الاجتماعية. يرى الاقتصاديون المطلعون قرارات اقتصادية إذا كان الفرد متعلماً اقتصادياً سوف يعزز تخصيص الموارد ويرفع الكفاءة الاقتصادية. ، فعليه فهم ومناقشة قوى السوق ، وخلق الأسعار ، ونتائج السياسات الاقتصادية ، وحذف الأخطاء التي لا رجعة فيها .

3-الاهتمام بالاقتصاد :- هو ان يكون لدى بعض الأشخاص اهتمام كبير ببعض مجالات البحث في الاقتصاد ويمكن أن يكون هذا سبباً لارتفاع مستوى معرفة القراءة والكتابة الاقتصادية.

4-الاعتقاد بفوائد محور الامية الاقتصادية :- ويعني اعتقاد الأفراد أن محور الأمية الاقتصادية سيساعدهم في كسب الأموال ، وبالتالي سوف يكونون أكثر استعداداً لان يكونوا متعلمين اقتصادياً. بشكل عام يدرك الكبار أن محور الأمية الاقتصادية سيساعدهم في كسب الأرباح. ومن ثم فإن العمر والخبرة سيؤثران على مستويات معرفة القراءة والكتابة الاقتصادية.

واقترح (Funham ، 2008، 34-35) الأسئلة التالية لتقييم دور نظام التعليم على مستوى محور الأمية الاقتصادية:

أ) ما هو دور المدارس في التعليم الاقتصادي؟

ب) ما يتم تدريسه بشكل صريح في فصول مخصصة للقضايا الاقتصادية (المحاسبة ،الاقتصاد ، وإدارة الأعمال)؟

ج) كيف يتم نمذجة السلوكيات الاقتصادية مثل ريادة الأعمال والعمل التطوعي في المدارس؟ أو هل وجدت المدارس أي فرصة لتدريس القضايا الاقتصادية بأسلوب فعلي مطبق؟

د) كيف تصاغ السلوكيات المختلفة في المدرسة؟

ه) ما هو مستوى المواقف الاقتصادية والخبرة والمعرفة لدى الطلاب المعلمين من جميع التخصصات؟

الجانب العملي :

4. اختبار وتحليل نتائج العلاقة بين العوامل المؤثرة على محو الأمية ومستوى محو الأمية الاقتصادي

1- متغيرات البحث

استخدمت (13) عبارة لقياس العوامل المؤثرة على محو الأمية الاقتصادي وابعادة التي تمثلت ب الحالة الاقتصادية (الثروة الاقتصادية)، التعليم الاقتصادي ، الاهتمام بالاقتصاد ، الاعتقاد بفوائد محو الأمية الاقتصادية .كما وضعت (10) عبارات لقياس مستوى محو الأمية الاقتصادي وعلى المستويين الجزئي والكلي ،اذ وضعت (5) عبارات للمستوى الكلي و (5) عبارات للمستوى الجزئي ، والجدول التالي يوضح ذلك

جدول (1) محتويات الاستبانة

المتغير	الابعاد	العبارات
العوامل المؤثرة على محو الأمية الاقتصادي	الحالة الاقتصادية (الثروة الاقتصادية)	4
	التعليم الاقتصادي	3
	الاهتمام بالاقتصاد	3
	الاعتقاد بفوائد محو الأمية الاقتصادية	3
محو الأمية الاقتصادي	المستوى الجزئي	5
	المستوى الكلي	5

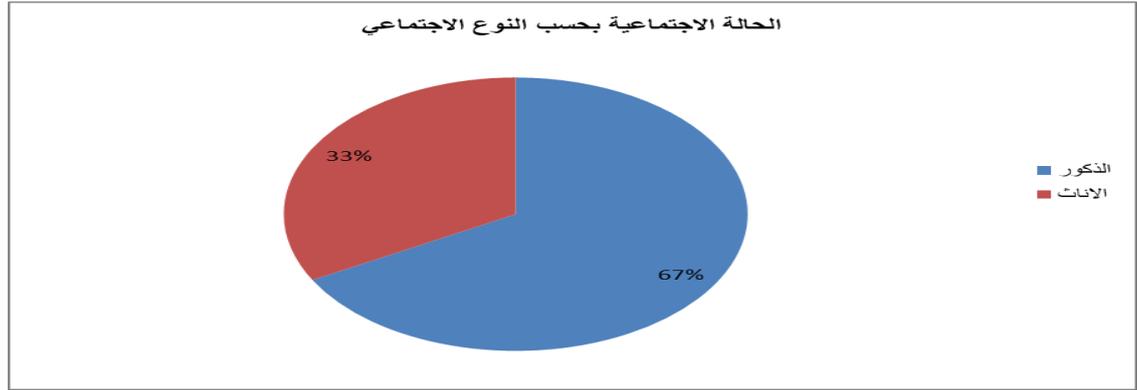
المصدر Dilek.and other . Factors Affecting Economic Literacy. Afro Eurasian Studies • June 2018

2- تحليل أولي لاستمارة الاستبانة

من اجل تحقيق اهداف الدراسة تم تفرغ البيانات من خلال برنامج (SPSS) للقيام بعملية التحليل، ولتحقيق هذه الأهداف تم افتراض ان مستوى المعنوية (5%)، ويقابله مستوى ثقة (95%) لتفسير نتائج الدراسة التي أجريت على المستجيبين وقد تم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

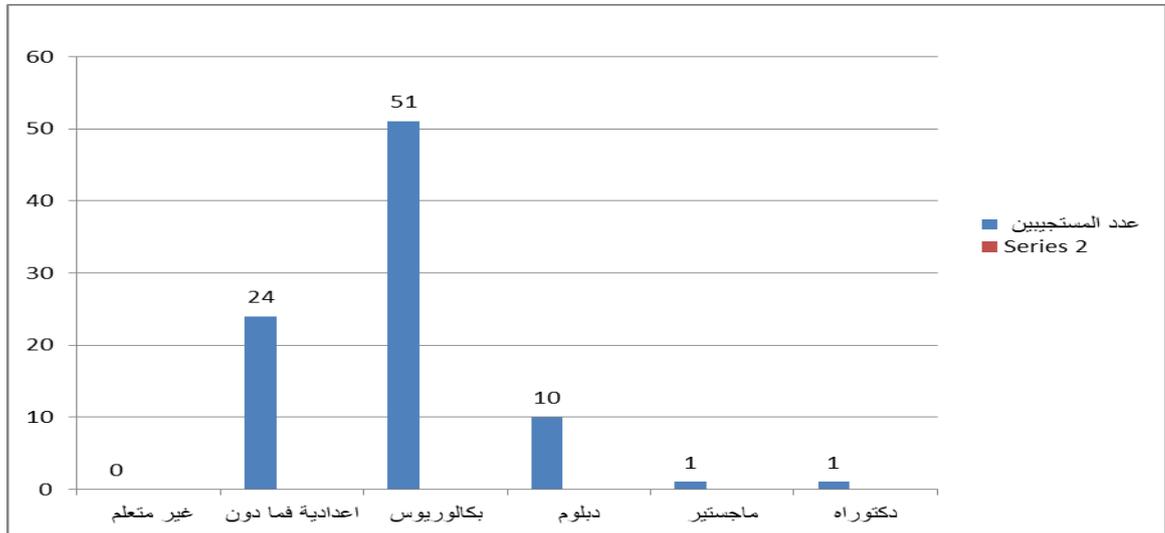
-صدق وثبات الاستبانة: تم اختبار درجة المصادقية من خلال معامل الفا كرومياخ وذلك لغرض اختبار وقياس درجة المصادقية (الاعتمادية) في الاستجابات الواردة عن أسئلة الاستبانة، إذ يعتمد هذا الاختبار على مدى الثبات الداخلي ودرجة الاعتمادية لأسئلة الاستبانة. وكانت نتيجة معامل الموثوقية (0.73) .

اذ تظهر الخصائص الديموغرافية للمستجيبين أن غالبية المستجيبين هم من الذكور اذ شكل الذكور (67%). في حين ان الإناث شكلت (33 %) من المستجيبين وكما هو واضح من الشكل (1) .



شكل (1) النوع الاجتماعي

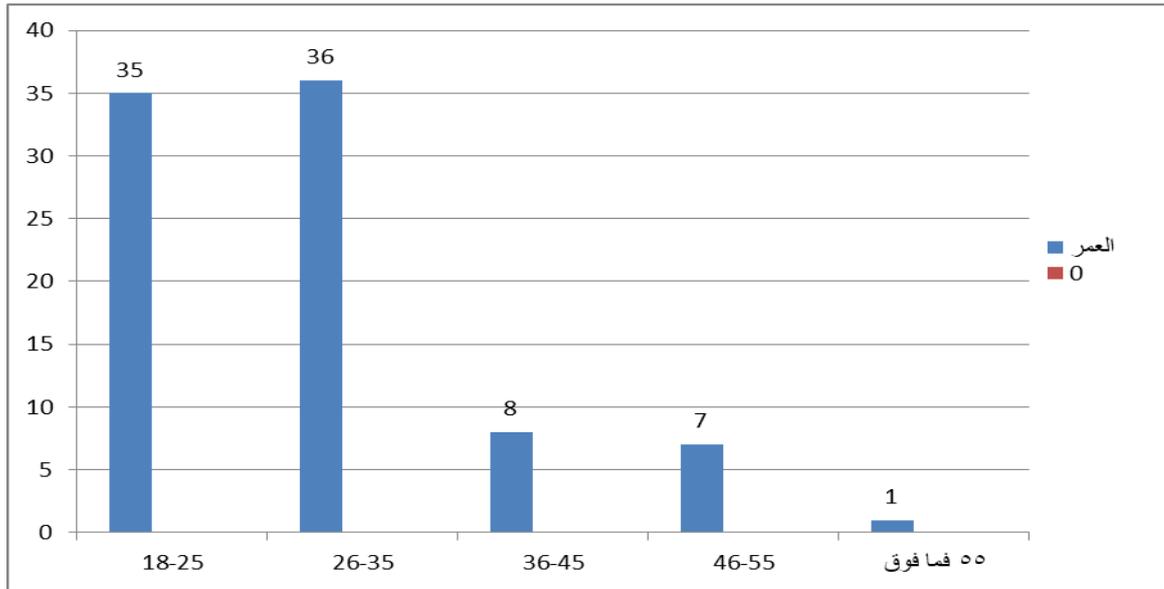
في حين ان الشكل (2) يعرض التحصيل الدراسي للمستجيبين وكالاتي :



شكل (2) التحصيل الدراسي

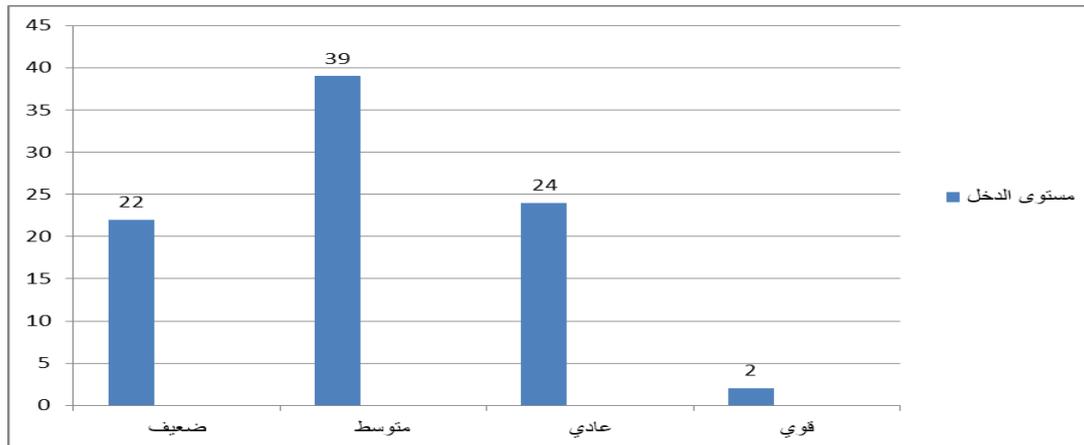
ويبين من الشكل اعلاه ان اعلى نسبة للمستجيبين كانوا من حملة شهادة البكالوريوس اذ شكلوا نسبة (59%) يليهم الاعدادية فما دون بنسبة (28%). يليهم حملة شهادة الدبلوم بنسبة (11%) ويليهم حملة الماجستير والدكتوراه بنسبة (1%) لكل واحد منهم .

ويبين الشكل (3) العمر للمستجيبين، وكانت اعلى فئة عمرية للمستجيبين هم الذين تتراوح اعمارهم ما بين 26-35 اذ شكلوا نسبة (41%)، يليه الذين تتراوح اعمارهم ما بين 18-25- اذ شكلوا نسبة (40%) ثم يليه نسبة الذين تتراوح اعمارهم ما بين 36-45 والذين بلغت نسبتهم (10%) ويليهم نسبة الذين تتراوح اعمارهم 46-55 والتي تبلغ (8%) واخيرا كانت نسبة الذين تبلغ اعمارهم 55 فما فوق والتي بلغت (1%) وكالاتي .



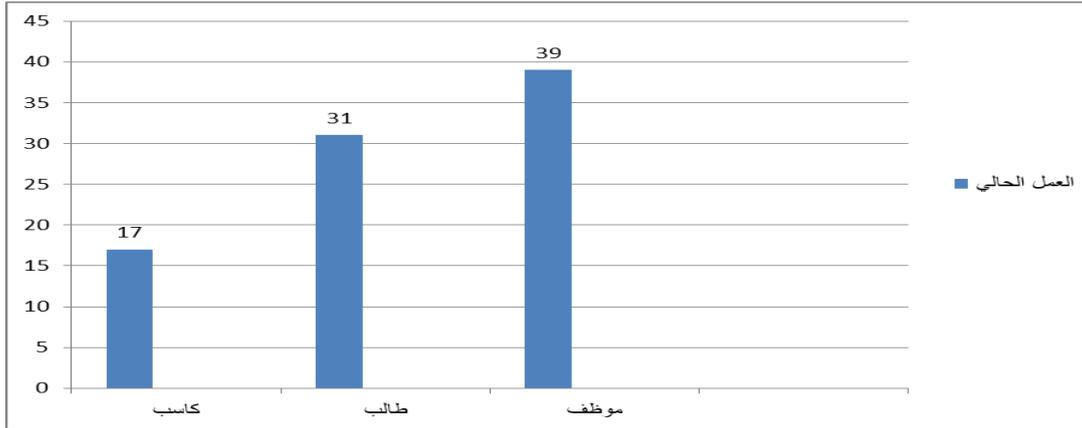
شكل (3) العمر

ويعرض الشكل رقم (4) ان مستوى دخل الاسرة كان الاعلى في طبقة المتوسط اذ بلغت (45%) يليها العادي اذ شكلت (28%) يليها الضعيف بنسبة (25%) يليهم القوي بنسبة (2%)، وكالاتي .



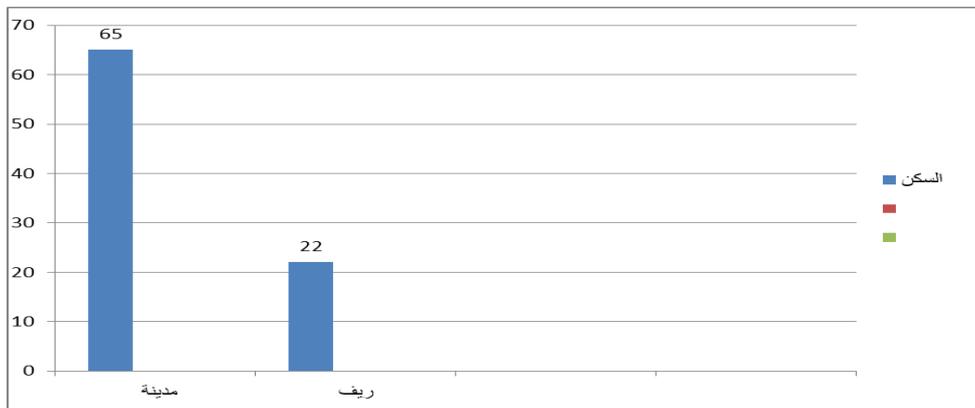
شكل (4) مستوى الدخل

اما فيما يخص العمل فيبين الشكل رقم (5) العمل الحالي اذ يتضح ان اعلى نسبة كانت في طبقة الموظف اذ بلغت (45%)، يليها طبقة الطالب اذ بلغت (36%) يليها الكاسب بنسبة (19%)، وكالاتي.



شكل (5) العمل الحالي

و من حيث نوع منطقة السكن فيعرض الشكل رقم (6) نوع منطقة السكن للمستجيبين، اذ تبين ان اعلى نسبة كانت في الحي بالمدينة اذ بلغت (75%)، يليها المنطقة الريفية بنسبة (25%) . وكالاتي.



شكل (6) نوع السكن

3 - تحليل مستويات محو الأمية الاقتصادي

لاختبار مستوى محو الأمية الاقتصادي لدى المستجيبين ، تم طرح عشرة اسئلة لتقييم معرفة المستجيبين بالمفاهيم المختلفة للاقتصاد ومن ثم إعطاء اربعة خيارات لكل سؤال من الأسئلة للمستجيبين. ومن ثم تقييم الإجابات التي قدمها المستجيبون لكل سؤال من الأسئلة و سيتم تصنيف الأسئلة إلى مجموعتين تتكون المجموعة الأولى من الأسئلة متعلقة بالاقتصاد الجزئي مثل مفهوم علم الاقتصاد وفروعه والعرض والطلب وتتكون من خمس اسئلة. اما المجموعة الثانية فتهدف إلى التعرف على مفاهيم الاقتصاد الكلي وهيه تتكون من خمس اسئلة ايضا وتتضمن اسئلة عامه حول التضخم والناجح المحلي الاجمالي والتجارة الخارجية والاستثمار . و تم إجراء تحليل مفصل لكل عنصر من عناصر الأسئلة المتعلقة بمحو الامية الاقتصادي ، وبحسب فقرات الاسئلة وان ملخص نتائج الاستبانة من حيث الاجابات الصحيحة والخاطئة ظاهرة في الجدول (2) وكالاتي :

الجدول (2) معدل الإجابات الصحيحة والخاطئة للأسئلة الأساسية المتعلقة في مستوى محو الأمية الاقتصادي

الاسئلة	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	average
الصحيحة	0.66	0.82	0.66	0.66	0.31	0.78	0.38	0.43	0.55	0.5	58%
الخاطئة	0.34	0.18	0.34	0.34	0.69	0.22	0.62	0.57	0.45	0.4	42%

وعند تفحص الجدول اعلاه يلاحظ ان أكثر المستجيبين وعلى المستوى الجزئي كانت سلوكياتهم لمفاهيم الاقتصاد جيدة نوعا ما ، اذ كانت اجابتهم على الأسئلة الموجودة في المفاهيم المذكورة أعلاه جيدة اذ حصلوا على (82%) للسؤال الثاني و(66%) لثلاث اسئلة فيما كان هناك سؤال واحد فقط كانت الاجابة الصحيحة ضعيفة اذ بلغت (31%) فقط . اما على المستوى الكلي فيلاحظ ان المستجيبون كانوا على دراية اقل بمفاهيم الاقتصاد وكانت الاجابة الصحيحة مقبولة نوعا ما، اذ حصل المستجيبين على درجة عالية بلغت (78%) للإجابة الصحيحة مقارنة في (22%) للإجابة الخاطئة. حول مفهوم التضخم ومن ثم يليها ذلك المجيبون الذين حصلوا على درجة (55%) مقارنة في الاجابة الخاطئة والتي تمثلت في (45%) للسؤال التاسع والذي يتعلق في بالتجارة الخارجية . ومن ثم يليها السؤال العاشر (52%) اجابات صحيحة والمتعلق بالاستثمار في حين كانت الاجابات الصحيحة ضعيفة للسؤال السابع والثامن والتي بلغت (38%) و (43%) على التوالي والمتعلقة بمفاهيم الازمة المالية والنتائج المحلي .

5. اختبار وتحليل العلاقة بين العوامل المؤثرة على محو الامية الاقتصادي ومحو الامية الاقتصادي لعينة الدراسة

من اجل اختبار الفرضية الرئيسية للدراسة يتوجب اولا اختبار الفرضيات الفرعية والتي تم تجزئتها الى قسمين على المستوى الجزئي والمستوى الكلي لدقة التحليل وكالاتي:

5.1 توجد علاقة تأثير ذو دلالة إحصائية للحالة الاقتصادية(الثروة الاقتصادية) (X) على محو الامية الاقتصادي للمستوى الجزئي .

ويمكن صياغة المعادلة الخاصة بمتغير الحالة الاقتصادية بالشكل التالي $y=a+b_1x_1+b_2x_2+b_3x_3+b_4x_4$

اذ ان :-y: تعني محو الامية الاقتصادي وهو المتغير التابع

A:- الحد الثابت

B:- تعني الميل

X1:- انا وعائلتي نشعر بالرضا عن دخلنا الشهري

X2:- انا وعائلتي نشعر بالرضا عن اصولنا المملوكة للعقارات (الشقق والمنازل والمساحات وما غير ذلك) التي

امتلكها

X3:- انا وعائلتي نشعر بالرضا عن الأصول (السيارات والذهب والسندات وما إلى ذلك) التي امتلكها

X4:- انا وعائلتي اشعر بالرضا عن مستوى الحياة

يعرض الجدول (3) معنوية تأثير كل متغير من متغيرات الحالة الاقتصادية لمحو الأمية الاقتصادية على المستوى الجزئي ، طوال

مدة الدراسة لاختبار الفرضية الفرعية الاولى، وبالاستناد لهذه البيانات فقد تم تحليل الانحدار بين المتغيرين وكالاتي:

الجدول (3) نتائج تحليل العلاقة بين الحالة الاقتصادية(الثروة الاقتصادية) و مستوى محو الأمية الاقتصادي للمستوى الجزئي .

SUMMARY OUTPUT Regression Statistics		Coefficients	P-value	
ANOVA		Intercept	3.937	E-222.80089
		X1	-0.033	0.609
		X2	0.130-	0.063
Multiple R	0.275	X3	-0.010	0.872
R Square	0.076	X4	0.015-	0.829
Adjusted R Square	0.031			
Adjusted R Square	0.732			
Observations	87			
Significance F	1.689			

يعرض الجدول (3) معنوية تأثير كل عامل من العوامل (الحالة الاقتصادية) على محو الامية الاقتصادي المستوى الجزئي، اذ يتضح من نتائج التحليل الاحصائي تأثير معنوي يمكن تمثيلها في المعادلة الأتية:

$$y=E-222.8 + 0.609X1+ 0.063 X2+ 0.872X3+ 0.829X4$$

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه ومعادلة الانحدار ان معامل الحد الثابت بلغ (E-222.8) فاذا كان المتغير المستقل مساوي للصفر اي في حالة عدم وجود معرفة للحالة الاقتصادية (الثروة الاقتصادية) لعينة الدراسة فأن قيمة المتغير التابع (محو الامية الاقتصادي للمستوى الجزئي) يساوي (E-222.80089).

ويلاحظ ايضا من الجدول اعلاه وجود ارتباط ضعيف بين الحالة الاقتصادية و مستوى محو الامية الاقتصادي، إذ بلغ معامل الارتباط (0.275)، وكما يتضح ايضا ان المعادلة اعلاه تفسر (0.031%) من التأثيرات الحاصلة في محو الامية الاقتصادي، وهذه التأثيرات ناتجة عن تأثير المتغير المستقل (الحالة الاقتصادية) اما التأثيرات الاخرى البالغة (0.969%) تعود لمتغيرات اخرى لم تدخل ضمن هذا النموذج.

ويعرض الجدول اعلاه معنوية تأثير كل عامل من عوامل الحالة الاقتصادية على محو الامية الاقتصادي . ويلاحظ من اعلاه تبين المتغيرات المستقلة ما بين تأثيرها على كل من المتغيرات الاقتصادية فقد تبينت فيما بين تأثيراتها الطردية والعكسية اذ كان (x1) له تأثيرا عكسيا على محو الامية للمستوى الجزئي لعينة الدراسة بمعنى ان الزيادة في (X1) بمقدار وحده واحده صاحبها تغير في محو الامية الاقتصادي للمستوى الجزئي في مقدار (-0.033) وهو تأثير غير معنوي بمقدار (0.6092) وهو اكبر من مستوى المعنوية (5%) التي افترضها الباحث. كما ان (X2) كان له تأثيرا عكسيا على محو الامية للمستوى الجزئي لعينة الدراسة بمعنى ان الزيادة في (X2) بمقدار وحده واحده صاحبها تغير في محو الامية الاقتصادي للمستوى الجزئي بمقدار (-0.130) وهو تأثير غير معنوي بمقدار (0.063) وهو اكبر من مستوى المعنوية (5%) التي افترضها الباحث. ويلاحظ ايضا من الجدول اعلاه ان (X3) والذي كان له تأثيرا عكسيا هو الاخر على محو الامية للمستوى الجزئي لعينة الدراسة بمعنى ان الزيادة في (X3) بمقدار وحده واحده صاحبها تغير في محو الامية الجزئي بمقدار (-0.010) وهو تأثير غير معنوي بمقدار (0.872) وهو اكبر من مستوى المعنوية (5%) التي افترضها الباحث. وتبين من الجدول اعلاه ان (X4) كان له تأثيرا عكسيا ايضا على محو الامية للمستوى الجزئي لعينة الدراسة بمعنى ان الزيادة في (X4) بمقدار وحده واحده صاحبها تغير في محو الامية للمستوى الجزئي بمقدار (-0.015) وهو تأثير غير معنوي بمقدار (0.829) وهو اكبر من مستوى المعنوية (5%) التي افترضها الباحث وبذلك نرفض الفرضية الفرعية الاولى من الدراسة.

ويقيس اختبار Significance F معنوية النموذج ككل اذ يلاحظ ان النموذج المقدر غير معنوي عند مستوى معنوية 5% ، وبخصوص قيمة الالفا والتي هي احتمال الخطأ من النوع الاول لرفض نموذج الانحدار الخطي الذي يربط بين محو الامية الاقتصادي للأفراد مع الحالة الاقتصادية والتي هي (0.1604).

ان كل ذلك يؤكد رفض الفرضية الفرعية الاولى من الدراسة، وهو يعني انه لا يوجد لمتغيرات الحالة الاقتصادية تأثير في مستوى محو الامية الاقتصادي الجزئي، وما يدل على ذلك تأثيرها ضمن مستوى ثقة 95%. كما يتضح ضعف التأثير على المستوى الفردي لمتغيرات الحالة الاقتصادية اذ نلاحظ انه لا يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لمتغيرات الحالة الاقتصادية على محو الامية الاقتصادي للمستوى الجزئي .

توجد علاقة تأثير ذو دلالة احصائية للتعليم الاقتصادي على مستوى محو الامية الاقتصادي للمستوى الجزئي .

ويمكن صياغة المعادلة الخاصة بمتغير التعليم الاقتصادي بالشكل التالي $y = a + b_1z_1 + b_2z_2 + b_3z_3$

اذ ان :- y :- تعني محو الامية الاقتصادي وهو المتغير التابع

A :- الحد الثابت

B :- تعني الميل

z1 :- لقد تلقيت دروس كافية في الاقتصاد

z2 :- كانت درجاتي في الاقتصاد عالية

z3 :- شاركت في مؤتمرات ومؤتمرات وندوات حول الاقتصاد

يعرض الجدول (4) نتائج التعليم الاقتصادي و مستوى محو الامية الاقتصادي للمستوى الجزئي، طوال مدة الدراسة لاختبار الفرضية الفرعية الثانية، وبالاستناد لهذه البيانات فقد تم تحليل الانحدار بين المتغيرين وكالاتي:

الجدول (4) نتائج تحليل العلاقة بين التعليم الاقتصادي و مستوى محو الامية الاقتصادي للمستوى الجزئي

SUMMARY OUTPUT Regression Statistics		Coefficients	P-value	
SUMMARY OUTPUT		Intercept	3.301	1.45397E-19
<i>Regression Statistics</i>		Z1	-0.025	0.686
Observations	87	Z2	0.034	0.362
		Z3	0.003	0.951
Multiple R	0.064			
R Square	0.004			
Adjusted R Square	-0.031			
Significance F	0.114			

يعرض الجدول (4) معنوية تأثير كل عامل من العوامل (التعليم الاقتصادي) على محو الامية الاقتصادي المستوى الجزئي، اذ يتضح من نتائج التحليل الاحصائي تأثير معنوي يمكن تمثيلها في المعادلة الآتية:

$$y = 1.45397E-19 + 0.686Z1 + 0.362Z2 + 0.951Z3$$

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه ومعادلة الانحدار ان معامل الحد الثابت بلغ (E-191.45397) فاذا كان المتغير المستقل مساوي للصفر اي في حالة عدم وجود معرفة للتعليم الاقتصادي لعينة الدراسة فان قيمة المتغير التابع (محو الامية الاقتصادي للمستوى الجزئي) يساوي (E-191.45397).

ويلاحظ ايضا من الجدول اعلاه وجود ارتباط ضعيف بين التعليم الاقتصادي و مستوى محو الامية الاقتصادي، إذ بلغ معامل الارتباط (0.064)، وكما يتضح ايضا ان المعادلة اعلاه تفسر (0.0041%) من التأثيرات الحاصلة في محو الامية الاقتصادي، وهذه التأثيرات ناتجة عن تأثير المتغير المستقل (التعليم الاقتصادي) اما التأثيرات الاخرى البالغة (0.99%) تعود لمتغيرات اخرى لم تدخل ضمن هذا النموذج.

ويعرض الجدول اعلاه معنوية تأثير كل عامل من عوامل التعليم الاقتصادي على محو الامية الاقتصادي المستوى الجزئي. ويلاحظ من اعلاه تباين المتغيرات المستقلة ما بين تأثيرها على كل من المتغيرات الاقتصادية فقد تباينت فيما بين تأثيراتها الطردية والعكسية اذ كان (Z1) له تأثيرا عكسيا على محو الامية للمستوى الجزئي لعينه الدراسة بمعنى ان الزيادة في (Z1) بمقدار وحده واحده صاحبها تغير في التعليم الاقتصادي في مقدار (-0.025) وهو تأثير غير معنوي بمقدار (0.686) وهو اكبر من مستوى المعنوية (5%) التي افترضها الباحث. في حين ان (Z2) كان له تأثيرا طرديا على محو الامية للمستوى الجزئي لعينه الدراسة بمعنى ان الزيادة في (Z2) بمقدار وحده واحده صاحبها تغير في محو الامية الاقتصادي للمستوى الجزئي بمقدار (0.034) وهو تأثير غير معنوي بمقدار (0.3629) وهو اكبر من مستوى المعنوية (5%) التي افترضها الباحث. ويلاحظ ايضا من الجدول اعلاه ان (Z3) والذي كان له تأثيرا عكسيا هو الاخر على محو الامية للمستوى الجزئي لعينه الدراسة بمعنى ان الزيادة في (Z3) بمقدار وحده واحده صاحبها تغير في محو الامية الاقتصادي للمستوى الجزئي بمقدار (0.003) وهو تأثير غير معنوي بمقدار (0.951) وهو اكبر من مستوى المعنوية (5%) التي افترضها الباحث. وبذلك نرفض الفرضية الفرعية الثانية من الدراسة.

ويقيس اختبار Significance F معنوية النموذج ككل اذ يلاحظ ان النموذج المقدر غير معنوي عند مستوى معنوية 5%، وخصوصا قيمة الالف التي هي احتمال الخطأ من النوع الاول لرفض انموذج الانحدار الخطي الذي يربط بين محو الامية الاقتصادي للافراد مع التعليم الاقتصادي والتي هي (0.114).

ان كل ذلك يؤكد رفض الفرضية الفرعية الثانية من الدراسة، وهو يعني انه لا يوجد لمتغيرات التعليم الاقتصادي تأثير في مستوى محو الأمية الاقتصادي المستوى الجزئي، وما يدل على ذلك تأثيرها ضمن مستوى ثقة 95%. كما يتضح ضعف التأثير على المستوى الفردي لمتغيرات التعليم الاقتصادي اذ نلاحظ انه لا يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لمتغيرات التعليم الاقتصادي على محو الامية الاقتصادي المستوى الجزئي .

5.2 توجد علاقة تأثير ذو دلالة إحصائية للاهتمام بالاقتصاد على مستوى محو الأمية الاقتصادي المستوى الجزئي .

ويمكن صياغة المعادلة الخاصة بمتغير الاهتمام بالاقتصاد بالشكل التالي $y=a+b1M1+b2M2+b3M3$

اذ ان :- y- تعني محو الامية الاقتصادي وهو المتغير التابع

A:- الحد الثابت

B :- تعني الميل

M1:- أقرأ كتب عن الاقتصاد

M2:- أقرأ أو أتابع الصحف الاقتصادية

M3 :- أتابع علم الاقتصاد على التلفزيون أو الراديو أو الأنترنت.

يعرض الجدول (5) نتائج الاهتمام بالاقتصاد و مستوى محو الأمية الاقتصادي المستوى الجزئي، طوال مدة الدراسة لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة ، وبالاستناد لهذه البيانات فقد تم تحليل الانحدار بين المتغيرين وكالاتي:

الجدول (5) نتائج تحليل العلاقة بين الاهتمام بالاقتصاد و مستوى محو الأمية الاقتصادي المستوى الجزئي

SUMMARY OUTPUT Regression Statistics		Coefficients	P-value	
SUMMARY OUTPUT		Intercept	3.600	1.13901E-23
Regression Statistics		M1	-0.078	0.199
Observations	87	M2	0.019-	0.780
		M3	0.005	0.933
Multiple R	0.166			
R Square	0.027			
Adjusted R Square	-0.007			
Standard Error	0.747			
Significance F	0.785			

يعرض الجدول (5) معنوية تأثير كل عامل من عوامل (الاهتمام بالاقتصاد) على محو الامية الاقتصادي المستوى الجزئي، اذ يتضح من نتائج التحليل الاحصائي تأثير معنوي يمكن تمثيلها في المعادلة الآتية:

$$y= 1.13901E-23 + 0.199M1+ 0.780M2+ 0.933M3$$

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه ومعادلة الانحدار ان معامل الحد الثابت بلغ(1.13901E-23) فاذا كان المتغير المستقل مساوي للصفر اي في حالة عدم وجود معرفة للاهتمام بالاقتصاد لعينة الدراسة فان قيمة المتغير التابع(محو الامية الاقتصادي للمستوى الجزئي) يساوي (1.13901E-23).

ويلاحظ ايضا من الجدول اعلاه وجود ارتباط ضعيف بين الاهتمام بالاقتصاد و مستوى محو الامية الاقتصادي، إذ بلغ معامل الارتباط (0.166)، وكما يتضح ايضا ان المعادلة اعلاه تفسر (0.027%) من التأثيرات الحاصلة في محو الامية الاقتصادي، وهذه التأثيرات ناتجة عن تأثير المتغير المستقل (الاهتمام بالاقتصاد) اما التأثيرات الاخرى البالغة (0.839%) تعود لمتغيرات اخرى لم تدخل ضمن هذا النموذج.

ويعرض الجدول اعلاه معنوية تأثير كل عامل من عوامل الاهتمام بالاقتصاد على محو الامية الاقتصادي المستوى الجزئي . ويلاحظ من اعلاه تباين المتغيرات المستقلة ما بين تأثيرها على كل من المتغيرات الاقتصادية فقد تباينت فيما بين تأثيراتها الطردية والعكسية اذ كان (M1) له تأثيرا عكسيا على محو الامية للمستوى الجزئي لعينه الدراسة بمعنى ان الزيادة في (M1) بمقدار وحده واحده صاحبها تغير في محو الامية الاقتصادي في مقدار (-0.078) وهو تأثير غير معنوي بمقدار (0.199) وهو اكبر من مستوى المعنوية (5%) التي افترضها الباحث. في حين ان (M2) كان له تأثيرا عكسيا على محو الامية للمستوى الجزئي لعينه الدراسة بمعنى ان الزيادة في (M2) بمقدار وحده واحده صاحبها تغير في محو الامية الاقتصادي على المستوى الجزئي بمقدار (-0.019) وهو تأثير غير معنوي بمقدار (0.780) وهو اكبر من مستوى المعنوية (5%) التي افترضها الباحث. ويلاحظ ايضا من الجدول اعلاه ان (M3) والذي كان له تأثيرا طرديا هو الاخر على محو الامية للمستوى الجزئي لعينه الدراسة بمعنى ان الزيادة في (M3) بمقدار وحده واحده صاحبها تغير في محو الامية الاقتصادي بمقدار (0.005) وهو تأثير غير معنوي بمقدار (0.933) وهو اكبر من مستوى المعنوية (5%) التي افترضها الباحث. وبذلك نرفض الفرضية الفرعية الثالثة من الدراسة.

ويقاس اختبار Significance F معنوية النموذج ككل اذ يلاحظ ان النموذج المقدر غير معنوي عند مستوى معنوية 5% ، وخصوص قيمة الالفا والتي هي احتمال الخطأ من النوع الاول لرفض انموذج الانحدار الخطي الذي يربط بين محو الامية الاقتصادي للافراد مع الاهتمام بالاقتصاد والتي هي (0.785).

ان كل ذلك يؤكد رفض الفرضية الفرعية الثالثة من الدراسة، وهو يعني انه لا يوجد لمتغيرات الاهتمام بالاقتصاد تأثير في مستوى محو الامية الاقتصادي المستوى الجزئي، وما يدل على ذلك تأثيرها ضمن مستوى ثقة 95%. كما يتضح ضعف التأثير على المستوى الفردي لمتغيرات الاهتمام بالاقتصاد اذ نلاحظ انه لا يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لمتغيرات الاهتمام بالاقتصاد على محو الامية الاقتصادي المستوى الجزئي .

5.3 توجد علاقة تأثير ذو دلالة إحصائية الاعتقاد بفوائد محو الامية الاقتصادي على مستوى محو الامية الاقتصادي المستوى الجزئي .

ويمكن صياغة المعادلة الخاصة بمتغير الاعتقاد بفوائد محو الامية بالشكل التالي $y=a+b1N1+b2N2+b3N3$

اذ ان :- y :- تعني محو الامية الاقتصادي وهو المتغير التابع

A :- الحد الثابت

B :- تعني الميل

N1 :- الأشخاص الملمين في الاقتصاد هم من يقيموا مشاريعهم بنجاح

N2 :- الأشخاص الملمين في الاقتصاد يكسبون المزيد من الاموال

N3 :- الأشخاص الملمين في الاقتصاد يتقدمون في وظائفهم.

يعرض الجدول (6) نتائج الاعتقاد بفوائد محو الامية الاقتصادي و مستوى محو الامية الاقتصادي المستوى الجزئي ، طوال مدة الدراسة لاختبار الفرضية الرئيسية، وبالاستناد لهذه البيانات فقد تم تحليل الانحدار بين المتغيرين وكالاتي:

الجدول (6) نتائج تحليل العلاقة بين الاعتقاد بفوائد محو الامية الاقتصادي و مستوى محو الامية الاقتصادي المستوى الجزئي

Regression Statistics	Regression ANOVA	Coefficients	P-value
-----------------------	------------------	--------------	---------

Multiple R	0.156	Intercept	3.643	1.74129E-19
R Square	0.024	N1	0.035	0.717
Adjusted R Square	-0.010	N2	-0.066	0.456
Standard Error	0.748	N3	-0.055	0.512
Observations	87			
Significance F	0.559			

يعرض الجدول (6) معنوية تأثير كل عامل من عوامل (الاعتقاد بفوائد محو الامية) على محو الامية الاقتصادي المستوى الجزئي، اذ يتضح من نتائج التحليل الاحصائي تأثير معنوي يمكن تمثيلها في المعادلة الآتية:

$$y = 1.74129E-19 + 0.717N1 + 0.456N2 + 0.768N3$$

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه ومعادلة الانحدار ان معامل الحد الثابت بلغ (1.74129E-19) فاذا كان المتغير المستقل مساوي للصفر اي في حالة عدم وجود معرفة للاعتقاد بفوائد محو الامية لعينة الدراسة فان قيمة المتغير التابع (محو الامية الاقتصادي للمستوى الجزئي) يساوي (1.74129E-19).

ويلاحظ ايضا من الجدول اعلاه وجود ارتباط ضعيف بين الاعتقاد بفوائد محو الامية و مستوى محو الامية الاقتصادي على المستوى الجزئي، إذ بلغ معامل الارتباط (0.156)، وكما يتضح ايضا ان المعادلة اعلاه تفسر (0.024%) من التأثيرات الحاصلة في محو الامية الاقتصادي، وهذه التأثيرات ناتجة عن تأثير المتغير المستقل (الاعتقاد بفوائد محو الامية) اما التأثيرات الاخرى البالغة (0.844%) تعود لمتغيرات اخرى لم تدخل ضمن هذا النموذج.

ويعرض الجدول اعلاه معنوية تأثير كل عامل من عوامل الاعتقاد بمحو الامية الاقتصادي على محو الامية الاقتصادي المستوى الجزئي . ويلاحظ من اعلاه تبان المتغيرات المستقلة ما بين تأثيرها على كل من المتغيرات الاقتصادية فقد تباننت فيما بين تأثيراتها الطردية والعكسية اذ كان (N1) له تأثيرا طرديا على محو الامية للمستوى الجزئي لعينه الدراسة بمعنى ان الزيادة في (N1) بمقدار وحده واحده صاحبها تغير في محو الامية الاقتصادي في مقدار (0.035) وهو تأثير غير معنوي بمقدار (0.717) وهو اكبر من مستوى المعنوية (5%) التي افترضها الباحث .في حين ان (N2) كان له تأثيرا عكسيا على محو الامية للمستوى الجزئي لعينه الدراسة بمعنى ان الزيادة في (N2) بمقدار وحده واحده صاحبها تغير في محو الامية الاقتصادي على المستوى الجزئي في مقدار (-0.066) وهو تأثير غير معنوي بمقدار (0.456) وهو اكبر من مستوى المعنوية (5%) التي افترضها الباحث. ويلاحظ ايضا من الجدول اعلاه ان (N3) والذي كان له تأثيرا عكسيا هو الاخر على محو الامية للمستوى الجزئي لعينه الدراسة بمعنى ان الزيادة في (N3) بمقدار وحده واحده صاحبها تغير في محو الامية الاقتصادي في مقدار (-0.055) وهو تأثير غير معنوي بمقدار (0.512) وهو اكبر من مستوى المعنوية (5%) التي افترضها الباحث. وبذلك نرفض الفرضية الفرعية الثالثة من الدراسة.

ويقاس اختبار Significance F معنوية النموذج ككل اذ يلاحظ ان النموذج المقدر غير معنوي عند مستوى معنوية 5% ، وخصوص قيمة الالفا والتي هي احتمال الخطأ من النوع الاول لرفض انموذج الانحدار الخطي الذي يربط بين محو الامية الاقتصادي للافراد مع الاعتقاد بفوائد محو الامية والتي هي (0.559).

ان كل ذلك يؤكد رفض الفرضية الفرعية الرابعة من الدراسة، وهو يعني انه لا يوجد لمتغيرات الاعتقاد بفوائد محو الامية تأثير في مستوى محو الامية الاقتصادي المستوى الجزئي، وما يدل على ذلك تأثيرها ضمن مستوى ثقة 95%. كما يتضح ضعف التأثير على المستوى الفردي لمتغيرات الاعتقاد بفوائد محو الامية اذ نلاحظ انه لا يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لمتغيرات الاعتقاد بفوائد محو الامية على محو الامية الاقتصادي المستوى الجزئي

5.4 توجد علاقة تأثير ذو دلالة إحصائية للحالة الاقتصادية (الثروة الاقتصادية) على محو الأمية الاقتصادي على المستوى الكلي

يعرض الجدول (7) معنوية تأثير كل متغير من متغيرات الحالة الاقتصادية على مستوى محو الأمية الاقتصادي للمستوى الجزئي ، طوال مدة الدراسة لاختبار الفرضية الفرعية الأولى، وبالاستناد لهذه البيانات فقد تم تحليل الانحدار بين المتغيرين وكالاتي:

الجدول (7) نتائج تحليل العلاقة بين الحالة الاقتصادية (الثروة الاقتصادية) و مستوى محو الأمية الاقتصادي المستوى الكلي .

SUMMARY OUTPUT Regression Statistics		Coefficients	P-value
ANOVA		Intercept	4.93849E-19
		X1	0.1375
		X2	0.337
Multiple R	0.240	X3	0.948
R Square	0.058	X4	0.702
Adjusted R Square	0.012		
Adjusted R Square	0.769		
Observations	87		
Significance F	0.291		

يعرض الجدول (7) معنوية تأثير كل عامل من العوامل (الحالة الاقتصادية) على محو الأمية الاقتصادي المستوى الجزئي، إذ يتضح من نتائج التحليل الاحصائي تأثير معنوي يمكن تمثيلها في المعادلة الآتية:

$$y = 4.93849E-19 + 0.137X1 + 0.337X2 + 0.948X3 + 0.702X4$$

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه ومعادلة الانحدار ان معامل الحد الثابت بلغ (4.93849E-19) فاذا كان المتغير المستقل مساوي للصفر اي في حالة عدم وجود معرفة للحالة الاقتصادية (الثروة الاقتصادية) لعينة الدراسة فان قيمة المتغير التابع (محو الأمية الاقتصادي للمستوى الجزئي) يساوي (4.93849E-19).

ويلاحظ ايضا من الجدول اعلاه وجود ارتباط ضعيف بين الحالة الاقتصادية و مستوى محو الأمية الاقتصادي، إذ بلغ معامل الارتباط (0.058)، وكما يتضح ايضا ان المعادلة اعلاه تفسر (0.012%) من التأثيرات الحاصلة في محو الأمية الاقتصادي ، وهذه التأثيرات ناتجة عن تأثير المتغير المستقل (الحالة الاقتصادية) اما التأثيرات الاخرى البالغة (0.995%) تعود لمتغيرات اخرى لم تدخل ضمن هذا النموذج.

ويعرض الجدول اعلاه معنوية تأثير كل عامل من عوامل الحالة الاقتصادية على محو الأمية الاقتصادي . ويلاحظ من اعلاه تبين المتغيرات المستقلة ما بين تأثيرها على كل من المتغيرات الاقتصادية فقد تبينت فيما بين تأثيراتها الطردية والعكسية إذ كان (X1) له تأثيرا عكسيا على محو الأمية للمستوى الكلي لعينه الدراسة بمعنى ان الزيادة في (X1) بمقدار وحده واحده صاحبها تغير في محو الأمية الاقتصادي للمستوى الكلي بمقدار (-0.104) وهو تأثير غير معنوي بمقدار (0.137) وهو اكبر من مستوى المعنوية (5%) التي افترضها الباحث .في حين ان (X2) كان له تأثيرا عكسيا على محو الأمية للمستوى الجزئي لعينه الدراسة بمعنى ان الزيادة في (X2) بمقدار وحده واحده صاحبها تغير في محو الأمية الاقتصادي على المستوى الكلي في مقدار (-0.070) وهو تأثير غير معنوي بمقدار (0.337) وهو اكبر من مستوى المعنوية (5%) التي افترضها الباحث. ويلاحظ ايضا من الجدول اعلاه ان (X3) والذي كان له تأثيرا عكسيا هو الاخر على محو الأمية للمستوى الكلي لعينه الدراسة بمعنى ان الزيادة في (X3) بمقدار وحده واحده صاحبها تغير في محو الأمية الاقتصادي للمستوى الكلي بمقدار (-0.004) وهو تأثير غير معنوي بمقدار

(0.948) وهو اكبر من مستوى المعنوية (5%) التي افترضها الباحث. وتبين من الجدول اعلاه ان (X4) كان له تأثيرا طرديا على محور الامية للمستوى الكلي لعينه الدراسة بمعنى ان الزيادة في (X4) بمقدار وحده واحده صاحبها تغير في محور الامية الاقتصادي الكلي بمقدار (0.028) وهو تأثير غير معنوي بمقدار (0.702) وهو اكبر من مستوى المعنوية (5%) التي افترضها الباحث وبذلك نرفض الفرضية الفرعية الاولى من الدراسة.

ويقاس اختبار Significance F معنوية النموذج ككل اذ يلاحظ ان النموذج المقدر غير معنوي عند مستوى معنوية 5% ، وخصوصا قيمة الالف والتي هي احتمال الخطأ من النوع الاول لفرض انموذج الانحدار الخطي الذي يربط بين محور الامية الاقتصادي للافراد مع الحالة الاقتصادية والتي هي (0.291).

ان كل ذلك يؤكد رفض الفرضية الفرعية الاولى من الدراسة، وهو يعني انه لا يوجد لمتغيرات الحالة الاقتصادية تأثير في مستوى محور الامية الاقتصادي للمستوى الكلي اذ نلاحظ انه لا يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لمتغيرات الحالة الاقتصادية على محور الامية الاقتصادي للمستوى الكلي .

5.5 توجد علاقة تأثير ذو دلالة احصائية للتعليم الاقتصادي على مستوى محور الامية الاقتصادي للمستوى الكلي .

يعرض الجدول (8) نتائج التعليم الاقتصادي و مستوى محور الامية الاقتصادي للمستوى الكلي، طوال مدة الدراسة لاختبار الفرضية الفرعية الثانية، وبالاستناد لهذه البيانات فقد تم تحليل الانحدار بين المتغيرين وكالاتي:

الجدول (8) نتائج تحليل العلاقة بين التعليم لاقتصادي و مستوى محور الامية الاقتصادي للمستوى الكلي

SUMMARY OUTPUT Regression Statistics		Coefficients	P-value	
SUMMARY OUTPUT		Intercept	3.627228022	2.5267E-21
<i>Regression Statistics</i>		Z1	-0.040	0.540
Observations	87	Z2	0.0507-	0.441
		Z3	-0.093	0.128
Multiple R	0.210			
R Square	0.044			
Adjusted R Square	0.0091			
Significance F	0.284			

يعرض الجدول (8) معنوية تأثير كل عامل من العوامل (التعليم الاقتصادي) على محور الامية الاقتصادي للمستوى الجزئي، اذ يتضح من نتائج التحليل الاحصائي تأثير معنوي يمكن تمثيلها في المعادلة الآتية:

$$y = 2.5267E-21 + 0.540Z1 + 0.441Z2 + 0.128Z3$$

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه ومعادلة الانحدار ان معامل الحد الثابت بلغ (2.5267E-21) فاذا كان المتغير المستقل مساوي للصفر اي في حالة عدم وجود معرفة للتعليم الاقتصادي لعينة الدراسة فان قيمة المتغير التابع (محور الامية الاقتصادي للمستوى الجزئي) يساوي (2.5267E-21).

ويلاحظ ايضا من الجدول اعلاه وجود ارتباط ضعيف بين الوضع الاقتصادي و مستوى محور الامية الاقتصادي، إذ بلغ معامل الارتباط (0.210)، وكما يتضح ايضا ان المعادلة اعلاه تفسر (0.044%) من التأثيرات الحاصلة في محور الامية الاقتصادي ، وهذه التأثيرات ناتجة عن تأثير المتغير المستقل (التعليم الاقتصادي) اما التأثيرات الاخرى البالغة (0.79%) تعود لمتغيرات اخرى لم تدخل ضمن هذا النموذج.

ويعرض الجدول اعلاه معنوية تأثير كل عامل من عوامل التعليم الاقتصادي على محو الامية الاقتصادي المستوى الكلي. ويلاحظ من اعلاه تبين المتغيرات المستقلة ما بين تأثيرها على كل من المتغيرات الاقتصادية فقد تبينت فيما بين تأثيراتها الطردية والعكسية اذ كان (Z1) له تأثيرا عكسيا على محو الامية للمستوى الكلي لعينه الدراسة بمعنى ان الزيادة في (Z1) بمقدار وحده واحده صاحبها تغير فيمحو الامية الاقتصادي للمستوى الكلي بمقدار (-0.040) وهو تأثير غير معنوي بمقدار (0.540) وهو اكبر من مستوى المعنوية (5%) التي افترضها الباحث. في حين ان (Z2) كان له تأثيرا عكسيا على محو الامية للمستوى الكلي لعينه الدراسة بمعنى ان الزيادة في (Z2) بمقدار وحده واحده صاحبها تغير في محو الامية الاقتصادي على المستوى الكلي بمقدار (-0.050) وهو تأثير غير معنوي بمقدار (0.441) وهو اكبر من مستوى المعنوية (5%) التي افترضها الباحث. ويلاحظ ايضا من الجدول اعلاه ان (Z3) والذي كان له تأثيرا عكسيا هو الاخر على محو الامية للمستوى الكلي لعينه الدراسة بمعنى ان الزيادة في (Z3) بمقدار وحده واحده صاحبها تغير في محو الامية للمستوى الكلي بمقدار (-0.093) وهو تأثير غير معنوي بمقدار (0.1286) وهو اكبر من مستوى المعنوية (5%) التي افترضها الباحث. وبذلك نرفض الفرضية الفرعية الثانية من الدراسة.

ويقاس اختبار Significance F معنوية النموذج ككل اذ يلاحظ ان النموذج المقدر غير معنوي عند مستوى معنوية 5% ، وخصوص قيمة الالفا والتي هي احتمال الخطأ من النوع الاول لرفض انموذج الانحدار الخطي الذي يربط بين محو الامية الاقتصادي للأفراد مع التعليم الاقتصادي والتي هي (0.284).

ان كل ذلك يؤكد رفض الفرضية الفرعية الثانية من الدراسة، وهو يعني انه لا يوجد لمتغيرات التعليم الاقتصادي تأثير في مستوى محو الامية الاقتصادي المستوى الكلي، وما يدل على ذلك تأثيرها ضمن مستوى ثقة 95%. كما يتضح ضعف التأثير على المستوى الفردي لمتغيرات التعليم الاقتصادي اذ نلاحظ انه لا يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لمتغيرات التعليم الاقتصادي على محو الامية الاقتصادي المستوى الكلي .

5.6 توجد علاقة تأثير ذو دلالة احصائية للاهتمام بالاقتصاد على مستوى محو الامية الاقتصادي المستوى الكلي .

يعرض الجدول (9) نتائج الاهتمام بالاقتصاد و مستوى محو الامية الاقتصادي المستوى الكلي، طوال مدة الدراسة لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة ، وبالاستناد لهذه البيانات فقد تم تحليل الانحدار بين المتغيرين وكالاتي:

الجدول (9) نتائج تحليل العلاقة بين الاهتمام بالاقتصاد و مستوى محو الامية الاقتصادي المستوى الكلي

SUMMARY OUTPUT Regression Statistics		Coefficients	P-value	
SUMMARY OUTPUT		Intercept	3.410	1.30765E-21
Regression Statistics		M1	-0.089	0.153
Observations	87	M2	0.091	0.205
		M3	0.093-	0.178
Multiple R	0.222			
R Square	0.049			
Adjusted R Square	0.015			
Standard Error	0.768			
Significance F	0.236			

يعرض الجدول (9) معنوية تأثير كل عامل من عوامل (الاهتمام بالاقتصاد) على محو الامية الاقتصادي المستوى الجزئي، اذ يتضح من نتائج التحليل الاحصائي تأثير معنوي يمكن تمثيلها في المعادلة الآتية:

$$y = 1.30765E-21 + 0.153M1 + 0.205M2 + 0.1787M3$$

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه ومعادلة الانحدار ان معامل الحد الثابت بلغ (1.30765E-21) فاذا كان المتغير المستقل مساوي للصفر اي في حالة عدم وجود معرفة للاهتمام بالاقتصاد لعينة الدراسة فان قيمة المتغير التابع (محو الامية الاقتصادية للمستوى الكلي) يساوي (1.30765E-21).

ويلاحظ ايضا من الجدول اعلاه وجود ارتباط ضعيف بين الاهتمام بالاقتصاد و مستوى محو الأمية الاقتصادي، إذ بلغ معامل الارتباط (0.222)، وكما يتضح ايضا ان المعادلة اعلاه تفسر (0.049%) من التأثيرات الحاصلة في محو الامية الاقتصادي، وهذه التأثيرات ناتجة عن تأثير المتغير المستقل (الاهتمام بالاقتصاد) اما التأثيرات الاخرى البالغة (0.878%) تعود لمتغيرات اخرى لم تدخل ضمن هذا النموذج.

ويعرض الجدول اعلاه معنوية تأثير كل عامل من عوامل الاهتمام بالاقتصاد على محو الامية الاقتصادي المستوى الكلي . ويلاحظ من اعلاه تباين المتغيرات المستقلة ما بين تأثيرها على كل من المتغيرات الاقتصادية فقد تباينت فيما بين تأثيراتها الطردية والعكسية اذ كان (M1) له تأثيرا عكسيا على محو الامية للمستوى الكلي لعينه الدراسة بمعنى ان الزيادة في (M1) بمقدار وحده واحده صاحبها تغير في محو الامية الاقتصادي بمقدار (-0.089) وهو تأثير غير معنوي بمقدار (0.153) وهو اكبر من مستوى المعنوية (5%) التي افترضها الباحث. في حين ان (M2) كان له تأثيرا طرديا على محو الامية للمستوى الكلي لعينه الدراسة بمعنى ان الزيادة في (M2) بمقدار وحده واحده صاحبها تغير في محو الامية الاقتصادي على المستوى الكلي بمقدار (0.091) وهو تأثير غير معنوي بمقدار (0.205) وهو اكبر من مستوى المعنوية (5%) التي افترضها الباحث. ويلاحظ ايضا من الجدول اعلاه ان (M3) والذي كان له تأثيرا عكسيا هو الاخر على محو الامية للمستوى الكلي لعينه الدراسة بمعنى ان الزيادة في (M3) بمقدار وحده واحده صاحبها تغير في محو الامية الاقتصادي بمقدار (-0.093) وهو تأثير غير معنوي بمقدار (0.178) وهو اكبر من مستوى المعنوية (5%) التي افترضها الباحث. وبذلك نرفض الفرضية الفرعية الثالثة من الدراسة.

ويقاس اختبار Significance F معنوية النموذج ككل اذ يلاحظ ان النموذج المقدر غير معنوي عند مستوى معنوية 5% ، وخصوص قيمة الالفا والتي هي احتمال الخطأ من النوع الاول لرفض انموذج الانحدار الخطي الذي يربط بين محو الامية الاقتصادي للافراد مع الاهتمام بالاقتصاد والتي هي (0.236).

ان كل ذلك يؤكد رفض الفرضية الفرعية الثالثة من الدراسة، وهو يعني انه لا يوجد لمتغيرات الاهتمام بالاقتصاد تأثير في مستوى محو الأمية الاقتصادي المستوى الكلي، وما يدل على ذلك تأثيرها ضمن مستوى ثقة 95%. كما يتضح ضعف التأثير على المستوى الفردي لمتغيرات الاهتمام بالاقتصاد اذ نلاحظ انه لا يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لمتغيرات الاهتمام بالاقتصاد على محو الامية الاقتصادي المستوى الكلي .

5.7 توجد علاقة تأثير ذو دلالة إحصائية الاعتقاد بفوائد محو الامية الاقتصادي على مستوى محو الأمية الاقتصادي المستوى الكلي .

يعرض الجدول (10) نتائج الاعتقاد بفوائد محو الامية الاقتصادي و مستوى محو الأمية الاقتصادي المستوى الكلي ، طوال مدة الدراسة لاختبار الفرضية الرئيسية، وبالاستناد لهذه البيانات فقد تم تحليل الانحدار بين المتغيرين وكالاتي:

الجدول (10) نتائج تحليل العلاقة بين الاعتقاد بفوائد محو الامية الاقتصادي و مستوى محو الأمية الاقتصادي المستوى الكلي

Regression Statistics		Regression ANOVA		Coefficients	P-value
Multiple R	0.070	Intercept		3.285	3.38165E-16
R Square	0.005	N1		0.005	0.959
Adjusted R Square	-0.030	N2		-0.029	0.751
Standard Error	0.786	N3		-0.021	0.809

Observations	87			
Significance F	0.936			

يعرض الجدول (10) معنوية تأثير كل عامل من عوامل (الاعتقاد بفوائد الاقتصاد) على محو الامية الاقتصادي المستوى الكلي، اذ يتضح من نتائج التحليل الاحصائي تأثير معنوي يمكن تمثيلها في المعادلة الآتية:

$$y = 3.38165E-16 + 0.959N1 + 0.751N2 + 0.809N3$$

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه ومعادلة الانحدار ان معامل الحد الثابت بلغ (3.38165E-16) فاذا كان المتغير المستقل مساوي للصفر اي في حالة عدم وجود معرفة للاعتقاد بفوائد محو الامية لعينة الدراسة فان قيمة المتغير التابع (محو الامية الاقتصادي للمستوى الكلي) يساوي (3.38165E-16).

ويلاحظ ايضا من الجدول اعلاه وجود ارتباط ضعيف بين الاعتقاد بفوائد محو الامية و مستوى محو الامية الاقتصادي على المستوى الكلي، إذ بلغ معامل الارتباط (0.070)، وكما يتضح ايضا ان المعادلة اعلاه تفسر (0.005%) من التأثيرات الحاصلة في محو الامية الاقتصادي، وهذه التأثيرات ناتجة عن تأثير المتغير المستقل (الاعتقاد بفوائد محو الامية) اما التأثيرات الاخرى البالغة (0.93%) تعود لمتغيرات اخرى لم تدخل ضمن هذا النموذج.

ويعرض الجدول اعلاه معنوية تأثير كل عامل من عوامل الاعتقاد بمحو الامية الاقتصادي على محو الامية الاقتصادي المستوى الكلي بين تأثيراتها الطردية والعكسية اذ كان (N1) له تأثيرا طرديا على محو الامية للمستوى الجزئي لعينه الدراسة بمعنى ان الزيادة في (N1) بمقدار وحده واحده صاحبها تغير في محو الامية الاقتصادي في مقدار (0.0054) وهو تأثير غير معنوي بمقدار (0.959) وهو اكبر من مستوى المعنوية (5%) التي افترضها الباحث. في حين ان (N2) كان له تأثيرا عكسيا على محو الامية للمستوى الكلي لعينه الدراسة بمعنى ان الزيادة في (N2) بمقدار وحده واحده صاحبها تغير في محو الامية الاقتصادي على المستوى الكلي بمقدار (-0.029) وهو تأثير غير معنوي بمقدار (0.751) وهو اكبر من مستوى المعنوية (5%) التي افترضها الباحث. ويلاحظ ايضا من الجدول اعلاه ان (N3) والذي كان له تأثيرا عكسيا هو الاخر على محو الامية للمستوى الكلي لعينه الدراسة بمعنى ان الزيادة في (N3) بمقدار وحده واحده صاحبها تغير في محو الامية الاقتصادي بمقدار (-0.021) وهو تأثير غير معنوي بمقدار (0.809) وهو اكبر من مستوى المعنوية (5%) التي افترضها الباحث. وبذلك نرفض الفرضية الفرعية الثالثة من الدراسة.

ويقاس اختبار Significance F معنوية النموذج ككل اذ يلاحظ ان النموذج المقدر غير معنوي عند مستوى معنوية 5%، وخصوص قيمة الالفا والتي هي احتمال الخطأ من النوع الاول لرفض انموذج الانحدار الخطي الذي يربط بين محو الامية الاقتصادي للأفراد مع الاعتقاد بفوائد محو الامية والتي هي (0.936).

ان كل ذلك يؤكد رفض الفرضية الفرعية الرابعة من الدراسة، وهو يعني انه لا يوجد لمتغيرات الاعتقاد بفوائد محو الامية تأثير في مستوى محو الامية الاقتصادي المستوى الكلي، وما يدل على ذلك تأثيرها ضمن مستوى ثقة 95%. كما يتضح ضعف التأثير على المستوى الفردي لمتغيرات الاعتقاد بفوائد محو الامية اذ نلاحظ انه لا يوجد تأثير ذو دلالة احصائية لمتغيرات الاعتقاد بفوائد محو الامية على محو الامية الاقتصادي المستوى الكلي

5.8 توجد علاقة تأثير ذو دلالة احصائية العوامل المؤثرة على محو الامية و مستوى محو الامية الاقتصادي المستوى الجزئي .

يعرض الجدول (11) نتائج العوامل المؤثرة على محو الامية و مستوى محو الامية الاقتصادي على المستوى الجزئي، طوال مدة الدراسة لاختبار الفرضية الرئيسية، وبالاستناد لهذه البيانات فقد تم تحليل الانحدار بين المتغيرين وكالاتي:

الجدول (11) نتائج تحليل العلاقة بين العوامل المؤثرة و مستوى محو الامية الاقتصادي المستوى الجزئي

Regression Statistics	Regression ANOVA	Coefficients	P-value
-----------------------	------------------	--------------	---------

Multiple R	0.195	Intercept	1.715	0.463
R Square	0.038	X1	-0.052	0.878
Adjusted R Square	-0.133	X2	0.068	0.848
Standard Error	3.475	X3	0.136	0.663
Observations	87	X4	-0.096	0.785
Significance F	0.997	Z1	0.066	0.825
		Z2	0.079	0.811
		Z3	-0.266	0.378
		M1	-0.023	0.942
		M2	0.116	0.729
		M3	0.080	0.817
		N1	0.289	0.544
		N2	-0.006	0.987
		N3	0.130	0.755

ويبين الجدول (11) معنوية تأثير كل عامل من العوامل المؤثرة على محو الامية ومستوى الامية الاقتصادية المستوى الجزئي ، اذ يتضح من نتائج التحليل الاحصائي لايوجد تأثير معنوي ، ويمكن تمثيلها في المعادلة الأتية:

$$Y1 = 0.463 + 0.878X1 + 0.848X2 + 0.663X3 + 0.785 X4 + 0.825Z1 + 0.811Z2 + 0.378Z3 + 0.942M1 + 0.729M2 + 0.817M3 + 0.544N1 + 0.987N2 + 0.755N3$$

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه ومعادلة الانحدار ان معامل الحد الثابت بلغ (0.463) فاذا كان المتغير المستقل مساوي للصفر اي في حالة عدم معرفة للعوامل المؤثرة لعينة الدراسة فان قيمة المتغير التابع (محو الامية الاقتصادية للمستوى الجزئي) يساوي (0.463).

ويلاحظ ايضا من الجدول اعلاه وجود ارتباط ضعيف بين العوامل المؤثرة و مستوى محو الامية الاقتصادية على المستوى الجزئي، إذ بلغ معامل الارتباط (0.195)، وكما يتضح ايضا ان المعادلة اعلاه تفسر (0.038%) من التأثيرات الحاصلة في محو الامية الاقتصادية ، وهذه التأثيرات ناتجة عن تأثير المتغيرات المستقلة اما التأثيرات الاخرى البالغة (0.805%) تعود لمتغيرات اخرى لم تدخل ضمن هذا النموذج.

ويعرض الجدول اعلاه معنوية تأثير كل عامل من المؤثرة على محو الامية الاقتصادية المستوى الجزئي بين تأثيراتها الطردية والعكسية وهو تأثير غير معنوي و اكبر من مستوى المعنوية (5%) التي افترضها الباحث . وبذلك نرفض الفرضية الرئيسية من الدراسة.

ويقاس اختبار Significance F معنوية النموذج ككل اذ يلاحظ ان النموذج المقدر غير معنوي عند مستوى معنوية 5% ، وخصوص قيمة الالفا والتي هي احتمال الخطأ من النوع الاول لرفض انموذج الانحدار الخطي الذي يربط بين محو الامية الاقتصادية للافراد مع العوامل المؤثرة والتي هي (0.997).

ان كل ذلك يؤكد رفض الفرضية الرئيسية من الدراسة، وهو يعني انه لا يوجد تأثير للعوامل المؤثرة على محو الامية الاقتصادية في مستوى محو الامية الاقتصادية المستوى الجزئي، وما يدل على ذلك تأثيرها ضمن مستوى ثقة 95%.

5.9 توجد علاقة تأثير ذو دلالة إحصائية العوامل المؤثرة على محو الامية و مستوى محو الأمية الاقتصادي المستوى الكلي

يعرض الجدول (12) نتائج العوامل المؤثرة على محو الامية و مستوى محو الأمية الاقتصادي على المستوى الكلي ، طوال مدة الدراسة لاختبار الفرضية الرئيسية، وبالاستناد لهذه البيانات فقد تم تحليل الانحدار بين المتغيرين وكالاتي:

الجدول (12) نتائج تحليل العلاقة بين العوامل المؤثرة و مستوى محو الأمية الاقتصادي المستوى الكلي

Regression Statistics		Regression ANOVA	Coefficients	P-value
Multiple R	0.378	Intercept	4.219	9.29862E-12
R Square	0.143	X1	-0.119	0.124
Adjusted R Square	-0.009	X2.	-0.038	0.633
Standard Error	0.778	X3	-0.034	0.620
Observations	87	X4	-0.003	0.960
Significance F	0.517	Z1	0.041-	0.540
		Z2	-0.0002	0.997
		Z3	-0.087	0.197
		M1	-0.070	0.331
		M2	0.127	0.095
		M3	-0.095	0.220
		N1	0.021	0.840
		N2	-0.059	0.544
		N3	0.033	0.724

ويبين الجدول (12) معنوية تأثير كل عامل من العوامل المؤثرة على محو الامية و مستوى الامية الاقتصادي المستوى الكلي ، اذ يتضح من نتائج التحليل الاحصائي لايوجد تأثير معنوي ، ويمكن تمثيلها في المعادلة الآتية:

$$Y2 = 9.29862E-12 + 0.124X1 + 0.633X2 + 0.620X3 + 0.960X4 + 0.540Z1 + 0.997Z2 + 0.197Z3 + 0.331M1 + 0.095M2 + 0.220M3 + 0.840N1 + 0.544N2 + 0.724N3$$

يتبين لنا من خلال الجدول اعلاه ومعادلة الانحدار ان معامل الحد الثابت بلغ (9.29862E-12) فاذا كان المتغير المستقل مساوي للصفر اي في حالة عدم وجود معرفة للعوامل المؤثرة لعينة الدراسة فان قيمة المتغير التابع (محو الامية الاقتصادي للمستوى الكلي) يساوي (9.29862E-12).

ويلاحظ ايضا من الجدول اعلاه وجود ارتباط ضعيف بين العوامل المؤثرة و مستوى محو الأمية الاقتصادي على المستوى الكلي، إذ بلغ معامل الارتباط (0.378)، وكما يتضح ايضا ان المعادلة اعلاه تفسر (0.14%) من التأثيرات الحاصلة في محو الامية

الاقتصادي ، وهذه التأثيرات ناتجة عن تأثير المتغيرات المستقلة اما التأثيرات الاخرى البالغة (0.622%) تعود لمتغيرات اخرى لم تدخل ضمن هذا النموذج.

ويعرض الجدول اعلاه معنوية تأثير كل عامل من المؤثرة على محو الامية الاقتصادي المستوى الكلي بين تأثيراتها الطردية والعكسيه وهو تأثير غير معنوي و اكبر من مستوى المعنويه (5%) التي افترضها الباحث . وبذلك نرفض الفرضية الرئيسية من الدراسة.

ويقاس اختبار Significance F معنوية النموذج ككل اذ يلاحظ ان النموذج المقدر غير معنوي عند مستوى معنوية 5% ، وخصوص قيمة الالف والتي هي احتمال الخطأ من النوع الاول لرفض انموذج الانحدار الخطي الذي يربط بين محو الامية الاقتصادي لافراد مع العوامل المؤثرة والتي هي (0.517).

ان كل ذلك يؤكد رفض الفرضية الرئيسية من الدراسة، وهو يعني انه لا يوجد تأثير للعوامل المؤثرة على محو الامية الاقتصادي في مستوى محو الأمية الاقتصادي المستوى الكلي، وما يدل على ذلك تأثيرها ضمن مستوى ثقة 95%.

6. الاستنتاجات والتوصيات:

6.1 الاستنتاجات

1- اثبتت الدراسة عدم وجود تأثير للعوامل المؤثرة على محو الامية الاقتصادي في مستوى محو الأمية الاقتصادي، وهو ما يؤكد على صحة الفرضية الاساسية من الدراسة ، اما بالنسبة لاثبات او نفي الفرضيات الفرعية من الدراسة فكالآتي:

2- اثبتت الدراسة عدم وجود تأثير ذات دلالة احصائية لعامل الوضع الاقتصادي (الثروة الاقتصادية) على مستوى محو الأمية الاقتصادي على المستوى الجزئي والكلي ، وهو ما يؤكد على نفي الفرضية الفرعية الاولى من الدراسة، وحتى على المستوى الفردي، يلاحظ انه لا يوجد تأثير ذو دلالة احصائية على مستوى محو الامية .

3- اثبتت الدراسة عدم وجود تأثير ذات دلالة احصائية لعامل التعليم الاقتصادي على مستوى محو الأمية الاقتصادي على المستوى الجزئي والكلي، وهو ما يؤكد على نفي الفرضية الفرعية الثانية من الدراسة، والتي تعني ان لعامل التعليم الاقتصادي تأثير في حساسية محو الأمية الاقتصادي الا انه وعلى المستوى الفردي لوحظ ان جميع المتغيرات لا يؤثرن على طبيعة محو الامية الاقتصادي.

4- اثبتت الدراسة عدم وجود تأثير ذات دلالة احصائية لعامل الاهتمام بالاقتصاد على مستوى محو الاقتصادي على المستوى الجزئي والكلي وهو ما يؤكد على نفي الفرضية الفرعية الثالثة من الدراسة، والتي تعني انه لعامل الاهتمام بالاقتصاد تأثير في حساسية مستوى محو الامية الاقتصادي، ولكن لا بد من الاشارة ان على المستوى الفردي ، يلاحظ ان جميع المتغيرات لا يؤثرن على طبيعة محو الامية الاقتصادي.

5- اثبتت الدراسة عدم وجود تأثير ذات دلالة احصائية لعامل اللاعتقاد بفوائد محو الامية الاقتصادي على مستوى محو الاقتصادي على المستوى الجزئي والكلي وهو ما يؤكد على نفي الفرضية الفرعية الرابعة من الدراسة، والتي تنص انه لعامل الاعتقاد بفوائد محو الامية الاقتصادي تأثير في حساسية مستوى محو الامية الاقتصادي، ولكن لا بد من الاشارة ان على المستوى الفردي ، يلاحظ ان جميع متغيرات الاعتقاد بفوائد محو الامية الاقتصادي لا يوجد لها تأثير معنوي.

6.2 التوصيات

1. ضرورة زيادة الوعي حول المفاهيم الاقتصادية الاساسية والمتقدمة لدى المستجيبون في بلدنا العزيز العراق وضرورة توعيتهم بوجود الامام بتلك المفاهيم التي تترك اثارا ايجابية على مجمل النشاط الاقتصادي لديهم.
2. يجب الاهتمام في اجراء دراسات مستقبلية حول بيان اثر هذه العوامل على مستوى محو الامية الاقتصادي في سلوكيات اتخاذ القرار الاستثماري الاستراتيجي لما لها من اثار جمة على زيادة الوعي في النشاطات المالية المتعددة

3. ضرورة زرع روح الثقافة الاقتصادية من خلال عقد المؤتمرات وورش العمل الهادفة لتشخيص ومعالجة الثغرات في الثقافة الاقتصادية لسلوكيات المستجيبون فضلا عن المختصين والجمهور.
4. ضرورة اجراء المزيد من الدراسات الاقتصادية السلوكية والاستفادة من كل انواع المعلومات والتحليلات الاساسية والفنية عند اتخاذ القرار دون اعتبار نتائجها بشكل مطلق ودون النظر في النتائج بالمدى الزمني القصير.

المصادر:

- 1- Ahmet Ferda Cakmak and other , A Study on Economic Literacy Levels of Primary Prospective Teachers, The International Journal of Early Childhood Learning, Volume 22, Issue 2, 2015
- 2 - Banaszak, K. R. (1987). The Nature of Economic Literacy: ERIC Digest no. 41. Clearing house for Social Studies/Social Science Education, Bloomington, IN. ED ERIC 284823.
- 3- Dilek.and other . Factors Affecting Economic Literacy. Afro Eurasian Studies · June 2018
- 4- Furnham, A., 2008. The Economic Socialisation of Young People. UK: The Social Affairs Unit.
- 5- Gerek, S. and Kurt, A.A. (2008). Economic Literacy of University Students: A Sample from Anadolu University, Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=1137610>
- 6- Gerek, S., Kurt, A. A. (2011). The Validity and Reliability Study of the Economic Literacy Scale. Uludag University Journal of the Faculty of Economics and Administrative Sciences, 30(1),
 - 7 - Çömlekçi, İ. (2017). Determining the Level of Islamic Financial Literacy: A Study on Participation Banks Customers. Electronic Journal of Social Sciences. 16(63), 1423-1439
 - 8 - Kahya, C. & İmamoğlu, İ.K. (2015). The Role of Economic Literacy on Entrepreneurial Intention. The Journal of Academic Social Science Studies, 39, 139-156
 - 9- Melina Ortega, Sheila Delhumeau, Sustainability and Economic Literacy in College Students of Northern Mexico: The Case of Baja California, Journal of Education & Social Policy Vol. 4, No. 4; December 2017.
 - 10- NCREL. (2003). Engauge 21st century skills: Literacy in the digital age. 22.11.2013 tarihinde <http://pict.sdsu.edu/engauge21st.pdf> adresinden alınmıştır
 - 11- Şantaş, F. and Demirgil, B. (2015). A Study on the Determination of the Level of Economic Literacy. Academic Perspective Journal, 48, March-April, 46-60
 - 12- Şahin, Y., Durgun, M & Serin, H. (2016). The Determination of Economic Literacy Level Forest Industry Managers: A Sample of Kahramanmaraş City, Turkey. 14th International Scientific Conference On Economic and Social Development.

Using the (IOM) model to measure the effectiveness of public spending on the distribution of GDP in Iraq for the year 2020

حنين جليل ابراهيم
Hanin Jalil Ibrahim
كلية الادارة والاقتصاد/ جامعة كربلاء
College of Administration and Economics
University of Karbala
heneen.j@s.uokerbala.edu.iq

أ.د محمد حسين كاظم
Dr. Mohamed Hussein Kazem
كلية الادارة والاقتصاد/ جامعة كربلاء
College of Administration and Economics
University of Karbala
Mohammad.h@uokerbala.edu.iq

المستخلص

جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على استخدام اسلوب المدخلات- المخرجات كأحد الطرائق لحساب المضاعفات على مستوى كل قطاع من قطاعات الاقتصاد القومي في الاقتصاد العراقي وذلك خلال سنة 2020. اذ تم الاعتماد على مصفوفة المعاملات الفنية الصادرة من وزارة التخطيط لعام 2010 للحصول على مصفوفة 2020، اذ بعد تطبيق نموذج المدخلات- المخرجات بصيغته الرياضية على المصفوفة لحها، والحصول على النواتج القطاعية للقطاعات الاقتصادية والطلب النهائي وايضا القيمة المضافة، وايضا ملاحظة الترابطات القطاعية وعلاقتها بالقطاعات الاقتصادية بشكل ايجابي او سلبي خلال سنة 2020.

الكلمات المفتاحية: اسلوب المدخلات- المخرجات، فاعلية الانفاق العام، التوزيع للناتج المحلي الاجمالي.

Extract

This study came to shed light on the use of the input-output method as one of the methods for calculating the multipliers at the level of each sector of the national economy in the Iraqi economy during the year 2020. The matrix of technical transactions issued by the Ministry of Planning for the year 2010 was relied on to obtain the matrix of 2020, as After applying the input-output model in its mathematical form to the matrix to solve it, obtaining the sectoral outputs of the economic sectors and the final demand as well as the added value, and also observing the sectoral interconnections and their relationship with the economic sectors in a positive or negative way during the year 2020.

Key words: the method of inputs - outputs, the effectiveness of public spending, the distribution of GDP.

1. المقدمة

في ظل ثورة المعلومات التي يمر بها العالم اصبح للتكنولوجيا والتطورات المعلوماتية اساس في اي عمل اقتصادي اذ يعدها البعض الثورة الثالثة في العالم بعد الثورة الزراعية والثورة الصناعية لذا تطلب توفر المعلومة الصحيحة والدقيقة في الوقت المناسب كشرط اساسي لعمل السياسة الاقتصادية في البلدان المتقدمة والنامية على حد سواء، ويلاحظ ان الدول المتقدمة تعتمد بشكل كبير على المنظومة المعلوماتية في عملها الاقتصادي لاسيما استخدام نموذج المدخلات- المخرجات لدراسة التشابك القطاعي لكل قطاع اقتصادي ومقارنته مع السنوات الاخرى وهذا سهل من عملية التنبؤ بشأن حدوث اي مشاكل اقتصادية وبالتالي محاولة وضع الحلول لها لتلافيها او التقليل منها. ان الانفاق العام له دور مهم في العملية الاقتصادية ومع تعدد الطرق في كيفية تحليله وقياسه وجد ان تطبيق نموذج المدخلات- المخرجات في قياسه وملاحظة اثر الانفاق العام على القطاعات الاقتصادية وذلك من

خلال اثره على مضاعف الانفاق القطاعي علما بأن موضوعنا هذا لا يتضمن قياس مضاعف الانفاق العام على مستوى الاقتصاد ككل بل على مستوى كل قطاع مما يوفر لنا امكانية معرفة فاعلية الانفاق العام على التوزيع القطاعي ومن ثم نسبة مساهمة كل قطاع في الناتج المحلي الاجمالي.

2. هيكلية البحث

2.1 اهمية البحث

تأتي اهمية الدراسة من اهمية نموذج المدخلات- المخرجات كأداة قياس وتحليل للواقع القطاعي للناتج المحلي الاجمالي وامكانية استخدام تلك الاداة لقياس فاعلية الانفاق العام على التوزيع القطاعي للناتج المحلي الاجمالي.

2.2 مشكلة البحث

تتمثل مشكلة الدراسة بالتساؤل التالي: هل بالإمكان الاعتماد على نموذج المدخلات- المخرجات في قياس فاعلية الانفاق العام على التوزيع القطاعي للناتج المحلي الاجمالي في الاقتصاد العراقي خلال مدة الدراسة؟

2.3 فرضية البحث

يقوم البحث على قضية مفادها (هناك امكانية بالتوزيع القطاعي للانفاق العام في ظل استخدام نموذج المدخلات- المخرجات وبالتالي التنبؤ بمدى فاعلية الانفاق على الناتج المحلي الاجمالي في العراق).

2.4 هدف البحث

يهدف البحث الى محاولة استخدام المدخلات – المخرجات لمعرفة حجم التشابك القطاعي وكشف طبيعة المضاعفات والروابط الامامية والخلفية للاقتصاد العراقي في عام 2020 ليكون مرشدا لمتخذ القرار والمخطط في توجيه قراراتهم الخاصة بتوجيه الانفاق العام.

2.5 منهجية البحث

تم استخدام المنهج التحليلي والرياضي في الربط بين متغيرات الدراسة، والمتمثل بالنموذج الرياضي المعروف بجداول المدخلات والمخرجات.

3. المبحث الأول

3.1 مفهوم واصول نموذج المدخلات- المخرجات

يعود الفضل في تطوير نموذج المدخلات والمخرجات الى الاقتصادي الطبيعي فرانسوا كيناي رائد مدرسة الطبيعيين الذي قدم اسلوبه في التحليل الجدول الاقتصادي، ثم تطور هذا الاسلوب على يد الاقتصادي كارل ماركس وذلك من خلال تحليلاته للعلاقات الانتاجية والطبيعية الكامنة لهذه العلاقات في نموذج سمي (تكرار الانتاج البسيط والموسع) (مصطفى كامل، منتهى زهير، 2017: 269) وبعد ذلك طور النموذج من قبل الاقتصادي واسلي ليوننتيف عام 1941، عندما قام بتطوير نموذجا اقتصاديا من خلال دراسة العلاقة بين المدخلات والمخرجات اذ تتضمن هذه العلاقة للقطاعات المختلفة للنظام الاقتصادي. (عدنان كريم، 2009

(110:) وعليه تمت تسمية هذا النموذج الذي هو عبارة عن جداول بنموذج المستخدم- المنتج وايضا نموذج المدخلات- المخرجات نسبة الى مطوره نموذج ليونتيف. وحسب المدخلات- المخرجات فإن اي صناعة فيها مخرجات تدخل في صناعة اخرى او ربما في الصناعة ذاتها وبالتالي سيكون من المفيد اعتماد الصناعات فيما بينها (اي الانتاج بدون وجود عجز او فائض). (الفا شيانج ،1995: 198- 199) وبالتالي فإن انتاج كل قطاع يحتاج مخرجات القطاع الاخر وعليه تقسم المخرجات الى قسمين:

1- مخرجات يتم استخدامها كمدخلات وسيطة للقطاعات الاقتصادية.

2- مخرجات تستعمل كمنتج نهائي للاستهلاك المحلي والتصدير وتسمى الطلب النهائي. (Metwally, M.M, , 2006:9)

اي بمعنى اخر يمكن القول بأن القطاعات الاقتصادية تكون مرتبطة ببعضها اذ ان اي تغيير ولو كان بسيطا في احد القطاعات او في احد فروعها فإن ذلك لا بد ان يكون له اثر واضح على باقي القطاعات الاقتصادية (محمد باليزيد، 2013: 1) وبذلك نرى ان ليونتيف قدم تعريفا لتحليل المدخلات- المخرجات تضمنت "طريقة لقياس علمي ومنهجي للعلاقات المتبادلة بين مختلف قطاعات النظام الاقتصادي المعقد". يتكون تحليل المدخلات- المخرجات من جزأين هما (بناء جدول المدخلات- المخرجات) والجزء الثاني يكون (استخدام النموذج في التحليل الاقتصادي)، وبذلك عرف ليونتيف جدول المدخلات والمخرجات بأنه "جدول يقوم بوصف تدفق السلع والخدمات بين كل القطاعات الاقتصادية المختلفة للاقتصاد على الصعيد الوطني خلال فترة زمنية محددة عادة تكون سنة" اي بمعنى اخر يمكن القول بأن القطاعات الاقتصادية تكون مرتبطة ببعض اذ ان اي تغيير ولو كان بسيطا في احد القطاعات او في احد فروعها لا بد ان يكون له اثرا واضحا على باقي القطاعات الاقتصادية (Wassily Leontief، 1986:19) ويمكن اعطاء مفهوم اخر عن نموذج المستخدم- المنتج اذ عرف بأنه عبارة عن جداول تحتوي على القيود الحسابية للمبادلات من عمليات البيع والشراء، والتي تجري بين المنتجين لمنتجاتهم وذلك لغرض الاستخدام الوسيط والمتبقي من الانتاج يذهب لغرض تلبية الطلب النهائي. وبعبارة اخرى يمكن القول بأن نموذج المدخلات- المخرجات هو عبارة عن نموذج خطي مكون من عدد من المعادلات تكون مساوية لعدد القطاعات والانشطة، او مساوية لفروع اقتصاد معين تتحدد معالمها من واقع الترابطات (القطاعية والتكنولوجية) السائدة في الانتاج، ويشترط ان يكون مستوى الانتاج متغير داخلي اما الطلب على الانتاج او على كل نشاط فيكون متغير خارجي. (زكي متي ،شهلة عبد الرزاق، 2007) ولأهمية هذا الموضوع في الاقتصاد انشأت جمعية دولية خاصة للمدخلات- المخرجات في مدينة النمسا عام 1988، تحتوي على 15 مؤسسة دولية ومئات الاعضاء بصفاتهم الاساسية، هذه الجمعية تعقد مؤتمرا سنويا في احد الدول المتقدمة او النامية يتناول من خلاله احدث المستجدات والمساهمات النظرية والعملية في اساليب جداول المدخلات- المخرجات. (Miller, R. and Blair، 1985:75) ويعود ذلك للمنافع من هذا التحليل، اذ توفر فهم حجم وهيكل الناتج المحلي الاجمالي الذي يعد ضروريا لأجل صياغة الاستراتيجية ذات الامد البعيد للبلد، وايضا في توجيه السياسات الاقتصادية الكلية ذات الامد المتوسط والقصير للبلد ويمكن اجمال اهم منافع النموذج بالاتي:

1- ابراز اهمية توفر مجموعات بديلة من السياسات الاقتصادية الكلية، الاكثر ملاءمة وذلك لغرض تحقيق معدلات النمو

وايضا تحقيق التنوع الاقتصادي المستهدف.

2- القيام بعملية وصف العلاقات الصناعية المتبادلة في الاقتصاد الخاص للبلاد التي ستعمل على المساعدة في تحديد التقدم

الحاصل في تنفيذ الاستراتيجية الاقتصادية وسياسات التنوع الاقتصادي.

بدلا من الاعتماد الواسع على مسلمات قوى السوق الحرة، والمؤشرات التجميعية، والاحكام الشخصية في العمل على صياغة السياسات الاقتصادية الكلية المناسبة، يتم التأكيد على الحاجة لاستخدام ادوات تحليلية كمية للمساعدة بوضع السياسات الاقتصادية الشاملة (صبري زاير، 2017: 50-52)

3.2 التحليل العملي والرياضي لجدول المدخلات- المخرجات

ان نموذج المدخلات- المخرجات يعتمد في بناءه على العلاقات الاقتصادية، اذ من خلال هذه العلاقات يخلق التوازن العام بين الطلب الكلي والعرض الكلي كما معروف ذلك اقتصاديا اي يمكن القول ان هذه العلاقات تمثل التوازن العام للطلب على سلعة ما، وبين عرض تلك السلعة في السوق وخلال فترة زمنية معينة (عفاف عبد الجبار ، مجيد علي ، 2000: 141) ان الاقتصاد بصورة

عامية يتكون من افراد ومؤسسات، اذ ان الافراد يمثلون الطلب الاستهلاكي اما المؤسسات فيمثلون طلب وسيط "العملية الانتاج" ، وبهذا يمكن القول ان الطلب الكلي هو عبارة عن مجموع كلا من الطلب الاستهلاكي (النهائي) والطلب الوسيط.

ان مصدر او اساس العرض الكلي يكون الانتاج المحلي مضافا اليه ما يتم استيراده من الخارج بصورة تامة ، اذ ان المؤسسات عندما تنتج انتاجا محليا فهي ستقوم باستخدام مستلزمات الانتاج بعد ان يتم اضافة قيمة عليها تدعى "القيمة المضافة" وبهذا سيكون الانتاج المحلي عبارة عن مجموع مستلزمات الانتاج والقيمة المضافة (مناضل الجوارى، 2009: 97)

جدول (1) الصيغة العامة لجدول المدخلات- المخرجات

	قطاع A	قطاع B	قطاع C	الطلب الوسيط Id	الطلب النهائي Fd	الطلب الكلي Xi
قطاع A	a ₁₁	a ₁₂	a ₁₃	Id ₁	Fd ₁	X ₁
قطاع B	a ₂₁	a ₂₂	a ₂₃	Id ₂	Fd ₂	X ₂
قطاع C	a ₃₁	a ₃₂	a ₃₃	Id ₃	Fd ₃	X ₃
المستلزمات الوسيطه U _j	U ₁	U ₂	U ₃	∑Id=∑U _j	∑Fd	∑Xi
القيمة المضافة V _j	V ₁	V ₂	V ₃	∑V _j	∑Fd =∑V _j	
العرض الكلي X _j	X ₁	X ₂	X ₃	∑X _j		GDP=∑Xi+∑Fd ∑X _j +∑V _j

المصدر: Metwally M.M، المصدر السابق نفسه ، ص9

من ملاحظة جدول (1) يتضح لنا الاتي:

1- ان لكل صف هناك عمود مماثل.

2- يكون مجموع الاعمدة والصفوف متماثل.

3- ان خانات الصف تمثل المدخلات اما خانات الاعمدة فهي مخرجات الانفاق.

فالعمود الاول مثلا يقوم بوصف كيفية حصول الانشطة الانتاجية على المدخلات، وهذه المدخلات اما تنتج محليا او تستورد من الخارج.

ان تكاليف الانتاج المتبقية من عملية الانتاج ستظهر بصيغة قيمة مضافة يتم دفعها الى عوامل الانتاج بصيغة (اجور وارباح وربح) (علي مجيد الحمادي، 2011: 73)

مما تقدم يمكن التعبير عن الجدول بصيغة:

$$X_1 = a_{11} X_1 + a_{12} X_2 + a_{13} X_3 + F_1$$

$$X_2 = a_{21} X_1 + a_{22} X_2 + a_{23} X_3 + F_2$$

$$X_3 = a_{31} X_1 + a_{32} X_2 + a_{33} X_3 + F_3$$

حيث يمثل X_i قيمة إنتاج القطاع (i) اما F_i فتتمثل قيمة الطلب النهائي على إنتاج القطاع (i) اما a_{ij} فأنها تمثل الكمية المستخدمة من السلعة (i) اللازمة لإنتاج وحدة واحدة من السلعة z او بمعنى اخر فإن a_{ij} تعني الكمية المستخدمة من إنتاج القطاع (i) لإنتاج وحدة واحدة من إنتاج القطاع (j) (عامر الفيتوري، مراد زكي ، 1998 : 64)

3.3 مصفوفة المعاملات الفنية

يتم استخدام مصفوفة المعاملات الفنية ضمن جداول المدخلات- المخرجات اذ تعبر عن المعادلات الهيكلية، والتي تعكس علاقات المدخلات والمخرجات بالصيغة الواردة بقيمها المطلقة في جداول المدخلات- المخرجات اذ ان المعامل الفني يعكس المدخلات الضرورية وذلك لإنتاج وحدة واحدة من منتج لصناعة ما، اي يمكن القول بأن المعاملات الفنية تستخرج من جداول المدخلات- المخرجات وتعد المعاملات الفنية الركيزة الاساس والمهمة في استخدام الاسلوب الرياضي وذلك من اجل حل معادلات نموذج المدخلات- المخرجات عندئذ يمكن استخدامه في عمليات التنبؤ الاقتصادي. ان حساب المعاملات الفنية يستند على مصفوفة الاستهلاك الوسيط، ومصفوفة القيمة المضافة، وجملة المدخلات للأنشطة الاقتصادية المختلفة والتي تكون وارده في النموذج المستخدم، وذلك من خلال قسمة كل خلية من خلايا العمود الخاص بالنشاط على اجمالي المدخلات من هذا النشاط ، وبالتالي تحويل اعمدها ثم صفوفها الى صورة نسبية تعكس الاسلوب التكنولوجي والفني في الصناعات المختلفة (الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء، 2014 : 9)

يتم استخراج مصفوفة المعاملات الفنية (A) ، والتي تعرف ايضا بمصفوفة المتطلبات المباشرة او كما تسمى المعاملات الفنية في نموذج المدخلات- المخرجات الرئيسي من خلال مصفوفة (Z) للتشابك الصناعي والناتج الاجمالي (X) مباشرة.
اي يمكن استخراج المصفوفة من خلال القانون:

$$a_{ij} = x_{ij} / x_j$$

3.4 فاعلية الانفاق العام

تعد النفقات العامة اداة مهمة ضمن ادوات السياسة المالية التي تنتهجها الدول لاسيما النامية منها وذلك للتأثير في النشاط الاقتصادي، كما تعد مؤشرا على دور الدولة في النشاط الاقتصادي، اذ ترسم حدود الانفاق الدور الذي تريد الحكومة ان تلعبه لتوجيه ذلك النشاط بما ينسجم مع الاهداف العامة التي يتم اعتمادها (عبد الكريم عبد الله، باسم عبد الهادي، 2016 : 1) في ظل المفهوم الحديث للاقتصاد المالي ، اذ اصبح من حق الدولة التدخل في جميع الاختصاصات والمجالات الاقتصادية والاجتماعية والسياسية وغيرها وبذلك لم يعد الانفاق العام يؤدي المهام التقليدية وقبل بيان مدى فاعلية الانفاق العام يجب معرفة الهدف من الانفاق العام فضلا عن شكل التدفقات الانفاقية العامة فقد يكون الهدف النهائي للأنفاق العام سياسيا او اقتصاديا (سهير محمد، 2002 : 38-40)

3.5 الصناعة العراقية التحديات والفرص

تعد الصناعة من أقدم الحرف التي مارسها الانسان . ومن هذا فإن الصناعة في مختلف دول العالم لها أهمية كبيرة وموقع متميز في البناء الاقتصادي في الوقت الحاضر . إذ إن تطور الدول المتقدمة جاء نتيجة التطور الصناعي ، وعلى هذا الاساس سميت بالدول الصناعية المتطورة، وقد تم ذلك خلال رسم الاستراتيجيات الناجحة للصناعة بشقيها (الاستهلاكية والانتاجية). أما في العراق فإن القطاع الصناعي يعاني من ترهل وتهالك وتقاد المعدات الانتاجية وجاء هذا التخلف الصناعي نتيجة الاستراتيجيات الفاشلة التي

طبقت خلال الفترة المنصرمة بسبب الحروب والفساد الاداري والمالي والارهاب . إن الهدف الاساس لتحقيق التنمية الاقتصادية في العراق هو استغلال الاموال المتولدة من الصناعة الاستخراجية وتنميتها واستثمارها في مختلف الصناعات ، ومنها الصناعة التحويلية لتوسيع القاعدة الصناعية من خلال وضع الاستراتيجية الناجحة للنهوض بالواقع المتردي للقطاع الصناعي ، إذ إن تطور الصناعة في العراق يساهم في تطور الهيكل الانتاجي للاقتصاد القومي (ناجي ساري، 2018: 105) ومن هنا يمكن ملاحظة الانخفاض المستمر في حجم الصناعة التحويلية في العراق فضلا عن علاقتها ببقية القطاعات الاقتصادية لعام 2020.

3.6 استخراج مصفوفة الترابطات القطاعية لعام 2020

يمكن استخراج مصفوفة المعاملات الفنية لسنة 2020 بالاعتماد على مصفوفة المعاملات الفنية لسنة 2010 وبحساب تسع قطاعات اساسية والتي تعني كذلك مصفوفة الترابطات الخلفية المباشرة (Direct back linkages) (DBL). وحسب جدول المدخلات والمخرجات للقطاعات الاقتصادية التالي:

جدول (2) مصفوفة المعاملات الفنية (مصفوفة الترابطات الخلفية المباشرة DBL) لسنة 2020

Aij	الزراعة والغابات والصيد	التعدين والمقالع	الصناعات التحويلية	الكهرباء والماء	التشييد والبناء	النقل والمواصلات	تجارة الجملة والمفرد والفنادق وما شابه	المال والتأمين	الخدمات
الزراعة والغابات والصيد	0.061	0	0.004	0	0	0	0	0	0
التعدين والمقالع	0	0	-0.007	-0.004	-0.001	0	0	0	0
الصناعات التحويلية	0.005	0.008	0.004	0.026	0.021	0.028	0.013	0.001	0.005
الكهرباء والماء	0.001	0.010	0.010	0.002	0.001	0.001	0.012	0.004	0.001
التشييد والبناء	0	0	0	0	0	0	-0.002	0	0
النقل والمواصلات	0.010	0.011	0.002	0.001	0.006	0	0.010	0.001	0.001
تجارة الجملة والمفرد والفنادق وما شابه	0.010	0.013	0.003	0	0	0.007	0.002	0	0.005
المال والتأمين	0	0	0	0	0.001	0	0.002	0.003	0
الخدمات	0	0.002	0	0	0.005	0	0.014	0.003	0.003
DBL	0.087	0.043	0.017	0.025	0.033	0.036	0.052	0.011	0.014
Rank	1	3	7	6	5	4	2	9	8

المصدر: من عمل الباحث بالاعتماد على مصفوفة المعاملات الفنية الصادرة من وزارة التخطيط العراقية، دائرة الحسابات القومية، 2020

من بيانات الجدول (2) والذي يوضح مصفوفة المعاملات الفنية لسنة 2020 حصدت القطاعات الرئيسة نتائج متباينة تمحورت بالقيم السالبة والتي تشير الى تردي الوضع الاقتصادي لهذه القطاعات فمثلا قيمة قطاع الزراعة والغابات والصيد بلغت (0.061) اما (DBL) الخاصة به بلغت (0.087) وهي اعلى نسبة عن باقي القطاعات الاقتصادية وكما ذكرنا فهو امر طبيعي لأن القطاع الزراعي يأخذ من جميع القطاعات الاقتصادية الاخرى اما المرتبة الثانية فكانت من نصيب قطاع تجارة الجملة والمفرد والفنادق اذ بلغت ترابطاته الخلفية المباشرة (0.052) اما في المرتبة الثالثة فقد حازت الترابطات الخلفية المباشرة لقطاع التعدين والمقالع على (0.043) واما المرتبة الاخيرة فكانت من نصيب قطاع المال والتأمين اذ بلغت ال (DBL) الخاصة به نحو (0.011) ويعود السبب

3.7 استخراج المضاعفات القطاعية (Cij) لعام 2020

من اجل استخراج المضاعفات القطاعية لسنة 2020 في بادئ الامر سنعمد على مصفوفة المعاملات الفنية وذلك لغرض استخراج مصفوفة (I-A) لسنة 2020 اذ نقوم بطرح مصفوفة المعاملات الفنية من مصفوفة الوحدة وبعد استخراج مصفوفة (I-A) يمكن من خلالها استخراج مصفوفة المضاعفات القطاعية (Cij) والتي تعبر كذلك عن الترابطات الخلفية غير المباشرة (Indirect back (linkages) اي (IDBL) ويكون استخراجها عن طريق معكوس المصفوفة اي معكوس مصفوفة $(I-A)^{-1}$ وبذلك نستطيع استخراج مصفوفة Cij اذ ان الغاية من حساب هذه المصفوفة هو لإعطائنا المضاعفات على مستوى كل قطاع بالنسبة للقطاعات الاخرى وحسب الجدول التالي:

جدول (3) مصفوفة الترابطات الخلفية غير المباشرة (مصفوفة المضاعفات Cij) (IDBL) لسنة 2020

Cij	الزراعة والغابات والصيد	التعدين والمقالع	الصناعات التحويلية	الكهرباء والماء	التشييد والبناء	النقل والمواصلات	تجارة الجملة والمفرد والفنادق وما شابه	المال والتأمين	الخدمات
الزراعة والغابات والصيد	1.065	0	0.0045	0.0001	0.0001	0.0002	0.0001	0	0
التعدين والمقالع	0	0.9999	-0.0069	-0.0044	-0.0008	-0.0002	-0.0001	0	0
الصناعة التحويلية	0.0054	0.0084	1.0045	0.0264	0.0216	0.0285	0.0141	0.0008	0.0049
الكهرباء والماء	0.0016	0.0102	0.0101	1.0024	0.001	0.0009	0.0125	0.0039	0.0009
البناء والتشييد	0	-0.0002	0	-0.0001	1	-0.0001	-0.0019	-0.0003	-0.0001
النقل والمواصلات والخرن	0.0108	0.0111	0.002	0.0005	0.0059	1.0002	0.0104	0.0006	0.0008
تجارة الجملة والمفرد والفنادق وما شابه	0.0112	0.013	0.0031	0.0003	0.0001	0.0072	1.0024	0.0002	0.0047
المال والتأمين	0	0.0002	0	0	0.0007	0	0.002	1.0034	0
القطاعات الخدمية	0.0002	0.0022	0.0003	0.0004	0.0048	0.0005	0.0138	0.0026	1.003
IDBL	1.0942	1.0448	1.0176	1.0256	1.0334	1.0372	1.0532	1.0111	1.0142
Rank	1	3	7	6	5	4	2	9	8

المصدر: من عمل الباحث بالاعتماد على مصفوفة المعاملات الفنية الصادرة من وزارة التخطيط العراقية، دائرة الحسابات القومية، 2020

من الجدول (3) يلاحظ ان عنصر $C_{23} (-0.0069)$ وهذه القيمة تمثل مقدار ما يتضاعف به ناتج القطاع الثاني (قطاع التعدين والمقالع) بسبب التغير في الطلب على منتجات القطاع الثالث (قطاع الصناعة التحويلية) ويلاحظ ان مقدار التضاعف هو بالقيمة السالبة وهو ما معناه ان التضاعف في هذا القطاع ليس بالنحو الجيد مقارنة بأغلب القطاعات الاخرى في حين ان قيمة العنصر C_{71} من عناصر المصفوفة قد بلغت (0.112) من مقدار المضاعف البسيط، وهو ما يعنيه ان مقدار القطاع السابع (قطاع تجارة الجملة والمفرد والفنادق) يتضاعف بسبب التغير الحاصل في الطلب على منتجات القطاع الاول (قطاع الزراعة والغابات والصيد) ويلاحظ ان قيمة هذا القطاع قيمة موجبة مما يعني ان المضاعف بالقيمة الموجبة وهو ما يدل على ان المضاعف البسيط للعنصرين من ضمن القطاعين يسير بنحو جيد اما الترابط الخلفي غير المباشر (IDBL) نلاحظ ان المرتبة الاولى كانت من نصيب قطاع الزراعة والغابات والصيد اذ بلغت حصيلته (1.094) كما موضح في

3.8 حساب نموذج المدخلات- المخرجات لسنة 2020

بالاطلاع على بيانات النموذج لعام 2020 ان هناك اختلاجات في اغلب القطاعات الاقتصادية فكما موضح من خلال جدول (4) اذ يتبين ان اعلى القطاعات الاقتصادية من حيث الطلب الكلي هو قطاع التعدين والمقالع اذ كانت نسبة الناتج المحلي الاجمالي اي (الطلب الكلي) لهذا القطاع تساوي (62,557,508.41) وحسب الجدول التالي

جدول (4) نموذج المدخلات- المخرجات

IOM 2020	الزراعة والغابات والصيد	التعدين والمقالع	الصناعات التحويلية	الكهرباء والماء	التشييد والبناء	النقل والمواصلات	تجارة الجملة والمفرد والفنادق وما شابه	المال والتأمين	الخدمات
الزراعة والغابات والصيد	18364 9.3629	0	25666. 30669	0	0	344.09 37056	0	0	0
التعدين والمقالع	0	0	- 41478. 46282	- 31000. 86798	- 4447.2 21109	0	0	0	0
الصناعات التحويلية	13869. 66177	475428 .9911	25223. 16009	19453 8.3111	15228 3.3556	23816 9.2597	57948. 32347	5439.1 45347	91643. 63623 9
الكهرباء والماء	3832.2 49953	620645 .2316	61088. 55893	16313. 13984	5248.0 60455	4019.8 45522	53494. 61534	31283. 91556	14931. 94562
التشييد والبناء	- 0.2258 9873	- 8549.0 54148	- 99.734 43141	- 589.63 35267	- 149.90 34543	- 575.36 20496	- 8417.6 15937	- 2392.6 18594	- 1840.7 08217
النقل والمواصلات	30115. 27396	685549 .4207	11799. 14133	3758.0 55245	41641. 51213	522.74 10964	44987. 49018	4370.3 18457	14841. 72732
تجارة الجملة والمفرد والفنادق وما شابه	31295. 22973	805322 .5701	18617. 65358	1678.2 88202	0	59343. 4911	9792.3 8621	1481.8 89551	89967. 58857
المال والتأمين	18.988 46789	9446.1 60374	48.939 19178	0	5158.5 95477	38.943 7025	8633.1 912	26867. 4967	0
الخدمات	57.597 5075	127759 .3947	1639.3 2394	2632.7 2109	34495. 0952	3602.0 78606	59643. 50859	20457. 9149	56225. 35107
Uj	26283 8.1384	271560 2.714	10250 4.8865	18733 0.0139	23422 9.4944	30546 5.0914	22608 1.8991	87508. 06193	26576 9.5367
Vj	2,748, 843.96	59,841, 905.69	5,952, 494.40	7,230, 518.38	6,922, 322.11	8,113, 419.09	4,125, 350.63	7,949, 228.25	19,015 ,025.3 8

Xj	3,011,682.10	62,557,508.41	6,054,999.28	7,417,848.40	7,156,551.61	8,418,884.19	4,351,432.53	8,036,736.31	19,280,794.92
									2

wi	(Ci)	(Ei)	(Mi)	F1=C+E	F-M	GDP (xi)	wi+(f-m)
209659.7	223202	571289.6	1287.3	2803309.69	2802022.	3,011,682.10	3011682.102
633	0	9	51		339		
-	112220	5141607	3678.1	62638113.1	6263443	62,557,508.41	62557508.4
76926.55	41	2.1	45		4.96		
191							
1254543.	308732	1713869.	735.62	4801191.07	4800455.	6,054,999.28	6054999.282
841	2	07	89		441		
810857.5	660864	0	1655.1	6608646	6606990.	7,417,848.40	7417848.398
628	6		65		835		
-	713050	51416.07	2758.6	7181925.07	7179166.	7,156,551.61	7156551.608
22614.85	9	21	08	2	464		
626							
837585.6	755475	28564.48	2022.9	7583321.48	7581298.	8,418,884.19	8418884.185
804	7	45	8	5	505		
1017499.	259291	742676.5	1655.1	3335588.59	3333933.	4,351,432.53	4351432.529
097	2	97	65	7	432		
50212.31	713050	856934.5	919.53	7987443.53	7986523.	8,036,736.31	8036736.314
511	9	35	61	5	999		
306512.9	172640	1713869.	3678.1	18977960.0	1897428	19,280,794.92	19280794.91
856	91	07	45	7	1.93		
4387329.						126,286,437.74	
837							
12189910							
7.9							
12628643					GNP=	248185545.6	
7.7							

المصدر: وزارة التخطيط العراقية، الجهاز المركزي للإحصاء والابحاث، الحسابات القومية، التقرير السنوي، 2020

من بيانات الجدول (4) نلاحظ ان ادنى مستوى قد حققها قطاع الزراعة والغابات والصيد اذ بلغت نسبته (3,011,682.10) اما بقية القطاعات فقد تراوحت نسبتهن من قطاع آخر حسب اهميته ومساهمته في الناتج المحلي الاجمالي وبذلك بلغت نتيجة الناتج القومي الاجمالي GNP نحو (248,185,545.6) ويمكن ملاحظة ان التشابكات القطاعية وكذلك حجم الانفاق العام اختلفت من قطاع لآخر وبشكل ملحوظ اذ حاز قطاع الخدمات على اعلى انفاق مسجلا قيمة قدرها (17,264,091) اما اقل انفاق قطاعي فقد كان من نصيب قطاع الزراعة والغابات والصيد اذ بلغت قيمته (2,232,020) اما الصادرات فقد حاز قطاع التعدين والمقالع اي القطاع

النفطي وكما هو معروف دائما في الاقتصاد العراقي على اعلی نسبة من قيمة الصادرات السنوية اذ بلغت قيمتها (51416072.1) اما اقل نسبة للصادرات السنوية فقد كانت من نصيب قطاع الكهرباء والماء اذ لم يتم تصدير اي شيء من هذا القطاع لضعف هذا القطاع في الاقتصاد العراقي لاسيما في عام 2020. اما فيما يخص الاستيرادات فالاقتصاد العراقي اقتصادا ناميا اذ ينخفض فيه الانتاج وترتفع فيه الاستيرادات، لذا فان اعلی استيراد قطاعي هي من نصيب قطاع التعدين والمقالع وقطاع الخدمات اذ بلغت نسبة استيراداتها (3678.145) اما اقل نسبة استيراد فقد كانت من نصيب قطاع الصناعة التحويلية اذ بلغت (735.6289) من نسب الاستيرادات القطاعية ، ويعود السبب لكون قطاع الصناعة في العراق قطاعا متناميا ويحتاج للمزيد من البنى التحتية للتأقلم مع الواقع على الصعيد الوطني.

4. الاستنتاجات

- 1- من خلال بيانات الجداول التي تم اعدادها في عام 2020 تبين ان الاقتصاد العراقي يتميز بتشابكات قطاعية بسيطة اذ يلاحظ الفرق الكبير من خلال ترابطاتها الخلفية والتي تنسم بالضعف.
- 2- من خلال تحليل الارتباطات الكلية (المباشرة وغير المباشرة) بين القطاعات الاقتصادية تبين ان القطاعات الاقتصادية في العراق تميل نحو تلبية الطلب النهائي وليس الوسيط وذلك لضعف التشابكات القطاعية في الاقتصاد وهذا ما تبينه قيم الارتباطات الخلفية والامامية.
- 3- عدم وجود قطاع اقتصادي قائد في الاقتصاد العراقي وذلك لعدم امتلاك اي من القطاعات اكبر قوة ربط امامية وخلفية في الوقت نفسه فقد كان الترابط الامامي المباشر وغير المباشر لسنة 2020 على السواء من نصيب قطاع تجارة الجملة والمفرد.
- 4- هنالك ضعف في الترابطات الامامية والخلفية سواء المباشرة او غير المباشرة لقطاع التعدين (النفط) على الرغم من كبر حجم مساهمته في الناتج المحلي الاجمالي، وهذا يدل على انه قطاع معزول عن باقي القطاعات كونه مملوك للحكومة وجميع إيراداته تذهب الى خزانة الدولة.

5. التوصيات

- 1- على الحكومة العراقية ان تقوم بزيادة الخطط والبرامج الاقتصادية للمستقبل والتركيز على الصناعات التي تستخدم مواد اولية محلية اذ انها ستؤدي الى زيادة قوة التشابكات القطاعية داخل الاقتصاد ومما يؤثر بشكل ايجابي للأغلب البرامج الاقتصادية والتنموية.
- 2- من خلال ملاحظة الاقتصاد العراقي وكونه اقتصاد ريعي احادي الجانب وهذا ما يجعله عرضه لتهديد اي ازمة خارجية لذا يجب الاهتمام بالقطاعات الاقتصادية الحيوية .
- 3- الاعتماد على القطاع الزراعي والصناعي بشكل كبير ومحاولة خلق روابط امامية وخلفية كبيرة بين هذين القطاعين مع بقية القطاعات الاقتصادية وبالأخص قطاع الصناعة التحويلية وعدم الاعتماد المفرط على القطاع النفطي كما هو الحال الان وهذا ما سيساعد على اقتصاد قوي وأمن.

المراجع

- الكتب
- 1- الجواني، مناضل ، الاقتصاد الرياضي، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009
- 2- الحموي، علي مجيد ، التشابك الاقتصادي بين النظرية والتطبيق، دار البازوري للنشر، عمان، 2011
- 3- الدين، عدنان كريم نجم ، الاقتصاد الرياضي مدخل كمي تحليلي، ط3، دار وائل للنشر ، عمان، 2009
- 4- المقرري، عامر الفيتوري، مراد زكي موسى، اساسيات الاقتصاد الرياضي، ط1، منشورات جامعة الفاتح، طرابلس، 1998
- 5- حسن ، سهير محمد السيد ، الاقتصاد المالي، كلية التجارة، جامعة المنوفية، 2002

- 6- سعيد، عفاف عبد الجبار، مجيد علي حسين، الاقتصاد الرياضي، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2000
- 7- شيانج، الفا، الطرق الاساسية في الاقتصاد الرياضي، ترجمة: نعمة الله نجيب ابراهيم وآخرون، دار المريخ للنشر، الرياض، 1995، ص198-199
- البحوث والدراسات
- 8- السعدي، صبري زاير، معايير التنوع الاقتصادي الهيكلي في اقتصادات الربيع النفطي (حالة السعودية)، مجلة المستقبل العربي، (م40؛ ع464)، 2017
- 9- عقراوي، زكي متي سليم، شهلة عبد الرزاق بشير، دراسة تشابك الغابات مع القطاعات الاقتصادية في كل من ويلز وكندا باستخدام اسلوب المستخدم/ المنتج، مجلة زراعة الرافدين، (م35؛ ع4)، 2007
- 10- فارس، ناجي ساري، واقع وآفاق القطاع الصناعي في العراق، مجلة الاقتصادي الخليجي، العدد 36، جامعة البصرة، 2018
- 11- كامل، مصطفى، منتهى زهير محسن، قياس مستوى البطالة في العراق باستخدام جداول المستخدم- المنتج لعام 2010، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية، (المجلد23؛ العدد96)، 2017
- 12- محمد باليزيد، نموذج ليونتيف، الحوار المتمدن، العدد 4003، 2013
- 13- محمد، عبد الكريم عبد الله، باسم عبد الهادي حسن، فاعلية سياسة الانفاق العام في العراق للمدة (2003-2013)، مجلة الكوت للعلوم الاقتصادية والادارية، العدد23، جامعة واسط، 2016

- التقارير والنشرات

- 14- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء، جداول المدخلات والمخرجات لعام 2010-2011 في اطار نظام الحسابات القومية، جمهورية مصر العربية، 2014
- 15- وزارة التخطيط العراقية، الجهاز المركزي للاحصاء والابحاث، الحسابات القومية، التقرير السنوي، 2020

- المراجع الاجنبية

- 16- Metwally, M.M, lectures in quantitative method, University of Wollongong ,Australia, 2006
- 17- Miller, R. and Blair, P: Input-Output Analysis - Foundations and Extensions, Prentice-Hall, Inc., New Jersey, 1985
- 18- Wassily Leontief, input-output economics, second edition Oxford University press, 1986

تقويم الأداء الاجتماعي والبيئي للوحدات الاقتصادية في ظل متطلبات التنمية المستدامة
دراسة تطبيقية في مصانع الزيوت النباتية

Evaluating The Social And Environmental Performance Of Economic Entity under The Requirements Of Sustainable Development A Practical Study In Vegetable Oil Factories

أ.د. جليلة عدان حليhel

Jalelah Edan Hulaihel

Dr.Jalelah-althahaby@yahoo.com

كلية اقتصاديات الاعمال/ جامعة النهرين

College of Business Economic

Al-Nahrain University

سجي محمد سلمان

Saja Mohamed Salman

Sajawyeco@gmail.com

كلية اقتصاديات الاعمال/ جامعة النهرين

College of Business Economic

AL-Nahrain University

المستخلص :

تواجه الوحدات الاقتصادية العديد من الضغوطات بسبب التغيرات السريعة لبيئة الاعمال الحديثة مما يتطلب من تلك الوحدات ان تقوم أدائها بنظرة اكثر شمولية ، اذ ينبغي ان يكون تقييمها للأداء شاملا لجميع نواحي أنشطتها بما فيها الأنشطة الاجتماعية والبيئية وان لا يكون مقتصرًا على الأداء المالي وذلك لتركيز الأداء المالي على المقاييس التقليدية التي لم تعد كافية لمواكبة التغيرات في بيئة الاعمال المعاصرة ، اذ اصبح التركيز في الوقت الحالي على الوحدات الاقتصادية التي تراعي وتهتم بالأداء الاجتماعي والبيئي وأصبحت الوحدات الاقتصادية تواجه صعوبات كبيرة متعلقة بتحديد وقياس التكاليف البيئية والاجتماعية و يرى البعض ان الاهتمام بالتكاليف البيئية والاجتماعية حديثة العهد وخصوصا ان الكثير من الوحدات الاقتصادية في السابق لم تفكر في التلوث التي قد تسببه للبيئة المحيطة بها وأيضا لم يكن هناك اهتمام كافي من قبلها بالجوانب الاجتماعية والعمل على خدمة المجتمع وكذلك ازداد اهتمام المستثمرين في الحصول على المعلومات التي تغطي الجوانب البيئية والاجتماعية لأنها تؤثر على قراراتهم الاستثمارية المستقبلية وان للأداء الاجتماعي والبيئي تأثير إيجابي على تحقيق التنمية المستدامة ولاسيما بعد ما احتلت التنمية المستدامة حيزا كبيرا على صعيد الاقتصاد العالمي وان بداية القرن الحالي شهد زيادة كبيرة في المشروعات التنموية في دول العالم الثالث بالإضافة الى باقي دول العالم ، ونجد ان التنمية هدف سعيته الى تحقيقه كل الدول والمجتمعات سواء كانت نامية ام متطورة حيث بدأت بعض الدول في أعاده تشكيل نظامها الاقتصادي لتحقيق نتائج إيجابية فيما يتعلق بالتنمية المستدامة وذلك لان التنمية هي تغيير الأوضاع السائدة نحو الأفضل وان التنمية المستدامة تعد ناتجا للتحسين المستمر في الأداء الاقتصادي البيئي والاجتماعي للوحدات الاقتصادية ، ومن خلال هذا البحث سوف نقوم بتسليط الضوء على تقويم الأداء الاجتماعي والبيئي في ظل متطلبات التنمية المستدامة .

الكلمات المفتاحية : الأداء الاجتماعي ، الأداء البيئي ، التنمية المستدامة

Abstract

The economic entity faced many pressures because of the fast changes in the modern business environment than requires these entity the evaluation of its performance is amore comprehensive view where should cover Social Performance And Environmental Performance rather than limiting it to economic Performance despite its importance it is limited to traditional standards and it is not enough to faced changes in the modern business environment , now focus started on entity that importance Social Performance And Environmental Performance economic entity are facing great difficulties related to the limited and measurement of environmental and social costs previously there was not enough interest from economic entity in environmental and social costs as well as the increased interest of investors in obtaining information that covers environmental and social aspects because it affects their future decisions the social and environmental performance has appositve impact on achieving sustainable development especially after sustainable development occupied a large space at the global level the beginning of this century witnessed a significant increase in sustainable projects in third world countries as well as the rest of the world we find that sustainable is a goal that all countries and societies have sought to achieve sustainable where some countries began to reshape their economic system to achieve positive result in terms of sustainable development this is because development is changing the prevailing conditions for the better and sustainable development is the result of continuous improvement Through this paper we will try to shed light on

1. المقدمة :

ظهر مفهوم الأداء الاجتماعي والأداء البيئي نتيجة لزيادة الوعي وتطور الأفكار لدى الوحدات الاقتصادية التي اهتمت بحماية المجتمع وخدمته وأيضا اهتمت بحماية البيئة والموارد الطبيعية اذ تشير المسؤولية الاجتماعية الى الدور الذي من المفترض ان تؤديه الوحدة اتجاه المجتمع حيث بدأت هذه الوحدات الاقتصادية بمواجهة ظروف ومفاهيم جديدة ووعيا اجتماعيا وبيئيا من اجل استمرارها وديمومها بقائها اذ أصبحت مشكلة التلوث البيئي وحماية البيئة وخدمة المجتمع هي مصدر اهتمام الكثير من الباحثين والاكاديميين والمختصين والإعلاميين والاداريين ومن اجل ذلك سارعت الكثير من الدول بإصدار القوانين والأحكام التي تهتم بحماية البيئة من اخطار التلوث التي قد تسببه الوحدات الاقتصادية وان تكون هذه الوحدات ملزمة بمتطلبات المجتمع وتلبية احتياجاته وان للأداء البيئي والاجتماعي دور كبير واهميه بالغة في دعم التنمية المستدامة وتعتمد المؤسسات التي تسعى الى تحقيق التنمية المستدامة على عدة مؤشرات اجتماعية وبيئية تساعد على قياس ادائها الاجتماعي والبيئي ، اذ تعد التنمية المستدامة من المفاهيم التي حظيت بالاهتمام الكبير سواء من الناحية الاقتصادية او الاجتماعية او البيئية وان التنمية المستدامة نمط تنموي يسعى الى تحقيق الرفاهية الاجتماعية وحماية البيئة المحيطة بالوحدات الاقتصادية من خطر التلوث ومن خلال هذه الورقة البحثية سوف نتناول دور الأداء الاجتماعي والبيئي في تحقيق التنمية المستدامة من خلال ست محاور حيث يضم المحور الأول منهجية البحث والمحور الثاني مدخل نظري عن الأداء الاجتماعي والبيئي اما المحور الثالث سيتناول التنمية المستدامة ومتطلباتها وابعادها والمحور الرابع سيتناول مؤشرات الأداء الاجتماعي والبيئي وفقا لمتطلبات التنمية المستدامة اما المحور الخامس يتناول التطبيق العملي في مصانع الزيوت النباتية واخيرا المحور السادس سيتضمن اهم الاستنتاجات والتوصيات .

2. منهجية البحث

1-2 مشكلة البحث :

يعد الأداء الاجتماعي والبيئي احد المحاور الرئيسية في أداء الوحدات الاقتصادية الا انه لا يلقى الاهتمام الكافي من قبل هذه الوحدات كما ان هناك اغفال لدورهما في تحقيق التنمية المستدامة ويمكن ان نلخص مشكلة البحث بالتساؤل الاتي :-
ما هو الدور الذي يلعبه تقويم الأداء الاجتماعي والبيئي في ظل متطلبات التنمية المستدامة ؟

2-2 أهمية البحث :

تتجسد أهمية البحث من أهمية الأداء الاجتماعي والبيئي للوحدات الاقتصادية وان التزام الوحدات بالأداء الاجتماعي يؤدي الى الارتقاء في خدمة المجتمع والتكافل الاجتماعي بين طبقات المجتمع المختلفة وأيضا زيادة الاهتمام بحماية البيئة من خطر التلوث البيئي الناجم من ممارسة الاعمال الإنتاجية لتلك الوحدات ، وان أهمية التنمية المستدامة تنبع من ضرورة الاعتراف بان البشرية يجب ان تتعايش ضمن حدود الموارد المتاحة ومحددات طاقتها ولاسيما بعد ازدياد العمليات التي الحققت الضرر في البيئة بشكل كبير وادت الى ارتفاع درجة التلوث البيئي ، فقد أدت عمليات التوسع الإنتاجي خاصة الصناعي في دول العالم المتقدم الى زيادة الطلب على الموارد الطبيعية وارتفاع كمية الملوثات المطروحة منها .

3-2 هدف البحث :

يهدف البحث الى بيان الدور الذي يلعبه الأداء الاجتماعي والبيئي في تحقيق متطلبات التنمية المستدامة لذا فإن هذا البحث يهدف الى تقويم هذين الأداءين من خلال استعمال مجموعة من المؤشرات لبيان درجة الفاعلية والكفاءة لعينة البحث (مصانع الزيوت النباتية) .

4-2 فرضية البحث :

يقوم البحث على فرضية رئيسة مفادها ان هنالك دور للأداء الاجتماعي والبيئي في تحقيق متطلبات التنمية المستدامة .

5-2 مجتمع البحث وعينة البحث :

يتمثل مجتمع البحث بالشركة العامة للمنتوجات الغذائية اما عينة البحث فتمثل بمصانع الزيوت النباتية اذ تم اختيار مصانع الزيوت النباتية عينة البحث والتي تعد احد تخصصات شركات القطاع العام وذلك لدور هذه المصانع الكبير في تقديم المنتجات ذات المساس المباشر بحاجة المجتمع ، اذ تعمل بصورة دؤوبة ومستمرة على مواكبة التطورات الحديثة في مجال الصناعة وتمتلك خبرة فنية عالية وعريقة .

6-2 حدود البحث :

الحدود الزمانية : تتمثل الحدود الزمانية بالسنوات (2017، 2018)

المبحث الاول

3- مدخل في تقويم الأداء الاجتماعي والبيئي

1-3 تعريف ومفهوم تقويم الأداء الاجتماعي والبيئي :

يعرف الأداء على انه مجموع الرضا في كل ما يتعلق بالجوانب المالية وغير المالية للمنشأة من الأطراف المكونة للوحدة والمتضمنة الثقة في قدرات الوحدة الاقتصادية على انتاج هذا الرضا بشكل دائم فالوحدة التي تتميز بأداء جيد هي التي من اهم مميزاتها الاستثمار الدائم لزبائنها ، لعمالها ، لمنتجاتها ، ومهامها . (الداوي ، 2009: 218) ويشير Baird استنادا الى أساليب الحصول على النتيجة ان الأداء هو الفعل الذي تم القيام به من خلال العديد من المكونات ، وليس النتيجة التي تظهر خلال مرحلة ما من الزمن (Baird,2012:2) .

وان الأداء هو درجة تحقيق النتائج المرجوة للوحدة ويتم تقييم هذه النتائج على أساس معايير و مؤشرات مختلفة ، وقد يكون المعيار أداء سابق او مرغوبا فيه او أداء وحدات أخرى (Québec,2013:15) . ويرى (كاظم،2015: 50) هو انجاز مهام وتأدية أنشطة خاصة بالوحدة الاقتصادية او القيام بعمل معين بمعنى القيام بفعل معين يؤدي الى تحقيق الأهداف المطلوبة.

ومن وجهة نظر الباحثة يعرف الأداء هو درجة تحقيق الفرد لما هو مطلوب منه . ويعرف تقويم الأداء على انه العملية التي بواسطتها تقدم الإدارة وبجميع مستوياتها المعلومات عن أداء الأنشطة داخل الوحدة الاقتصادية ومن خلال تلك المعلومات يمكن الحكم على الأداء بواسطة المعايير الموجودة في الموازنات والخطط والاهداف (blocher et,al,2010,801)

وتعرف على انها عملية قياس إنجازات الوحدة التي تحققت فعلا باستخدام المؤشرات الكمية بالإضافة الى معلومات حقيقية تعبر عن النتائج الفعلية للوحدة او احدى وظائفها تسمح المقارنة بينهما بإصدار احكام تقييمية بشأن أداء الوحدة او احدى وظائفها (الأنظمة الفرعية) (إبراهيم ، 2013 : 348)

اما الأداء الاجتماعي فيعرف بانه الترجمة الفعالة للأهداف الاجتماعية لوحدة اقتصادية ما الى العمل وفقا للقيم الاجتماعية السائدة والمتعارف عليها (هاشم واخرون ، 2007 ، 3) .

كما يعرفه (عمر وعبدالرزاق ، 2013 : 10) تحويل الرسالة الاجتماعية لوحدة اقتصادية ما الى حقيقة واقعة تتماشى مع القيم الاجتماعية لخدمة اكبر عدد من افراد المجتمع وبالأخص الفقراء منهم وكذلك تحسين جودة وملائمة الخدمات المالية ، وخلق مزايا للعملاء ، وتحسين المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات ويهتم الأداء الاجتماعي بالكيفية التي تدير بها الوحدات الاقتصادية الاثار المترتبة لأعمالها على المجتمعات والمجموعات التي تعمل ضمن نطاقها وقد تكون هذه الاثار سلبية ام ايجابية ولذلك فإن الأسلوب الذي تدير به الوحدة الاقتصادية هذه الاثار يؤثر على رفاهية الجيران المقيمين في المنطقة وفي نهاية الامر يؤثر حتى على اعمالها .

ويقصد به أيضا بانه نجاح منظمة الاعمال في تحقيق أهدافها الاجتماعية الموضوعية والتي تم تحديدها مسبقا وينقسم الأداء الاجتماعي الى قسمين الأداء الاجتماعي الداخلي والأداء الاجتماعي الخارجي فيرتبط الأداء الداخلي بالمالكين والعاملين اما الأداء الخارجي فنعني به الأداء اتجاه الزبائن ، والأداء اتجاه المجتمع المحلي ، واتجاه الحكومة ، والأداء اتجاه ذوي الاحتياجات الخاصة (كواشي ، 2013 ، 174-173)

وان المحاسبة عن المسؤولية الاجتماعية تعتبر احدث مراحل التطور المحاسبي حيث أصبحت الوحدات مسؤولة عن التلوث البيئي الناتج من الأنشطة والاعمال التي تقوم بها بالإضافة الى مسؤولياتها عن رفاهية العاملين لديها وحماية العملاء وذلك من خلال تحسين جودة الخدمات المقدمة ، وان سبب نشوء هذا التطور الحديث نتيجة للزيادة المفرط في حجم وقرارات الوحدات التي لها تأثيرات مالية واقتصادية واجتماعية واسعة النطاق (عبد الاوي ، 2015 ، 10)

ويعرفها مجلس الاعمال العالمي للتنمية المستدامة (WBCSD) فقد عرفها على انها الاستثمار في التزام الوحدة الاقتصادية بالتصرف ادبيا والمساهمة في التنمية المستدامة والحفاظ على البيئة المحيطة بها وتحسين حياه العاملين وعوائلهم بصورة شاملة , (Rossi , 2007 , 27)

اما الأداء البيئي فهو النتيجة النهائية لنشاط وحدة اقتصادية ما ، لذلك فهو يعبر عن قدرة الوحدة الاقتصادية على استخدام مواردها المالية والبشرية والتكنولوجية والمعرفية بالصورة التي تجعلها قادرة على تحقيق أهدافها (الكساسبة ، 2011 ، 27) ويعرف الأداء البيئي حسب معيار الايزو 14031 : بانه النتائج الكمية التي تكون قابلة للقياس لنظام الإدارة البيئية ذات العلاقة بالأبعاد البيئية والتي تم وضعها على أساس السياسة والاهداف للوحدة الاقتصادية (lyasmine , 2012 , 83)

ويعرف أيضا بأنه مقدار الموارد التي تستخدمها الوحدات الاقتصادية أثناء عملياتها مثل الطاقة ، الأرض ، المياه ، والنشاطات التي يسببها لمنتج مثل الهدر وانبعث الغازات والمخلفات وغيرها وان البعد البيئي يظهر بوضوح في مفهوم استدامة الشركات وتحاول الوحدات الاقتصادية الناجحة الاهتمام بالأدوات التي تحقق مقياس جيد لأدائها البيئي (عبدالرضا و مصطفى ، 2017 : 2025) ويعرف أيضا على انه نشاط نتيجة للأعمال الحيوية وغير الحيوية (الجوانب البيئية) التي تنشأ نتيجة لأعمال الوحدة الاقتصادية خلال فترة زمنية معينة والتي تؤثر بشكل مباشر او غير مباشر على الكائنات الحية والمجتمع الايكولوجي او على تعايشهما فضلا عن الأثر التي تنشأ بسبب تفاعلها (حفاوي ، 2018 ، 26)

اما تقويم الأداء البيئي فيعرف وفقا لمعيار الايزو على انه منهج يسهل قرارات الإدارة بخصوص الأداء البيئي للوحدة الاقتصادية باختيار المؤشرات وجمع وتحليل البيانات وتقييم المعلومات واعداد التقارير والفحص الدوري وفي النهاية تطوير المنتج (الوافي ، 2012 : 124)

والبعض يرى بأنه عملية تتبلور في صورة مجموعة من المؤشرات تعكس مدى الفاعلية البيئية للوحدة الاقتصادية من ناحية تحقيق الأهداف والسياسات التي تم تحديدها مسبقا . (محجوبي و مخلفي ، 2016 : 75)

وقد زاد الاهتمام بالإفصاح الاجتماعي والبيئي للأعمال وتأثيراته على المجتمع إذ أدت القضايا الاجتماعية والبيئية التي تتعلق بالأعمال الى قيام عدد من الوحدات بحساب وإدارة تأثير استدامتها بفاعلية وفي الأونة الأخير كان التركيز على التكامل الأخلاقي والاجتماعي والبيئي والاقتصادي او على قضايا الاستدامة ضمن تقارير الوحدات الاقتصادية وتمت الإشارة الى هذا بالمحصلة الثلاثية او اعداد تقارير الاستدامة ان التحرك باتجاه دمج هذه القضايا في التقارير واضح وذلك من خلال نشر تقارير استدامة مؤسسية أكثر شمولاً ومدعومة بإرشادات مثل تلك الخاصة بمبادرة الإبلاغ العالمية (Adams & frost , 2008 , 288) .

4- التنمية المستدامة ومتطلباتها وابعادها

شهدت بداية القرن الحالي زيادة كبيرة في المشروعات التنموية في دول العالم الثالث بالإضافة الى باقي دول العالم حيث نجد ان التنمية هدف سعيت الى تحقيقه كل الدول والمجتمعات سواء كانت نامية ام متطورة حيث بدأت بعض الدول في أعاده تشكيل نظامها الاقتصادي لتحقيق نتائج إيجابية فيما يتعلق بالتنمية المستدامة وذلك لان التنمية هي تغيير الأوضاع السائدة للأفضل من خلال حسن استغلال الموارد وترشيدها خاصة بعد تطور مفهوم التنمية من التنمية الاقتصادية الى التنمية المستدامة التي تستغل الموارد بطريقة رشيدة وعقلانية ، ونظرا لأهمية التنمية المستدامة في الوقت الراهن سوف يتم ذكرها وذكر أهميتها وأهدافها خلال هذا البحث .

1-4 مفهوم التنمية المستدامة

ان الاستدامة هي التنمية الاقتصادية التي تضع امامها النتائج البيئية التي تترتب على النشاط الاقتصادي والتي تكون قائمة على استعمال الموارد التي من الممكن استبدالها او تجديدها (Allaby,2005,612) .

الاستدامة هي التوازن بين اهداف الوحدة على المدى القصير وأهدافها على المدى الطويل في جميع الابعاد الثلاثة للأداء الاجتماعي والبيئي والاقتصادي (Blocher,et,al,2010:14) .

عرفها مجلس الاعمال العالمي للتنمية المستدامة (WBCSD) وهو ائتلاف يضم 170 شركة دولية ملتزمة بالتنمية المستدامة وتتنظر الى الاستدامة كمزيج من مفهومين اخرين الأول هو " الكفاءة البيئية " وهو مصطلح قد تمت صياغته سنة 1991 يربطون الاستدامة بالأداء المالي والبيئي لخلق المزيد من القيمة ذات التأثير الذي يكون أقل ضررا ويؤكد الائتلاف انه من الأفضل دعم التوجه نحو الاستدامة من خلال التركيز على هذه المفاهيم الى جانب استخدام الابتكار والتكنولوجيا وتصميم الأسواق وإدارة النظم البيئية ، اما الامين العام للأمم المتحدة (انان) فقد عرفها آنذاك ان الاستدامة بطريقة ما تركز على فوائدها بعيدا عن كونها عبئا بالتنمية المستدامة اقتصاديا تعمل على بناء الأسواق وخلق الوظائف ، واجتماعيا إنقاذ الناس وتخليصها من الفقر ، وسياسيا منح كل رجل وامرأة صوتا وخياراً في اتخاذ القرارات التي تناسب لمستقبلهم ، ويمكن تعريف التنمية المستدامة من حيث الاقتصاد الكلي على انها نهج للتخطيط وصنع القرار الذي يهدف الى السعي على الحد الحقيقي والدائم من الاختلافات الاجتماعية والاقتصادية فضلا عن حماية البيئة (Habek,2012:407) .

وعرفها (Alhaddi,2015:7) بانها توقعات لتحسين الأداء الاجتماعي والبيئي للجيل الحالي دون الحد من قدرة الأجيال المقبلة على تلبية الحاجات الاجتماعية والبيئية .

ومن خلال هذا الاستعراض لمفاهيم وتعريف الاستدامة تستخلص الباحثة ان معظم التعاريف من قبل تلك الهيئات والمنظمات والباحثين والكتاب اكدت على " أن المجتمع المستدام من خلال تعريف واحد هو مجتمع مستمر عبر الأجيال المختلفة أي العمل على تهيئة الظروف والمحافظة عليها بحيث يمكن أن يوجد بها الانسان والطبيعة معا في وئام مثمر ، أي بمعنى الترابط بين ابعادها الثلاثة من خلال تلبية المتطلبات الاجتماعية والبيئية والاقتصادية وغيرها لأجيال الحاضر والمستقبل ودمجها في جميع أنشطتها لكي تستطيع الاستمرار بأدائها المتميز وتحقق قيمة مستدامة لها ولأصحاب المصلحة .

وتعرف التنمية المستدامة ببئيا عند صدور تقرير الاتحاد العالمي للمحافظة على الموارد الطبيعية عام 1981 تحت عنوان الاستراتيجية الدولية للمحافظة على البيئة حيث تم للمرة الأولى وضع تعريف محدد وهو السبب الدائم لتطوير نوعية الحياة الإنسانية مع الاخذ بنظر الاعتبار قدرة النظام البيئي الذي يحتضن الحياه (أيوب ، 2006 ، 91-92) .
وان التنمية المستدامة تعد نتاجا للتحسين المستمر في الأداء الاقتصادي البيئي والاجتماعي للوحدات الاقتصادية (Staniškis & Arbačiauskas,2009:42) .

كما عرفها (عباس ،2010، 17) على انها صيانه واستدامة للموارد المتعددة في البيئة ، وتلبية لاحتياجات البشر الحاليين الاجتماعية والاقتصادية واداراتها بأرقى أنواع التكنولوجيا والعلم المتاحين مع ضمان استمرار الموارد لضمان رفاهية الأجيال القادمة.
ويرى Orboi التنمية المستدامة مفهوم معقد بدا من الاهتمام بالبيئة وفي الوقت المناسب تم تضمينه البعد الاقتصادي والبعد الاجتماعي ، في بداية الامر كانت التنمية المستدامة الحل اللازم للبيئة الناجمة عن الاستغلال الصناعي المفرط والواسع للموارد والتدهور البيئي المستمر وكان الهدف الرئيسي لها الحفاظ على جودة البيئة وحمايتها اما في الوقت الحاضر فمفهوم التنمية المستدامة يشمل أيضا جودة الحياه في كل من المنظور الاقتصادي والاجتماعي (Orboi , et,al ,2010:749).
كما يرى الجزائري ان استجابة الوحدات الاقتصادية للقضايا البيئية والاجتماعية إضافة الى القضايا الاقتصادية تعد من مهمة الإدارة الاستراتيجية فيها وان مساهمة الوحدات الاقتصادية في تحقيق التنمية المستدامة تعني تطبيق لاستراتيجيات الاستدامة والتي تقدم طرقا مفيدة من الناحية الاقتصادية وتتوافق بشكل فعال مع القضايا البيئية والاجتماعية في قراراتها بحث تصمم على فكرة تخفيض التكاليف او تعظيم الأرباح من خلال تخفيض الهدر والتلوث وبما يحقق الميزة التنافسية (الجزائري ، 2010: 62) .
كما تعرف بانها الاعمال التي تهدف الى استثمار الموارد البيئية بالقدر الذي يحقق التنمية المستدامة ويحد من التلوث ويطور الموارد الطبيعية بدل من استنزافها ومحاولة السيطرة عليها (الطويل ، 29،2015-30) .
ويرى (علي ، 2015: ص122) هي التنمية التي توفق بين التنمية البيئية والاقتصادية والاجتماعية فتنشأ دائرة صالحة بين الابعاد الثلاثة حيث تكون فعالة من الناحية الاقتصادية وعادلة من الناحية الاجتماعية وممكنة من الناحية البيئية .

4-2 متطلبات التنمية المستدامة

1) يتوجب إدخال مفهوم التنمية المستدامة في جدول أعمال جميع دول العالم، في ضوء استراتيجيات محددة ومستقبلية لطبيعة الأدوار والواجبات والمسؤوليات ، وحقوق الدول ضمن عدالة توزيع الموارد على المستوى العالمي، وعدم استغلال الفقراء والضعفاء وإذلالهم وممارسة الضغط والقهر عليهم، وزيادة الفجوة الابتكارية والتكنولوجية بينهم، وتشجيع الدول الفقيرة على رفع إمكانياتها المادية والتقنية وبيئة الإبداع المحيطة في هذه الدول على المدى البعيد والقريب، مع المحافظة على ديناميكية تكوين الموارد الطبيعية وتعددتها (دعيبس:2005، 300) .

2) من الضروري استخدام تكنولوجيا نظيفة لا تدمر البيئة وتستحدث بدائل للموارد الغير متجددة . (حماد ، 2014 : 18)
3) الحاجة إلى تغير في الفكر الإنمائي، وتطبيق استراتيجيات التنمية المتوافقة مع البيئة، من أجل استدامة الموارد وزيادة مستويات التنمية البشرية، كحاجة ضرورية في عالم متغير؛ بفعل ثورة الاتصالات والتقنيات الحديثة في عصر العولمة، التي تؤثر على اقتصاديات وثقافات الشعوب المختلفة، ونتيجة لزيادة وعي الإنسان بالبيئة كنظام مغلق بدأ بالتدهور من إسراره وتدخلاته الجائرة (مصطفى:2006، 443).

4) من اجل تحقيق التنمية المستدامة لأبد من العمل على حماية البيئة ، مع فرض بعض القيود على الدول في اختيار وتطبيق السياسات التنموية التي تحافظ على البيئة وتمنع تدهورها او القضاء عليها (NICO & FRIEDL , 2004 : P405)
5) يتطلب بناء خطط واستراتيجيات لتحقيق أهداف التنمية على المدى الزمني البعيد والقريب، مع المحافظة على تكوين هذه الموارد البيئية، ومراعاة عدم التذبذب في استخدامها واستنزافها من أجل استمرارها وتواصلها، الأمر الذي يتطلب سن تشريعات ملزم تنفيذها على الصعيد الوطني والإقليمي والعالمي، للوصول إلى التوازن البيئي الذي لن يكتمل إلا بتنمية القدرات البشرية في المجتمع القادر على تقبل استخدام التكنولوجيا المناسبة للواقع المجتمعي، وإلى تنظيم توجيه استخدام مواردها المجتمعية الأخرى، لتحقيق ديناميكية بين بناء الموارد والطبيعة في المجتمع وأنشطة وجهود الموارد البشرية (البيروني:2008، 217-218)
6) وتطبيق الأساليب الإدارية والمؤسسية في المجتمع الأكثر كفاءة وفعالية، في صنع وتوجيه السياسات والبرامج الاجتماعية والموارد البشرية للتفاعل مع الموارد الطبيعية، وذلك من خلال دعم وتشجيع المشاركة الشعبية والجهود غير الحكومية والمنظمات الأهلية، لمتابعة الخطط التنموية وتنفيذها وتقييمها لضمان تحقيق التنمية المستدامة (السروجي: 2009، 218) .

4-3 ابعاد التنمية المستدامة

ان التنمية المستدامة ومهمتها التي استهدفت رفاهية الأجيال الحالية والمستقبلية اخذت ابعادا بشكل أوسع مما كانت عليه التنمية الاقتصادية التي كانت تهدف الى تحقيق نمو اقتصادي لهذا اختلفت عناصر التنمية المستدامة عن تلك العناصر التي تم تطبيقها في مجالات التنمية الاقتصادية بالرغم تقارب بعض الأساليب التنموية إذ ان الهدف المشترك لكليهما هو تحقيق تنمية اقتصادية واجتماعية للأفراد والمجتمع .

وان للتنمية المستدامة ثلاثة ابعاد سيتم توضيحها بالشكل الاتي :

- (1) **البعد الاقتصادي** : لقد أدت التطورات البيئية في السنوات الأخيرة الى وجود فرعا جديدا من فروع العلوم الاقتصادية الا وهو (علم اقتصاد البيئة) الذي عرف بانه العلم الذي يقيس بمقاييس بيئية مختلفة الجوانب النظرية والمحاسبية والتحليلية للحياة الاقتصادية والاجتماعية ويهدف الى المحافظة على التوازن البيئي لضمان نمو مستداما ، فبالنسبة للدول المتقدمة تعني خفض عميق ومتواصل لاستهلاك الموارد الطبيعية
 - (2) **اجراء تحولات جذرية في الأنماط الحياتية السائدة** واقتناعها بتصدير نموذجها التنموي الصناعي الذي يحقق التوازن بين النمو الاقتصادي وبين النظام البيئي وكما ان تطبيق مبادئ التنمية المستدامة قد يستدعي تفعيل أدوات الاقتصاد البيئي حتى تتوافر أدوات اقتصادية جيدة تساعد على استهلاك موارد الحاضر ومراعاة مصالح المستقبل (بو عبدالله والسبتي ، 2009)
- ويركز البعد الاقتصادي على تحسين مستوى رفاهية الانسان عن طريق زيادة نصيبه في السلع والخدمات الضرورية وذلك من خلال توافر العناصر الاتية : (محاد، 2011: 42-43)

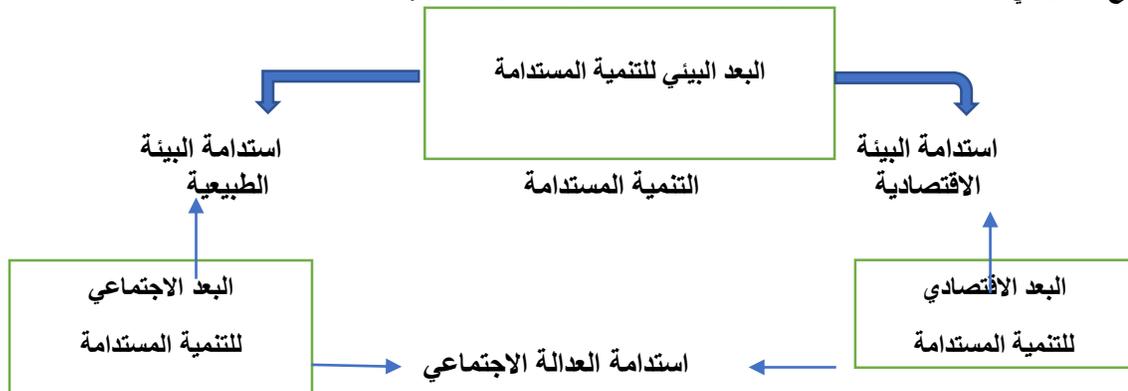
أ . عناصر الإنتاج الرئيسية وفي مقدمتها الاستقرار والمعرفة والتنظيم ورأس المال .
 ب. عنصر الكفاءة والفاعلية للأفراد والوحدات المعنية بتنفيذ البرامج والسياسات التنموية .
 ت. عنصر معدلات النمو الذي يجب زيادته في مختلف مجالات الإنتاج تمهيدا لزيادة معدل دخل الفرد وتنشيط العلاقة والتغذية الراجعة بين المدخلات والمخرجات .

(2) **البعد البيئي** : زاد الاعتماد في السنوات التي ظهرت فيها المشاكل البيئية لغرض الحفاظ على البيئة والاستخدام الأمثل الذي يسهم في بقاء الحياة الحيوانية والبشرية والنباتية ومحاولة عدم استنزافها او تلوثها وتحقيق التوازن البيئي على أساس مستديم والتنبؤ لما قد يحدث للنظم الايكولوجية من جراء التنمية للاحتياط والوقاية ، وضرورة القضاء على الفقر وتحسين في مستوى الدخل ليس فقط من منظور العدالة الاجتماعية وانما من منظور حماية البيئة أيضا ولذلك لا بد من الاهتمام بالعناصر الاتية لتحقيق ذلك ،

ا. الثروات والمواد التي تم اكتشافها والمخزونة من الطاقة بأنواعها وبمختلف مواردها سواء كانت ناضبة ام قابلة لتجدد الى جانب التنوع البيولوجي والمتمثل في البشر والنباتات والحيوانات والمشاكل البيئية مثل التخلص من النفايات بكل أنواعها والتدهور البيئي للسواحل ومشكلة التلوث التي تتعرض له البيئة بكل مكوناتها ، وبالأخص الأرض والمياه والهواء وكل شيء يحيط بالإنسان بالفضاء الخارجي ومن منبهات سواء كانت سمعية ام بصرية تؤدي الى اختلال التوازن على نوعية الحياة (الغامدي ، 2006 ، 10-11) .

ب. اختيار تقنيات و تكنولوجيا حديثة اكثر نظافة وكفاءة ولا تسبب الاضرار في البيئة ، او تخفف منها الى اقصى حد ممكن وتقوم على استخدام البدائل الممكنة والتي تعتمد على الموارد المتعددة والدائمة والترشيد في استهلاك الموارد الناضبة وأعادة استخدام الفضلات المتكاملة والمقاومة للأفات وإنتاج الغذاء وحفظه وتوفير المياه الصالحة للشرب والصناعات التي تقلل التلوث البيئي ومكافحة الكوارث البيئية الامر الذي يمكن من تلبية احتياجات الناس وتحسين أساليب حياتهم لاسيما في الدول النامية التي تحتاج الى تطور تكنولوجي ملائم لطبيعتها وامكانياتها (مصطفى ، 2005 ، 196) .

(3) **البعد الاجتماعي** : على الوحدات الاقتصادية ان لا تكتفي بالاستجابة الى المطالب المادية لعمالها ، طبقا لما تقتضيه القوانين التي تنظم علاقات العمل فقط ، بل عليها ايضا أن تقوم بتفجير طاقاتهم الكامنة و استغلال كفاءاتهم من خلال تشجيع روح المبادرة لديهم ، كما أنه يتوجب عليها كذلك أن تصغي لانشغالات المجتمعات السكنية المجاورة لوحدها الإنتاجية مع محاولة المساهمة في حل مشاكلها حسب إمكانياتها، لأن هذا سوف يلمع صورتها لدى المجتمع مما يعزز من قدراتها على التنافس . (صحراروي & عثمان ، 2017: 138) .
 ويوضح الشكل في ادناه الابعاد الثلاثة للتنمية المستدامة فضلا عن التداخل فيما بينها :



الشكل رقم (1) الابعاد الثلاثة للتنمية المستدامة

المصدر: بدوي، محمد عباس والبلتاجي ، يس محمد ، المحاسبة في مجال التنمية المستدامة بين النظرية والتطبيق ، المكتب الجامعي الحديث ، جمهورية مصر العربية ، 2013: 22 (بتصرف)

4-4 مؤشرات التنمية المستدامة :

مما سبق يتبين ان التنمية المستدامة هي تنمية تضم الابعاد الثلاثة (الاقتصادية والبيئية والاجتماعية) وعندما نقيس استدامة التنمية لابد ان نطور المؤشرات التي تغطي هذه الجوانب الثلاثة التي تتيح لمتخذي القرارات التنموية فيما اذا كانوا في الاتجاه الصحيح من خلال دلالات على ظواهر وأوضاع معيشة يدركها الفرد من خلال المشاهدة والمتابعة لمسألة من المسائل التي تستدعي الانتباه عن طريق المعيشة والمراقبة لها على ان تكون واضحة ودقيقة وممثلة ومنكاملة فيما بينها وقيمة المؤشر تتناسب مع مستوى مجال التنمية المستدامة والموازنة بين ابعادها المختلفة وبين الناحية النوعية والكمية عند اختيار المؤشر لتسهيل عملية جمع البيانات واستخدامها في الدراسات العلمية (الجوارنة ، 2009 ، 47-49) هذا وقد وافقت لجنة التنمية المستدامة للأمم المتحدة على نشر 134 مؤشر للتنمية المستدامة نشرته سنة 1966 في وثيقة عرفت باسم الكتاب الأزرق حيث نظم هذه المؤشرات مجموعة من القضايا التالية منها المساواة الاجتماعية والتعليم والصحة الامن والسكن والبحار والمياه والنقل والزراعة وغيرها . وفيما يلي شرحا مفصلا يتم فيه صياغة تطبيق المؤشرات من منظور الابعاد السابقة للتنمية المستدامة :

1) المؤشرات الاجتماعية : تشمل المؤشرات الاجتماعية للتنمية المستدامة العناصر الآتية :

أ. المساواة الاجتماعية : والتي تتضمن فرص التشغيل والخدمات العامة ومنها العدالة والصحة والتعليم اما المساواة فهي من اكثر قضايا التنمية المستدامة صعوبة في التحقق وقد تم اختيار مؤشرين اساسيين لقياس المساواة هما :-

الفقر : ويتم قياسه عن طريق نسبة السكان التي تعيش تحت مستوى خط الفقر ونسبة السكان العاطلين عن العمل حيث تتجاوز البطالة العالمية 200 مليون شخص (مؤتمر العمل الدولي ، 2013 ، 1)

المساواة في النوع الاجتماعي : وتقاس من خلال حساب مقارنة معدل اجر المرأة مع معدل اجر الرجل .

ب. الصحة العامة ونوعية الحياة وتقاس عن طريق التغذية ومعدل وفيات الأطفال دون سن الخامسة ووفيات حديثي الولادة الى جانب نسبة السكان اللذين لا يحصلون على مياه نظيفة وصرف صحي وخدمات صحية مع مراعاة عدد الأطباء والممرضين للمواطنين لاسيما الأطفال التي أعمارهم سنة واحدة ومحصنين تحصينا كاملا .

ج. التعليم ونراعي فيه معدل معرفة القراءة والكتابة بين البالغين ومقدار الانفاق على مراحل التعليم المختلفة كنسبة مئوية من الناتج القومي والاجمالي ومن الانفاق الحكومي (مصطفى ، 2006 ، 454 – 455) .

ح . السكن والامن : ان شروط الحياة وخاصة في المدن الكبيرة تتأثر دائما بالوضع الاقتصادي ونسبة نمو السكان والفقر والبطالة وكذلك سوء التخطيط العمراني والحضري وتقاس حاله السكن عن طريق مؤشر واحد الا وهو نسبة مساحة السقوف في الأبنية لكل شخص

اما بخصوص الامن فيتعلق بالامن الاجتماعي وحماية افراد المجتمع من الجرائم ويتم قياس الامن عن طريق عدد الجرائم التي يتم ارتكابها لكل مئة الف شخص من سكان الدولة .

خ . السكان : نلاحظ ان هناك علاقة عكسية بين كل من النمو السكاني والتنمية المستدامة فكلما زاد النمو السكاني في دولة معينة زادت استهلاك الموارد الطبيعية والتصنيع العشوائي والنمو الغير مستدام (مؤتمر العمل الدولي ، 2013 ، 1)

د . دعم دور المرأة الكبير في التنمية المستدامة باعتبارها محور التنمية وهي ضحية في ذات الوقت حتى وان كانت متهمه بعداء البيئة (قاسم ، 2007 ، 159)

2) المؤشرات البيئية : وتتضمن الآتي

أ. الغلاف الجوي الذي يندرج ضمن التغيير المناخي وتقب الأوزون ونوعية الهواء التي لها تأثيرات مباشرة على صحة الانسان وقد تكون هذه التأثيرات غير قابلة للانعكاس والتراجع نتيجة لمصادر الطاقة الملوثة واشعاع ثنائي أكسيد الكربون والعديد من الموارد والمركبات

الملوثة الأخرى التي تسببها المصانع ووسائل النقل وللغلاف الجوي ثلاث مؤشرات هي التغيير المناخي و نوعية الهواء وترقق طبقة الأوزون .

ب. من الضروري ان يكون هناك منهج متكامل لأداره الأنظمة البيئية والأراضي حيث تأخذ بنظر الاعتبار قدرة الأراضي على تزويد التنمية المستدامة بالموارد دون استنزافها وحماية الأرض من التدهور والتصحّر والتلوث وغيرها من الأشكال التي تؤثر على الموارد وان لاستخدام الأراضي مؤشرات أهمها (الغابات ، التصحر ، الزراعة ، البحار والمحيطات ومصادر الأسماك) (وردم ، 2003 ، 218-214) .

ت . المياه العذبة : يعد هذا العنصر من أكثر الموارد الطبيعية تعرضا للاستنزاف والتلوث ونجد كل الدول التي تتميز بقلة مصادر المياه في وضع اقتصادي واجتماعي صعب ، حيث تعتبر أنظمة المياه العذبة من أكثر الأنظمة البيئية هشاشة وتعرضا للتأثيرات السلبية كما ان اهم التحديات التي تواجه العالم اليوم هي إدارة الموارد المائية بشكل مستدام .

ج . لا تعتبر حماية التنوع الحيوي واجبا بيئيا و اخلاقيا فحسب لكنها أساسية في سبيل تامين التنمية المستدامة ، حيث ان الإقرار بالترابط الوثيق بين البيئة والتنمية ، وأيضا هناك ترابط أساسي بين العمليات الاقتصادية وفقدان او حماية التنوع الحيوي . (مؤتمر العمل الدولي ، 2013 ، 1)

(3) المؤشرات الاقتصادية : والتي تتضمن الاتي

ا. البيئة الاقتصادية : أن من أولويات قياس التنمية المستدامة هي العمل على تطوير المؤشرات الاقتصادية المستدامة التي لها علاقة مباشرة بالتنمية وتعكس طبيعة تأثير السياسات الاقتصادية على الموارد الطبيعية الى جانب ما قد تساهم به التحديات التي تضعها التجارة العالمية ، وزيادة معدلات الاستهلاك التي تعطي إحساسا لنمو اقتصادي كبير ، ولكنه في الواقع يخفي حقيقة التدهور البيئي والاجتماعي الى نسبة السياسات الاقتصادية الرأسمالية لذلك يتم وضع هذه المؤشرات (الأداء الاقتصادي ، التجارة والحالة المالية) . (وردم ، 2003 ، 219-218)

ب. أنماط الإنتاج والاستهلاك : ان العالم يتميز بسيادة النزعات الاستهلاكية في دول الشمال وانماط الإنتاج غير المستدامة التي تستنزف الموارد الطبيعية ويرى مختصون في البيئة ان القدرة الطبيعية للموارد ليس بإمكانها ان تدعم تلك الأنماط الإنتاجية والاستهلاكية فلا بد من تغيير في هذه الأنماط للمحافظة على تلك الموارد وضمان بقائها للأجيال القادمة ويقع الجزء الأكبر على عاتق الدول المتقدمة واهم هذه المؤشرات هي (استهلاك المادة ، استخدام الطاقة ، انتاج وإدارة النفايات) (مؤتمر العمل الدولي ، 2013 ، 1)

وفي الخاتمة لا يسعنا الا ان نذكر ان هناك علاقة متينة وطويلة المدى بين الانسان والطبيعة وان هذا المحور اكد ان التنمية المستدامة كتسويق بيئي واجتماعي تراعي الحاجات الإنسانية في الوقت الحالي دون المساس بحق الأجيال القادمة من الموارد وان هدف التنمية المستدامة الأساسي هو الانسان وكيف تسعى جاهدة على الاهتمام بصحته وتعليمه وسكنه وتحقيق المساواة والعدل ومحاولة التقليل من ظاهرة الفقر وأيضا تقوم بالحد ومواجهة المشكلات التي تسبب تلوثا بيئيا .

المبحث الثاني - مؤشرات الأداء الاجتماعي والبيئي وفقا لمتطلبات التنمية المستدامة

5 - مؤشرات الأداء الاجتماعي والبيئي

5-1 مؤشرات الأداء الاجتماعي

ان المؤشرات المالية أصبحت غير كافية وخصوصا في ظل التقدم الصناعي وان الوحدات الاقتصادية تعيش حاله معقدة نظرا لاحتياجات الزبائن والتي تتمثل بجودة مرتفعة مقابل كلفة منخفضة بالإضافة الى التنوع ووقت اقصر فضلا عن الضغوط الكبيرة من قبل الجهات المهتمة بالبيئة ونقابات العمال (Henri & Mars, 2008: 166) اذ تقوم هذه الوحدات بالوقت على صياغة اجتماعياتها من خلال الاهتمام بالميزة التنافسية التي تأتي عن طريق المحافظة على العلاقة بين الروابط الاقتصادية والمجتمع والمحافظة على ابعاد المسؤولية الاجتماعية لذلك يتطلب إعادة تصميم نظم الرقابة وربطها بالأهداف الاجتماعية للوحدات الاقتصادية لذلك نجد ان هناك زيادة الاهتمام بالمؤشرات الغير مالية (dess,eisner,2007,193) وتتضمن مؤشرات الأداء الاجتماعي الاتي :

أ. المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين : اذا كانت الوحدة الاقتصادية تهتم براس المال البشري فلا بد من التقديم لهم ما هو افضل

ذلك لان العاملين المهرة على المستوى الوطني والعالمي اصبحوا يركزون على عامل المسؤولية الاجتماعية من بين العوامل الأخرى ، حيث ان اكثر الناس يحبون العمل في الوحدات الاقتصادية التي تكون لديها سياسة اجتماعية وبيئية جيدة . (الغالبي والعامري ، 2005 : 81)

ب. المسؤولية اتجاه الزبائن : ان لهذه الشريحة أهمية كبيرة لدى الوحدات الاقتصادية لان وجودها يرتبط بإنتاج السلع والخدمات التي يتم استهلاكها من قبل الزبائن وان محاولة اقناعهم وطبيعة التعامل معهم باستهلاك منتجات معينة امر مهم وهو من مهام إدارة التسويق (فلاق ، 2019 ، 58) .

ت. المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة : لقد اعيد التركيز في ادبيات المسؤولية الاجتماعية فيما يخص الجوانب البيئية أن المسؤولية الاجتماعية تضم أنظمة البيئة المفروضة ذاتيا أي من ضمن فلسفة الوحدة الاقتصادية وتقريرها البيئية (نظام و شفيق ، 2006 : 81) وتتعكس المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة على ربحية الوحدة الاقتصادية وموقعها التنافسي بين الوحدات الأخرى ، وأشارت بعض الدراسات ان الاثار البيئية على الوضع المالي للوحدات الاقتصادية يختلف من قطاع الى اخر فالوحدة الاقتصادية التي يكون لها تأثير مباشر على البيئة وتعمل على معالجتها سيكون لها تأثير إيجابي على قيمة الوحدة الاقتصادية في حين ان الوحدة التي ليس لها تأثير على البيئة لا يمكن للاداء البيئي ان يحسن من قيمتها . (Yongyoon , 2014 : 909) .

ث. المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع : يعتبر المجتمع بالنسبة للوحدة الاقتصادية شريحة مهمة اذا تعمل على تجسيد مبادئ العلاقات معه وتعزيزها ، الامر الذي يتطلب منها مضاعفة النشاطات اتجاه المجتمع من خلال بذل المزيد من الرفاهية العامة والتي تشمل : دعم البنى التحتية ، انشاء الطرق والجسور ، الحد من مشكلة البطالة ، والدعم المتواصل للمراكز العلمية كمراكز البحوث والمستشفيات وغيرها (الغالبي والعامري ، 2005 : 81) وان التزام الوحدة الاقتصادية بالمسؤولية الاجتماعية أدى الى تحسين سمعتها على المدى البعيد الاجل الذي أدى بدوره الى زيادة المبيعات في المستقبل وزيادة الحصة السوقية (كشكول ، 2010 : 149) .

ج. اجمالي القيمة المضافة بسعر تكلفة عناصر الإنتاج .
وتعرف القيمة المضافة على انها ما يتم اضافته على المنتج خلال مراحل الإنتاج والتوزيع بمعنى انها الإضافة التي تقوم بها الشركة عند تحويل المواد الأولية الى منتج نهائي ، وفي الدول النامية عموما تنخفض القيمة المضافة لأنها في اغلب الأحيان تصدر مواد أولية خام مثل القطن او النفط وغيرها بينما في الدول المتقدمة يزداد احتساب القيمة المضافة بسبب زيادة الإنتاج فيها مثل صنع الطائرات وغيرها .

5-2 مؤشرات الأداء البيئي والتي تتضمن الاتي :

المقاييس	مؤشرات الأداء البيئي
يعكس اهتمام وفلسفة إدارة الوحدة اتجاه المسائل البيئية .	عدد الدورات في المجال البيئي
ويعكس هذا المؤشر بذل الوحدة لجهود واسعة في تنمية كادر متخصص في هذا المجال .	عدد المشاركين بالدورات
ان حجم تلك التكاليف ونوعها يعكس توجهات الوحدة ومدى اهتمامها بنوع وطبيعة المسائل البيئية وسعيها الدائم لحماية كل ما يتعلق بالأنشطة البيئية .	تكاليف التدريب في المجال البيئي
تعتبر من الشروط المهم منح المكافأة للعاملين لتحسين أدائهم البيئي .	المكافآت التي يحصل عليها العاملين
ويمثل هذا المؤشر قدرة النظام على كشف الملوثات الحاصلة بسبب العمليات الإنتاجية والتنبيه لتلافي ومعالجتها مثل هكذا ملوثات لها تأثير سلبي على البيئة .	عدد مرات الكشف لإزالة الملوثات
وهي التي تقيس عدد الأفراد والمعدات اللازمة لتحقيق عمليات الفحص والمراقبة في الوقت المحدد.	عدد الفحوصات الفجائية
يدل نوع وعدد التقارير الرقابية في مجال حماية البيئة على التزام الوحدة بمتابعة عمل الإجراءات الموضوعية لحماية البيئة وتفعيلها في الوقت المحدد.	التقارير الرقابية
وتمثل البرامج الجديدة والمطورة المعتمدة من قبل الوحدة الاقتصادية لتطوير أدائها البيئي وبما يتفق مع الخطط الاستراتيجية للوحدة .	المشاريع التطويرية
وتمثل الفرق بين الكمية المعيارية والكمية الفعلية وقياس نسب التلف المسموح بها وغير المسموح	المعادلة الفنية

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على ادبيات الدراسة

المبحث الثالث

6- تقويم الأداء الاجتماعي والبيئي لمصانع الزيوت النباتية

6-1 نبذة تعريفية عن مصانع الزيوت النباتية

تعد مصانع الزيوت النباتية احدى تشكيلات وزارة الصناعة والمعادن وواحدة من اكبر المصانع في العراق مختصة في صناعة الزيوت السائلة والدهون الصلبة والصوابين ومستحضرات التجميل ومساحيق التنظيف ، وقد تأسست عام 1940م شركة استخراج الزيوت النباتية كأحد الشركات التابعة لوزارة الصناعة والمعادن ، بعد دمج كل من الشركات الاتية :-

- (1) شركة استخلاص الزيوت النباتية تأسست سنة 1940 .
- (2) شركة منتوجات بذور القطن تأسست سنة 1953 .
- (3) شركة الرافدين لإنتاج المنظفات تأسست سنة 1967 .
- (4) شركة الطباعة الصناعية تأسست سنة 1969 .
- (5) معمل صابون ابو الهيل تأسس سنة 1969 .

وفي عام 2015 تم دمج الشركة مع شركات عامة اخر تابعة لوزارة الصناعة (الشركة العامة لصناعة السكر ، الشركة العامة لصناعة الالبان الشركة العامة لصناعة التبوغ والسكاكر) وبحسب الامر الوزار ي المرقم (53472) في 7 / 12 / 2015 ليكون اسمها الشركة العامة للصناعات الغذائية وهي احد شركات وزارة

- الصناعة والمعادن ومن ثم تم تغيير اسمها الى الشركة العامة للمنتوجات الغذائية حسب الامر الوزاري المرقم (29374) في 2016/7/25 . وتتضمن الشركة ست مصانع رئيسية للزيوت النباتية وهي
1. مصنع الأمين : تأسس المصنع في سنة 1965 في محافظة بغداد مستمرا في العمل وهو امتداد لشركة صابون أبو الهيل وينتج (الصوابين بأنواعها ، المنظف السائل والقاصر) تم اضافته توسعات اليه وتأهيله بإضافة مكائن ومعدات .
 2. مصنع المأمون : تأسس المصنع سنة 1952 يقع في محافظة بغداد مستمرا في العمل ويختص بإنتاج (السمنة النباتية ، الصوابين بأنواعها ، مساحيق التنظيف ، مستحضرات التجميل ، المنظفات الهلامية ، معاجين الاسنان ، كريم الحلاقة) وتم تأهيله بإضافة توسعات (بعض المكائن والمعدات) على اقسامه وخطوطه الإنتاجية .
 3. مصنع الرشيد: تأسس المصنع في سنة 1940 يقع في محافظة بغداد مستمرا في العمل يختص بإنتاج (السمنة النباتية ، الزيت السائل ، صوابين التواليت ، الصابون السائل ، مساحيق التنظيف) وتم اعاده تأهيل المصنع بإضافة بعض المكائن والمعدات .
 4. مصنع الفارابي: تأسس المصنع في سنة 1963 يقع في محافظة بغداد مستمرا في العمل ويختص بطبع العلامات الورقية ، اللعب الكرتونية ، الصفيح) .
 5. مصنع علي الهادي (المعتصم سابقا) : تأسس المصنع سنة 1972 يقع في محافظة ميسان مستمرا في العمل ويختص بإنتاج (السمنة النباتية ، مساحيق التنظيف ، صوابين التواليت) تم تأهيل المصنع بإضافة بعض المكائن والمعدات وتنصيب وتشغيل تجريبي لخط متكامل بطاقة (150 طن / يوم) لتصفية وتعبئة زيت الطعام السائل .
 6. مصنع المنصور: تأسس المصنع في سنة 1978 يقع في محافظة صلاح الدين / قضاء بيجي متوقف عن العمل حاليا (يقع ضمن المناطق خارج سيطرة الحكومة المركزية) يقوم بإنتاج الزيت السائل الخام (زيت زهرة الشمس ، زهرة القطن) . بالإضافة الى معمل النشأ والدكسترين الذي تم احاقه بمصانع الزيوت النباتية. وتعتبر الزيوت النباتية من أولى المصانع الحاصلة على شهادة مطابقة الجودة الايزو 2008: 9001 تعمل المصانع بصورة مستمرة على مواكبة التطورات الحديثة في مجال الصناعات لكافة منتجاتها وتم مؤخرا تحديث الخطوط الإنتاجية من مناشئ عالمية مختصة في هذا المجال وتمتلك خبرة فنية عالية وعريقة وعلى مدى اكثر من خمسة وسبعون عاما في هذا المجال وتعد الشركة العامة للمنتوجات الغذائية وحدة إنتاجية اقتصادية مموله ذاتيا ومملوكة للدولة بالكامل وتتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي والإداري وتعمل على وفق أسس اقتصادية وترتبط بوزارة الصناعة والمعادن ويكون مقرها الرئيسي في مدينة بغداد ولها فتح فروع داخل العراق وخارجه يتكون رأس مال الشركة من (٨٦٠١٥٩٣٠٠٠) ثمانية مليارات وستمائة وواحد مليون وخمسمائة وثلاثة وتسعون ألف دينار .

2-6 اهداف الشركة

- تهدف الشركة إلى الاسهام في دعم الاقتصاد الوطني وتنمية الإنتاج الصناعي من خلال :
- أولاً- انتاج وتوفير السلع والبضائع والمواد الأولية والخدمات وفق المواصفات المعتمدة.
 - ثانياً- توفير فائض من الإنتاج لأغراض دعم سياسة التصدير .
 - ثالثاً- تطوير لوسائل الإنتاج وتحديثها .
 - رابعاً- تشغيل الأيدي العاملة وتأهيل الموارد البشرية .

3-6 المهام التي تمارسها الشركة

- 1- أنتاج المواد الغذائية والتبوغ والمنظفات والمعقمات والمطهرات وأعمال الطباعة الصناعية والتعبئة والتغليف وكافة المنتجات الأخرى
- 2- توفير مستلزمات الإنتاج أو أي مواد اولية تدخل ضمن إنتاجها أو تجهيزها لأغراض أخرى.
- 3- تسويق الإنتاج من خلال منافذ البيع الثابتة والمتنقلة والمنتجات العرضية داخل العراق وخارجه .
- 4- استيراد وشراء المكائن والمعدات ووسائل النقل المتخصصة التي تحتاجها الشركة وإجراء التصرفات القانونية عليها .
- 5- تستخدم الطاقات الإنتاجية الفائضة للتصنيع للغير وفقاً للقانون .
- 6- تملك الأموال المنقولة وغير المنقولة وإجراء التصرفات القانونية عليها وفقاً للقانون .
- 7- إيجار واستئجار المخازن والأراضي ومعارض التسويق وما تملكه الشركة من ممتلكات أخرى لتعظيم موارد الشركة وفقاً للقانون.
- 8- الإقراض والاقتراض او الحصول على الأموال لتمويل انشطتها من المؤسسات المالية والشركات العامة الوطنية بموجب عقود وشروط بما لا تزيد عن (50%) خمسين من المائة من رأسمالها المدفوع .
- 9- رهن موجودات الشركة ليتم الحصول على التسهيلات المصرفية من المصارف والمؤسسات المالية المجازة وفقاً للقانون .
- 10- امتلاك أو تملك براءات الاختراع والعلامات التجارية وإجراء التصرفات القانونية بما يتوافق مع مصلحة الشركة وتحقيق أهدافها .
- 11- إبرام العقود مع الأشخاص الطبيعيه والمعنوية والدخول في المزايدات والمناقصات كافة التي تقع ضمن نشاط الشركة وفقاً للقانون .

- 12- المشاركة في المعارض المحلية والدولية وحضور المؤتمرات والندوات وإجراء البحوث والدراسات للمساهمة في رفع مستوى كفاءة أداء الشركة .
- 13- استثمار الفوائض النقدية بالمشاركة في الشركات المساهمة أو المشاركة معها في تنفيذ أعمال ذات علاقة بأهداف الشركة داخل العراق اما إذا كان المشروع خارج العراق استحصال موافقة مجلس الوزراء .
- 14- استثمار الفوائض النقدية عن طريق المشاركة في الشركات والمؤسسات العراقية والعربية والأجنبية أو المشاركة معها في تنفيذ أعمال ذات علاقة بأهداف الشركة خارج العراق بعد الموافقة من قبل مجلس الوزراء .
- 15- المشاركة مع الشركات والمؤسسات العراقية والأجنبية الرصينة للعمل على تنفيذ أعمال ذات علاقة بأهداف الشركة داخل العراق .
- 16- شراء بعض المصانع القائمة والتابعة للقطاع الخاص وتشغيلها بالإمكانات الذاتية أو بالمشاركة مع شركات محلية أو أجنبية رصينة لغرض زيادة الطاقة الإنتاجية أو الدخول في منتجات جديدة ضمن نفس مهام الشركة .
- 17- استثمار الفوائض النقدية بودائع ثابتة لدى المصارف العراقية لمدة لا تزيد على (١٨٠) مائة وثمانين يوماً وفقاً للقانون.
- 18- الاقتراض من خارج العراق لتتمكن من تمويل النشاط الاستثماري والجاري بموافقة مجلس الوزراء .
- (الوقائع العراقية ، 2020: ص 1 _ 3)
- 6-4 تقويم الأداء الاجتماعي لمصانع الزيوت النباتية
- 6-4-1 المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين

جدول (1) المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين

البيان	2017	2018	نسبة التطور * %
مخصصات الشهادة	4601816641	4292685696	(0)
مخصصات منصب	266584929	262011380	(0)
مخصصات عائلية	2273705108	2055739521	(0)
مخصصات فنية ومهنية	615735964	567812440	(0)
أجور اعمال إضافية	-	-	-
مخصصات تعويضية	40155650	45924500	0.1
مكافآت تشجيعية	267524000	-	(1)
مخصصات أخرى	395045820	500603798	0.2
أجور تدريب ودراسة	5528400	5565000	0
نقل العاملين	1151315148	1219292879	0
السفر والايفاد	101140328	115579072	0.1
مواد طبية	17239717	20409214	0.1
اتصالات	21901595	10009250	(0.5)
اجمالي المساهمة الاجتماعية اتجاه العاملين	9757693300	9095632750	(0)

المصدر من اعداد الباحثة بالاعتماد على حسابات المصنع

$$* \text{نسبة التطور} = \frac{\text{السنة الحالية} - \text{السنة السابقة}}{\text{السنة السابقة}} \times 100 \%$$

ومن خلال دراسة الجدول أعلاه نلاحظ عدم وجود تطور لسنة 2018 عن سنة 2017 بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين .
وعندما نقوم بجمع المخصصات ومقارنتها بالرواتب سنلاحظ الآتي :-

جدول (2)نسب مجموع المخصصات الى مجموع الرواتب والاجور

الحساب	2017	2018
مجموع المخصصات	8152888462	3613298293
رواتب وأجور نقدية	27120716645	71280041234
النسبة %	%30	%5

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات المصنع

نلاحظ ان المخصصات منخفضة جدا قياسا برواتب ونخص بالذكر سنة 2018 حيث بلغت %5 وهذا يدل على عدم الاهتمام من قبل المصنع بمخصصات العاملين لكي تدفعهم وتشجعهم على أداء أفضل .

اما فيما يخص أجور الاعمال الإضافية فنلاحظ انه لا يوجد أي أجور اعمال إضافية يتم دفعها وهذا يدل على عدم الاهتمام من قبل المصنع .
وعندما نقوم بقياس المكافآت التشجيعية بالنسبة للرواتب سنلاحظ الآتي :-

جدول (3)نسب المكافآت التشجيعية الى مجموع الرواتب والاجور

الحساب	2017	2018
مكافآت تشجيعية	267524000	-
رواتب وأجور نقدية	27120716645	71280041234
النسبة %	0.9%	0%

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات المصنع

ومن خلال دراسة الجدول أعلاه نلاحظ ان المصنع لم يقوم بتقديم أي مكافآت تشجيعية حيث لم تصل النسبة الى 1% حتى فكيف ستشجع العاملين ليكونوا ماهرين ومحبين لعملهم إذ لم تقدم لهم مكافآت تساعدهم في حياتهم اليومية .

وعند قياس المواد الطبية سنلاحظ الآتي :-

جدول (4)نسب السفر و الايفاد الى اجمالي المستلزمات الخدمية

الحساب	2017	2018
السفر والايفاد	101140328	115579072
المستلزمات الخدمية	1126152044	2318175400
النسبة %	%8	%4

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات المصنع

ونلاحظ ان نسبة السفر والايفاد منخفضة ولا تغطي اعداد العاملين ولوحد ان المصنع لم يقدم ايفاد للعاملين فيما يخص الدورات التدريبية حيث معظم الدورات كانت داخل المصنع .

جدول (5)نسب نقل العاملين الى اجمالي المستلزمات الخدمية

الحساب	2017	2018
نقل العاملين	1151315148	1219292879
المستلزمات الخدمية	1126152044	2318175400
النسبة %	%102	%52

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات المصنع

نلاحظ انها حققت نسبة مرتفعة لنقل العاملين خلال سنة 2017 وهذا مؤشر جيد لكن مع الأسف تراجع خلال سنة 2018 حيث بلغ %52 وهي نسبة ليس منخفضة جدا لكنها لا تغطي العاملين بصورة كاملة وهذا مؤشر سلبي لمسؤولية المصنع اتجاه العاملين .

جدول (6) نسبة المواد الطبية الى اجمالي المستلزمات السلعية

الحساب	2017	2018
مواد طبية	17239717	20409214
المستلزمات السلعية	3345156566	11597900522
النسبة %	0.5%	0.1%

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات المصنع

ونلاحظ ان نسبة المواد الطبية الى المستلزمات السلعية لم تصل الى 1% حتى اذا قام المصنع بتخصيص للمواد طبية الى انها لم تحقق نسبة عالية تساهم في المسؤولية الاجتماعية اتجاه العاملين .

2-4-6 المسؤولية الاجتماعية اتجاه الزبائن :

جدول (7) المسؤولية الاجتماعية اتجاه الزبائن

البيان	2017	2018	نسبة التطور %
دعاية وإعلان	11273250	11412500	0
نشر وطبع	946000	529000	(0.4)
تكاليف ضيافة	1210150	41598900	33.3
اجمالي المساهمة الاجتماعية اتجاه الزبائن	13429400	53540400	2.9

المصدر اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات المصنع

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ ان هناك تطور فقط في تكاليف الضيافة بالنسبة للمسؤولية اتجاه الزبائن وسنقوم بتحليل الجدول اعلاه بالشكل الاتي :-

جدول (8) نسب الدعاية والاعلان الى اجمالي المستلزمات الخدمية

الحساب	2017	2018
دعاية وإعلان	11273250	11412500
المستلزمات الخدمية	1126152044	2318175400
النسبة %	1%	0.4%

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات المصنع

تلاحظ الباحثة ان ما يصرف على الدعاية والاعلان نسبة جدا ضئيلة حيث توصي الباحثة بضرورة الانفاق على الدعاية والاعلان في سبيل زيادة الاقبال على منتجات المصنع من قبل المواطنين اذ ان عملية التسويق من العمليات التي تدعم زيادة الطلب على المنتجات .

جدول (9) نسب نشر والطبع الى اجمالي المستلزمات الخدمية

الحساب	2017	2018
نشر وطبع	946000	529000
المستلزمات الخدمية	1126152044	2318175400
النسبة %	0%	0%

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات المصنع

يتضح ان المصنع لم يصرف للنشر والطبع الا مبلغ قليل جدا وهذا تقصير واضح جدا من قبل المصنع اتجاه الزبائن وتوصي الباحث بضرورة ان يكون هناك صرف اكثر للنشر والطبع ليتسنى للمواطنين معرفة منتجات المصنع .

جدول(10) نسب الضيافة الى اجمالي المستلزمات الخدمية

الحساب	2017	2018
تكاليف ضيافة	1210150	41598900
المستلزمات الخدمية	1126152044	2318175400
النسبة %	%0.1	%1.7

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات المصنع

تشير النسب أعلاه ان المصنع غير مهتم بتكاليف الضيافة ونجد ان هناك تطور بسيط لسنة 2018 عن سنة 2017

ومن خلال دراسة الجداول التحليلية أعلاه نلاحظ ان الشركة غير مهتمة بالمسؤولية الاجتماعية اتجاه الزبائن نهائيا وتوصي الباحثة بان يكون هناك اهتمام من قبل المصنع بمراجعة مستلزماته الخدمية وسبل انفاقها .

3-4-6 المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة

جدول (11)المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة

البيان	2017	2018	نسبة التطور %
صيانة مباني وانشاءات طرق	401737250	360685259	(0.1)
صيانة الات والمعدات	259081768	394662200	0.5
صيانة عدد وقوالب	725000	920000	0.2
صيانة وسائط نقل وانتقال	57816500	93629170	0.6
اجمالي المساهمة في المسؤولية الاجتماعية اتجاه البيئة	719360518	849896629	0.1

المصدر اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات المصنع

ومن خلال دراسة الجدول أعلاه نلاحظ ان ليس هناك تطور من قبل المصنع اتجاه البيئة لسنة 2018 عن سنة 2017 .

وسنقوم بالتوضيح اكثر من خلال الجداول ادناه

جدول(12) نسب صيانة مباني وانشاءات طرق الى اجمالي المستلزمات الخدمية

الحساب	2017	2018
صيانة مباني وانشاءات طرق	401737250	360685259
المستلزمات الخدمية	1126152044	2318175400
النسبة %	%35	%15

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات المصنع

ومن خلال دراسة الجدول اعلاه تلاحظ الباحثة مع شديد الأسف هناك انخفاض بالنسبة لسنة 2018 عن سنة 2017 وهذا مؤشر على انخفاض اهتمام المصنع بالمسؤولية اتجاه البيئة .

جدول(13)نسب صيانة الات والمعدات الى اجمالي المستلزمات الخدمية

الحساب	2017	2018
صيانته الات والمعدات	259081768	394662200
المستلزمات الخدمية	1126152044	2318175400
النسبة %	%23	%17

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات المصنع

على الرغم من ان نسبة صيانة الات والمعدات منخفضة عن اجمالي المستلزمات الخدمية أيضا انخفضت بشكل اكبر في سنة 2018 وهذا مؤشر سلبي لمسؤولية المصنع اتجاه البيئة .

جدول(14) نسب صيانة عدد وقوالب الى اجمالي المستلزمات الخدمية

الحساب	2017	2018
صيانة عدد وقوالب	725000	920000
المستلزمات الخدمية	1126152044	2318175400
النسبة %	%0	%0

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات المصنع

نلاحظ ان نسبة صيانة عدد وقوالب منخفضة الى درجة العدم ويق على عاتق المصنع الاهتمام بها اكثر وبما يخدم البيئة .

4-6 المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع

جدول (15) المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع

البيان	2017	2018	نسبة التطور %
مصاريف المعارض	14032750	28876380	1
مكافئات لغير العاملين	24230000	4600000	(0.8)
احتفالات	300000	-	(1)
خدمات قانونية	3362750	5750600	0.7
خدمات مصرفية	11738863	18946680	0.6
اجمالي المساهمة في المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع	53664363	58173660	0

المصدر اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات المصنع

من خلال دراستنا للجدول أعلاه نلاحظ انه لا يوجد تطور من قبل المصنع اتجاه المجتمع ماعدا مصاريف المعارض وتحتوي على تطور ضئيل جدا حيث حققت النسب الاتية 0.6 , 0.7 , (1) , (0.8) وهي نسب منخفضة جدا وتدل على عدم اهتمام المصنع بالمسؤولية اتجاه المجتمع ويعد هذا مؤشر سلبي على المصنع وتوصي الباحثة بزيادة الاهتمام في مجال المسؤولية اتجاه المجتمع من خلال زيادة الانفاق على هذا الجانب .

4-5 اجمالي القيمة المضافة بسعر تكلفة عناصر الإنتاج للسنوات 2017-2018 .

جدول (16) اجمالي القيمة المضافة بسعر تكلفة عناصر الإنتاج للسنوات 2017-2018

البيان	2017	2018	نسبة التطور%
(1) الموارد			
إيرادات نشاط الإنتاج السلعي	3848010128	1392090590	2.6
إيرادات النشاط الخدمي	710558109	1840558470	1.5
ايراد التشغيل للغير	222957340	3396050751	0.5
المجموع	4781525577	19157515128	3
(2) مستلزمات الإنتاج			
المستلزمات السلعية	3345156566	11597900522	33.6
المستلزمات الخدمية	11261520 44	2318175400	19.5
المجموع	4471308610	13916075922	30.1
(3) إجمالي القيمة المضافة			
(2-1)			
تنزل الضرائب والرسوم (غير المباشرة)	(420186)	(5376156)	11.7
إجمالي القيمة المضافة بسعر تكلفة عناصر الإنتاج	309796781	33068214894	105.7

المصدر اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات المصنع

من خلال دراسة الجدول أعلاه نلاحظ انه هناك تطور في إجمالي القيمة المضافة لسنة 2018 عن سنة 2017 .

6-4-6 توزيع إجمالي القيمة المضافة بسعر تكلفة عناصر الإنتاج للسنوات 2018-2017

جدول (17) توزيع إجمالي القيمة المضافة بسعر تكلفة عناصر الإنتاج للسنوات 2018-2017

البيان	2017	2018	نسبة التطور%
--------	------	------	--------------

			عائد العمل
1.6	71280041234	27120716645	رواتب وأجور نقدية
0.1	1295160440	1168554865	مزايا عينية
-	-	-	مشتريات بضائع بغرض البيع
(72.8)	(107727416)	1500000	الفوائد والإيجارات الأراضي
3	4946525183	1207284581	الاندثار
(0.7)	77413999441	29495056091	الإجمالي
1.4	(72168820581)	(29185259310)	فائض العمليات
15.9	5245178860	309796781	إجمالي القيمة المضافة بسرر تكلفة عناصر الإنتاج

المصدر من اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات المصنع

من خلال دراسة الجدول أعلاه نلاحظ ان هناك تطور بسيط في الرواتب واجور نقدية والاندثار وفائض العمليات وأيضا في اجمالي القيمة المضافة بسرر تكلفة عناصر الإنتاج لسنة 2018 عن سنة 2017 .

6-5 مؤشرات الأداء البيئي

6-5-1 عدد الدورات في المجال البيئي :

يعكس اهتمام وفلسفة إدارة الوحدة اتجاه المسائل البيئية .

جدول (18) عدد ونسب التطور في عدد الدورات للسنوات 2017 – 2018

نسبة التطور%	2018	2017	عدد الدورات في المجال البيئي
(0.2)	14	19	خارج الشركة
(0.3)	11	16	داخل الشركة
(0.1)	14	17	الموقعية
(0.2)	39	52	المجموع

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات شعبة التدريب والتطوير في الشركة

من خلال دراسة الجدول أعلاه نلاحظ عدم وجود تطور نهائي في عدد الدورات في المجال البيئي على العكس تماما انخفضت بشكل ملحوظ في سنة 2018 .

6-5-2 عدد المشاركين ضمن الخطة التدريبية

ويعكس هذا المؤشر بذل الوحدة لجهود واسعة في تنمية كادر متخصص في هذا المجال .

جدول (19) عدد ونسب التطور في عدد المشاركين في الدورات للسنوات 2017 – 2018

نسبة التطور %	2018	2017	عدد المشاركين في الدورات التدريبية (المخطط)
(0.2)	26	36	خارج الشركة
(0.2)	90	113	داخل الشركة
(0.1)	90	105	الموقعية
(0.1)	206	254	المجموع

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات شعبة التدريب والتطوير في الشركة

ومن خلال الجدول ادناه سنقوم بتوضيح عدد العاملين في الشركة والمشاركين الفعليين في الدورات وعدد الدورات داخل الشركة علما ان الدورات خارج الشركة لم تتم بصورة فعلية فقط مخططة ولا يوجد هناك دورات تدريبية خارج البلد بسبب عدم توفر السيولة الكافية خلال سنوات التقويم .

جدول (20)

السنة	عدد العاملين في الشركة	عدد المشاركين المخطط	عدد المشاركين الفعلي	الانحراف = المخطط - الفعلي	نسبة عدد المشاركين المخطط الى عدد العاملين الكلي % *	نسبة عدد المشاركين الفعلي الى عدد العاملين الكلي % **
2017	2667	254	20	234	9.5	0.3
2018	2551	206	82	124	8	3.2

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات شعبة التدريب والتطوير في الشركة

* نسبة عدد المشاركين المخطط الى عدد العاملين الكلي = عدد المشاركين المخطط ÷ عدد العاملين الكلي × 100

** نسبة عدد المشاركين الفعلي الى عدد العاملين الكلي = عدد المشاركين الفعلي ÷ عدد العاملين الكلي × 100

من خلال دراسة الجدول أعلاه نلاحظ ان هناك انحراف كبير بين عدد المشاركين الفعلي في الدورات وبين ما خطط له وكذلك ان نسبة المشاركين سواء مخطط او فعلي قليلة جدا بالنسبة لعدد العاملين الكلي في المصنع .

3-5-6 تكاليف التدريب في المجال البيئي :

ان حجم تلك التكاليف ونوعها يعكس توجهات الوحدة ومدى اهتمامها بنوع وطبيعة المسائل البيئية وسعيها الدائم لحماية كل ما يتعلق بالأنشطة البيئية .
جدول (21) تكاليف التدريب ونسب التطور للسنوات 2017-2018

البيان	2017	2018	نسبة التطور %
تكاليف التدريب	5528400	5565000	0

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على حسابات الشركة للسنوات 2017-2018 .

من خلال دراسة الجدول أعلاه نلاحظ لا يوجد أي تطور في تكاليف التدريب وهذا يعكس بشكل سلبي على توجه المصنع ومدى اهتمامه بالأنشطة البيئية .
4-5-6 المكافآت التي يحصل عليها العاملين :

تعتبر من الشروط المهمة منح المكافأة للعاملين لتحسين أدائهم البيئي .

جدول (22) المكافآت التشجيعية التي يحصل عليها العاملون ونسب التطور للسنوات 2017-2018

البيان	2017	2018	نسبة التطور %
المكافآت التشجيعية	267524000	-	(1)

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على حسابات الشركة للسنوات 2017-2018

عند دراسة الجدول أعلاه نلاحظ انه لا يوجد هناك أي تطور في المكافآت التشجيعية لكي يحفز العاملين أن يكونوا ماهرين في عملهم .

5-6 عدد مرات الكشف لإزالة الملوثات :

ويمثل هذا المؤشر قدرة النظام على كشف الملوثات الحاصلة بسبب العمليات الإنتاجية والتنبيه لتلافي ومعالجتها مثل هكذا ملوثات لها تأثير سلبي على البيئة . ومن خلال زيارة مصانع الشركة لوحظ ان هناك توقف في أجهزة السايكلونات ومجمعات الغبار (Dust) والغرف متعددة الحواجز عن العمل في أقسام المنظفات والسلفنة والصوابين بسبب قدمها و اجراء اعمال الصيانة لها مما قد يؤثر سلبيا على صحة العاملين المتواجدين داخل القاعات ، وأيضا لوحظ عدم توفر أجهزة لقياس التلوث في الهواء وعدم وجود أجهزة تقيس حالات التسرب للغازات الكيماوية حيث من المحتمل ان يصيب العاملين بأمراض الجهاز التنفسي وكذلك يشكل خطرا على البيئة المحيطة والجدول ادناه سوف يوضح عدد من الأجهزة والغرض من استخدامها :-

جدول (23) أجهزة إزالة الملوثات والغرض من استخدامه

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على ديوان الرقابة المالية نتاج اعمال الرقابة والتدقيق التخصصي على نشاطات الشركة العامة للمنتوجات الغذائية / الزيوت النباتية / وزارة الصناعة والمعادن .

اسم الجهاز	الغرض من استخدامه
Portable constant flower sampler zneffer	جهاز لقياس العناصر الثقيلة مثل الرصاص وتركيز الغبار في الهواء .
Dust meter	جهاز يستخدم لمعرفة كمية تركيز الملوثات المستنشقة من قبل العمال .
Portable hydro carbons analyzer	تركيز المركبات الهيدروكربونية في الهواء ومدى تلوث البيئة بالمركبات العطرية
Gaz analyzer	جهاز محمول يتم استخدامه لقياس مدى تركيز الغازات السامة على العاملين ويحتوي الجهاز على تنبيه في حالة تجاوز الحد المسموح به .
Measure particle size distribution	لمعرفة ابعاد الدقائق العالقة في الهواء وماهي المعالجة المناسبة

6-5-6 عدد الفحوصات الفجائية :

وهي التي تقيس عدد الافراد والمعدات اللازمة لتحقيق عمليات الفحص والمراقبة في الوقت المحدد

وأنواع الفحوصات تتمثل بالاتي :

(1) فحص المراجل : ويحتوي على نوعين هما

أ- تحليل سوفنرات

ب- تحليل المراجل

(2) تحليل المياه الصناعية

وعاده تكون هذه الفحوصات شهرية تقوم بها شعبة البيئة ويحصل حاليا نوع من التذبذب في عمل هذه الفحوصات بسبب توقف بعض المصانع عن الإنتاج .
جدول (24) أسماء الفحوصات والتحليل ووحدة القياس والحدود العليا للتركيز قبل وبعد المعالجة

اعداد :

المصدر
الباحثة

التركيز بعد المعالجة	التركيز قبل المعالجة	وحدة القياس	أسماء الفحوصات
7	374	ملغم / لتر	المواد الصلبة SS
714	7400	ملغم / لتر	المواد الذائبة TDS
675	886	ملغم / لتر	ايون الهيدروجين PH
-	-	ملغم / لتر	الحاجة البيولوجية للأوكسجين BOD5
NIL	1050	ملغم / لتر	الحاجة البيولوجية للأوكسجين COD
NIL	NIL	ملغم / لتر	السيانيد CN
NIL	NIL	ملغم / لتر	الفلور F
92,91	331812	ملغم / لتر	الكلوريدات CL
-	-	ملغم / لتر	الفينول PHENOL
287,5	3375	ملغم / لتر	الكبريتات SO4
NIL	NIL	ملغم / لتر	النترات NO3
<0,1	<0,1	ملغم / لتر	الفوسفات P04
NIL	NIL	ملغم / لتر	الألمنيوم NH4
NIL	NIL	ملغم / لتر	الرصاص Pb
0,1	0,18	ملغم / لتر	النحاس Cu
0,8	1,5	ملغم / لتر	الحديد Fe
-	-	ملغم / لتر	الزئبق Hg
NIL	0,05	ملغم / لتر	الزئبق Zn
-	-	ملغم / لتر	الكروم Cr
-	-	ملغم / لتر	الألمنيوم AL
NIL	0,13	ملغم / لتر	النيكل Ni
4	253	ملغم / لتر	الزيوت والشحوم OIL & GREASE
30	30	ملغم / لتر	درجة الحرارة المنوية

بالاعتماد على بيانات شعبة البيئة

من خلال دراسة الجدول أعلاه نلاحظ ان شعبة البيئة تقوم بأجراء الفحوصات اللازمة لكن اغلبها تكون عن المياه وكمية استهلاكها وتركز الاملاح فيها ولا يوجد هناك فحوصات تركيز على حجم الملوثات التي قد تسببه منتجاتها .

6-5-7 التقارير الرقابية :

يبدل نوع وعدد التقارير الرقابية في مجال حماية البيئة على التزام الوحدة بمتابعة عمل الإجراءات الموضوعية لحماية البيئة وتفعيلها في الوقت المحدد، وفي مصانع الزيوت النباتية يتم اعداد مثل هكذا تقارير فقط لاستخدامات المياه بصورة فصلية أربعة مرات خلال السنة وتقوم بأعداد هذه التقارير شعبة البيئة ويتم رفعها الى وزارة الصناعة والمعادن / دائرة التطوير والتنظيم الصناعي تحت عنوان استخدامات المياه حيث يتم ارفاق نتائج فحوصات المياه الصناعية المصرفة لكل فصل مع استمارة استخدامات المياه لهذه المصانع .

8-5-6 المشاريع التطويرية :

وتمثل البرامج الجديدة والمطورة المعتمدة من قبل الوحدة الاقتصادية لتطوير أداها البيئي وبما يتفق مع الخطط الاستراتيجية للوحدة .

جدول (25) ويبين الجدول التالي اسم المشروع والكلفة النهائية لأنجزه للسنوات 2017-2018

اسم المشروع	السنة	كلفة المشروع
وحدة المعالجة الكيماوية البايولوجية مصنع الأمين	2017	1002000000
تصريف مياه الرشيد		5680000000
تصريف مياه المعتصم		5026000000
وحدة المعالجة الكيماوية البايولوجية مصنع الأمين	2018	1217000000
تصريف مياه الرشيد		5680000000
تصريف مياه المعتصم		5026000000

المصدر : اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات الشركة .

وعلى الرغم من انتهاء المدد التعاقدية والاضافية لأنجاز مثل هكذا مشاريع منقذه من قبل الشركة العامة للتصاميم وتنفيذ المشاريع التابعة لوزارة الصناعة والمعادن الا ان معظمها لم تنجز بشكل كامل ولم تدخل ضمن حيز التشغيل لحد الان مما أدى الى تصريف المياه الصناعية مباشرة الى شبكة المجاري بدون أي معالجات مما يؤثر سلبا على البيئة المحيطة والتنوع الاحيائي .

9-5-6 المعادلة الفنية للإنتاج للأعوام (2017-2018)

جدول (26) المقارنة بين المواد الفعلية والمخططة ونسب التلف القياسية والفعلية لعام (2017)

2017						
اسم المادة	وحدة القياس	كمية المواد المعيارية (1)	كمية المواد الفعلية (2)	الفرق في الكمية (2-1)	نسبة التلف القياسية %	نسبة التلف الفعلي %
دهن نباتي	كيلو غرام	56987.601	52792.558	(4195.043)	1.000	7.361
فوسفات الصوديوم	طن	7.736	7.737	0.001	1.500	(0.006)
كومبرلان	كيلو غرام	763.159	761.760	(1.399)	0.750	0.183
صبغة زرقاء للصابون	كيلو غرام	1.490	1.480	(0.01)	0.100	0.617
زيت النخيل	طن	0.737	0.738	0.001	0.100	0.081
صبغة كلوروفيل	كيلو غرام	5.251	5.250	(0.001)	0.150	0.038
ورق زبد 100 غرام	كيلو غرام	532.000	487.100	(44.9)	3.000	8.439
صودا كاوية	طن	21.965	21.409	(0.556)	1.000	(2.019)
حجر سيليكات	طن	1.281	1.251	(0.03)	1.000	2.371
ورق زبد 200 غرام	كيلو غرام	441.375	420.105	(21.27)	3.000	4.819

0.000	0.200	0	51.119	51.119	كيلو غرام	عطر غار
0.256	0.750	(7.196)	2802.696	2809.892	كيلو غرام	HCL حامض
0.346	0.100	(0.016)	4.742	4.758	كيلو غرام	صبغة صفراء
0.004	1.500	(39560401.586)	39598.414	39600000	كيلو غرام	قناني بلور
0.108	0.100	(0.007)	6.149	6.156	طن	زيت ستيارين
(0.135)	0.750	5.64	4174.399	4168.759	كيلو غرام	برستين
0.472	0.750	(70.78)	14896.139	14966.919	كيلو غرام	الومينا
0.359	0.750	(72.517)	20073.861	20146.378	كيلو غرام	امبيكول
(0.037)	0.200	0.515	1387.214	1386.699	كيلو غرام	عطر زاهي
1.608	6.000	(747.321)	45724.679	46472.000	عدد	كارتون 2 لتر
1.422	6.000	(49.076)	3400.924	3450.000	عدد	كارتون شامبو
1.758	6.000	(59.103)	3300.897	3360.000	كارتون	كارتون بلور
0.483	1.500	(176.454)	36298.546	36475.000	عدد	قناني شامبو 500 مل
0.303	1.500	(7.316)	2401.684	2409.000	قنينة	قناني 5 لتر

المصدر من اعداد الباحث بالاعتماد على شعبة التخطيط في الشركة
من خلال دراسة الجدول أعلاه نلاحظ ان الكميات الفعلية لا تساوي الكميات المعيارية وفي الغالب اقل بكثير من المعيارية وان هناك نسب تلف فعلية وقياسية أيضا
جدول (27) المقارنة بين المواد الفعلية والمخططة ونسب التلف القياسية والفعلية لعام (2018)

2018						
اسم المادة	وحدة القياس	كمية المواد المعيارية (1)	كمية المواد الفعلية (2)	الفرق في الكمية (1-2)	نسبة التلف القياسية %	نسبة التلف الفعلية %
دهن نباتي	كيلو غرام	90147.398	90040.562	(106.836)	1.000	0.118
كبريتات الصوديوم	طن	15.791	15.482	(0.309)	2.000	1.960
فوسفات الصوديوم	طن	5.631	5.576	(0.055)	1.500	0.960
كومبرلان	كيلو غرام	1748.652	1744.825	(3.827)	0.750	0.218
صبغة زرقاء للصابون	كيلو غرام	0.728	0.720	(0.008)	0.100	1.234
عطر منظف	كيلو غرام	1445.310	1444.866	(0.444)	0.000	0.030
هايبو	كيلو غرام	13146.799	13139.700	(7.099)	0.750	0.054
زيت نخيل	طن	0.949	0.949	0	0.100	(0.031)
صبغة كلوروفيل	كيلو غرام	1.807	1.799	(0.008)	0.150	0.442
ورق زبد 100 غم	كيلو غرام	227.699	212.820	(14.879)	3.000	6.534
صودا كاوية	طن	18.128	18.152	0.032	1.000	(0.134)
حجر سليكات	طن	3.813	3.776	(0.037)	1.000	0.991
HCL حامض	كيلو غرام	470.000	452.130	(17.87)	3.000	3.802

0.709	0.100	(0.009)	1.146	1.155	كيلو غرام	صبغة صفراء
1.286	6.000	(157.459)	12077.541	12235.000	عدد	كارتون 4*2 قاصر
0.002	1.500	(1.918)	63997.441	63999.359	كيلو غرام	قناني بلور
0.226	0.100	(0.02)	8.466	8.486	طن	زيت ستيرين
0.446	0.750	(11.75)	2621.750	2633.500	كيلو غرام	برستين
(0.700)	0.750	97.529	14016.529	13919.000	كيلو غرام	الومينا
0.159	0.750	(39.871)	24899.464	24939.335	كيلو غرام	امبيكول
0.252	0.750	(1.2)	474.500	475.700	كيلو غرام	سوربينول
(3.429)	0.200	20.698	624.338	603.640	كيلو غرام	عطر زاهي
2.134	6.000	(701.453)	32164.679	32866.132	عدد	كارتون 2 لتر زاهي
0.802	6.000	(15)	1853.125	1868.125	عدد	كارتون ادم
1.051	6.000	(94.627)	8908.672	9003.299	عدد	كارتون شامبو
0.000	1.500	0.14	19296.140	19296.000	عدد	انابيب ادم

المصدر من اعداد الباحثة بالاعتماد على بيانات شعبة التخطيط

من خلال دراسة الجدول أعلاه نلاحظ ان الكميات الفعلية لا تساوي الكميات المعيارية وفي الغالب اقل بكثير من المعيارية وان هناك نسب تلف فعلية وقياسية أيضا من خلال التطبيق السابق نلاحظ ان الشركة لم تهتم بالأداء الاجتماعي والبيئي حيث حققت نسب منخفضة (سالبة اغلب الأحيان) مما ينعكس سلباً على أداء الشركة في تحقيق متطلبات التنمية المستدامة وكما تم ايضاحه بالتحليل السابق .

المبحث الرابع

7- الاستنتاجات والتوصيات

7-1 الاستنتاجات

في ضوء ما تمت دراسته في هذا البحث بجانبه النظري والعملية فقد تم التوصل الى مجموعة من الاستنتاجات أهمها :

- 1) ان عملية تقويم الأداء تسهم في الكشف عن قدرات وطاقت العاملين وتوزيع المسؤوليات والأداء في العمل وفقاً لتلك الطاقات والقدرات البشرية اذا وضحت النتائج ان ليس هناك اهتمام بعملية تقويم الأداء الاجتماعي والبيئي بالمصنع .
- 2) لا يوجد نظام لإدارة الأداء ولكن هناك استمارات لتقييم العاملين بشكل سنوي ولا يستخدم هذا التقييم لأغراض الترقية والتدريب والتطوير .
- 3) لا يوجد هناك دورات تدريبية للموظفين خارج البلد ولا يوجد هناك ادراك كافي من قبل الموظفين بأهمية الدورات التدريبية وضرورة المشاركة فيها .
- 4) تفتقر الشركة الكيفية التي تتعامل بها مع متطلبات الزبون بضمنها الشكاوي وكيفية ربطها مع الخطط الاستراتيجية .
- 5) خلافاً لمحددات البيئية رقم (3) لسنة 2011 والخاصة والتي تخص محددات الموقع للمنشأة الصناعية تبين عدم تطابق مواقع المصانع مع تلك المحددات وذلك بسبب قدم المصانع وتوسع المد العمراني لمحافظة بغداد حيث اكدت المحددات البيئية على ضرورة انشائها بمسافة لا تقل عن 10 كيلومترات عن التجمعات السكنية ومن الأفضل ان يكون الموقع اسفل النهر لان أنشطة المنشأة تعتبر من الأنشطة الملوثة
- 6) عدم الالتزام بالكميات المعيارية للمواد الأولية الداخلة في الإنتاج ضمن المعادلة الفنية وهناك زيادة ونقصان للكميات المضافة .
- 7) على الرغم من انتهاء المدد التعاقدية والاضافية لأنجاز مشاريع خاصة بمعالجة المخلفات منفذة من قبل الشركة العامة للتصاميم وتنفيذ المشاريع التابعة لوزارة الصناعة والمعادن الا ان معظمها لم تنجز بشكل كامل ولم تدخل ضمن حيز التشغيل لحد الان مما أدى الى تصريف المياه الصناعية مباشرة الى شبكة المجاري بدون أي معالجات مما يؤثر سلباً على البيئة المحيطة والتنوع الاحيائي .
- 8) فقدان المصانع للعديد من الأجهزة التي تخص السلامة المهنية وأجهزة الكشف عن الملوثات ولا تحتوي الا على أجهزة بسيطة مثل منظومة الإطفاء الرطب وانذارات الحريق .

- (9) لا يوجد هناك وعي ثقافي كافي بأهمية التنمية المستدامة ودورها الفعال في صيانة واستدامة موارد المصنع .
 (10) يوفر نظام المعلومات المحاسبي للمصنع العديد من المعلومات التي تتصف ببعض الشمولية ، إلا أن ما يؤخذ عليها افتقارها لبعض الخصائص النوعية التي تجعلها ذات فائدة وخصوصا ما يخص الجانب الاجتماعي والبيئي .

7-2 التوصيات

- (1) تؤكد على أهمية تقييم الأداء لذلك من الضروري ان يكون هناك تقييم أداء بيئي واجتماعي بشكل مستمر وسنوي .
- (2) ضرورة ان يكون هناك نظام متكاملة لأداره وتنظيم التقييم .
- (3) من المفترض ان يكون هناك علم للموظفين بنتائج التقييم لتعزيز النقاط الإيجابية لديهم ومعالجة نقاط الضعف من قبلهم
- (4) من المهم ان تتوفر دورات تدريبية للموظفين خارج القطر واستخدام الطرق التحفيزية للمشاركة في مثل هذه الدورات علما ان اغلب الموظفين لم يشاركوا بالدورات خارج الشركة .
- (5) ينبغي ان يكون هناك وعي كافي بأهمية الزبون وتلبية متطلباته .
- (6) ان الانحراف الحاصل بين الكمية المعيارية والفعلي للمواد يجب مراقبته والحد منه .
- (7) ضروري ان يكون هناك متابعة مستمرة لإنجاز المشاريع قيد التنفيذ .
- (8) توفير الأجهزة التي تخص السلامة المهنية والاهتمام بصحة وسلامة العمال من خطر التلوث .
- (9) من المهم ان تكون هناك دورات تثقيفية توعوية بأهمية التنمية المستدامة .
- (10) تمثل الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية معايير يمكن من خلالها الحكم على فائدة هذه المعلومات ، مع الأخذ بالاعتبار بأن الظروف والمتطلبات قد تستوجب التضحية بجزء من هذه الخصائص لصالح الأخرى ولكن ليس بشكل كلي.

ALMASADIR

ALMASADIR ALEARABIA

1: ALKUTUB ALEARABIATI:

1. 'iibrahim , sahar talal 'iibrahim , 2013 , taqwim bitaqat 'ada' alwahadat altijariat , wal'ada' almutawazin majalat kuliyyat baghdad alaiqtisadiat aljamieat aleadad alkhamis walthalathun alaiqtisadiata: s 348.
2. aljawarinat , almuetasim biallah , wadimat muhamad wasus (2009) altanmiat albishriat almistdamat walnuzum altaelimiati. al'urdunu: dar alkhaliy lilnashr waltawziei.
- aldaqawy , alshaykh aldaawi tahlil 'usus alnazarat limafhum al'ada' , majalat albahith jamieat aljazayir aleadad alsaabie 2009: s 218.
3. altayib alwafi , 2012 , alriyadat fi al'ada' albiyyi: sharikat nukya 'unmudhaja , aleadad 11 , majalat albahith , jamieat tabisat , aljazayir , s 124.
4. aleamiriu , salih mahdi muhsin , walghalibiu , tahir muhsin mansuar , 2008 m (aladarat walialaemali) dar wayil lilnashr waltawzie waltibaat eaman-al'urduni. s 41.
5. sayib eabd allah altawil , 2015 , altanmiat almustadamat wamajalatuha , dar 'amjad lilnashr waltawzie , eamaan , sa29-30.
6. eali , amanah husayn sabri eali , alatar aleamu limuashirat altanmiat almustadamat turuq alqias walmukhatat aleadad 32 2015 s 122.
7. qasim , khalid mustafaa. (2007) 'iidaral albiyat almuhitat wawasat albahar fay zal aleawlamiti. al'iiskandiriati: muasasat shabab aljamieati. 8. mustafaa , muhamad samir , (2006) astiratijiati altanmiat almustadamat - muqarabat nazarat

watatbiqiat fi almawsueat alearabiat lilmaerifat min ajil altanmiat almustadamat , bayrut , al'akadimiat alearabiat lileulum.

9. murad kwashi , 2013 , aliaat najah eamaliat taqyim almuasasat , majalat aleulum alaiqtisadiat aleadad althaalith walthalathun , almujalad altaasie , juilit am albawaqi aljazayir , s 173- 174.

10. nizam washafiq , suaydan nizam , hadaad shafiq , 2006 altaswiq mafahim mueasarat dar alhamid lilynashr waltawzie , eamaan al'urduni , s 81.

11. nur alhudaa mahjubi , 'aminat makhlafiun , 2016 taqyim al'ada' albiyyi fi almuasasatalnaftiat - dirasat halat almurkabalnaftii "hud barkawi aleadad 15 , almajalat aljazayiriati liltanmiat alaiqtisadiat , jamieat qasidi mirbah , waraqlat , s 75.

12. waradm , batir muhamad ealay. (2003) alealam libbaye makhatir aleawlamat ealaa altanmiat alealamiati. t .1. (emanal'urduni: al'ahliat lilynashr waltawzie (

13. wasfi eabd alkarim alkasasbat , 2011 tahsin faeaaliat al'ada' almuasasii min khilal tiknulujiia almaelumat , dar alyazuri lilynashr , eamaan , s 27.

2 : alrasayil wal'ataraha:

14. aljazayiri, 'uthir muhamad jawad, 2010 dawr altadqiq albiyyi fi altanmiat almustadamat albiyyat - bahth tatbiqiu fi sharikat masafi aljanub (sharikat eamatun) muqadam 'iilaa hayyat al'umana' fi almaehad alearabii lilmuhasibin alqanunayn shahadat almuhasabat alqanuniati,.

15. amal hafnawi , 2017/2018 , muashirat al'ada' albiyyi fi bitaqat al'ada' almutawazin min muasasat musahimat fi altanmiat almustadamat dirasat halat muasasat alsamant - tabisatan - , muqadimatan linabl shahadat dukturah fi aleulum alaiqtisadiat , kuliyyat aleulum alaiqtisadiat waeulum altasyir , qism aleulum alaiqtisadiat , jamieat alearabii bn mahidi , 'um albawaqi , s 26.

16. hamaad , eali alearnan hamaad , 2014 , qitae altaelim watharah ealaa altanmiat almustadamat fi aljazayir (aljazayir , jamieat 20 awt 1955 , kuliyyat aleulum alaiqtisadiat waltijariat waeulum altasyir , risalat majistir ghayr manshurat .)

17. kazim , hind jamil (2015) (taqyim 'ada' al'iidarati althaqafati: dirasat halatan fi alwizarat alwizarati) risalat majistir , jamieat baghdad , s 50.

18. dirasat tahliliat tashkhisiat fi mustashfaa alsadr altaelimii fi alnajar alashraf , risalat majistir jamieat alkufati.

19. muhad euryuat , 2010-2011 , dawr albutulat al'ada' almutawazin fi qias wataqwim al'ada' almustadam lilsinaeat alghidhayiyat , dirasat muqaranat bayn mulabinat alhadnat bialmusilat wamulbinat altal satif , mudhakitrat muqadimat linayl shahadat fi aldirasat fi aleulum alaiqtisadiat , (ghayr manshura)) jamieat farahat eabaas bastif , aljazayir , s 3.

3 : waldaar albuhturyaati:

20. 'abu shaealat , mustafaa muhamad , (2001 , 30 mars) almintaqat alaiqtisadiat walaijtimaeiat lilfaqr wifq manzur shamil bahath muqadam fi n

duat hawl mafhum wa'asbab alfaqr mashakil wamuealajat alfaqr , tarabuls

21. alsaeid , fikkrun , 2009 , altanmiat waltanmia

22. alghamidi , eabd aleaziz bin saqra. (2006) "tanmiat almawarid albashariat wamutatalibat altanmiat almustadamat lil'amn alearabii - jamieat nayif alearabiat lileulum alnamudhajiati , bahth muqadim lilmultaqaa alearabii althaalith liltarbiat waltaelim , bayrut.
23. buaeabd allah , eali walsabti , wasilat , 2009 " , 'iishkaliat altanmiat alaiqtisadiat almustadamat min mudhakiat almultaqaa aldualii hawl 'ada' wafaealiat almunazamat fi zili altanmiat almustadamat , aljazayir , almusilati.
24. sayid hashim wakharun , 2007 , falant tajawaz nitaq alnawaya alhasanat - qias al'ada' limuwasat altamwil alsifri , mudhakiat murakazat aleaddad 41 aijtimateiun manshurat almajmueat almintaqat almujawirat s 3.
25. eazaawi eumar , mwlay likhadir eabdalrazaaq , buzid sayih , dawafie munazamat al'aamal altijariat wal'akhlaqiat kamieyar liqias al'ada' alaijtimateii waraqatan bahthiitan muqadimatan dimn almultaqaa alduwalii althaalith munazamat wamunazamat mujtamae bashaar b s n s 10
26. falaq , muhamad , 2013 , almaswuwliat alaijtimateiat lilsharikat alnaftiat alsaediati sharikatay sunatrak aljazayiriati waramku alsaediati namudhajan majala (albahithi) jamieat hasbiat bin bueali aljazayiriati , s 58. 27. mutamar aleamal alduwalii , 2012 altanmiat waleamal allaayiq wal'iithnayn alkhadra' , altaqriir alkhamis , maktab aleamal alduwalii jinif , aldawra -2013 , s 1.
- almasadir al'ajabiati: -
28. Adams, C. A., & Frost, G. R. (2008, December). Integrating sustainability reporting into management practices. In Accounting forum (Vol. 32, No. 4. Taylor & Francis
29. Arab lyasmine, impact de certification environnemental iso 14031 sur la performance environnemental d'une entreprise algérienne cas de l'entreprise nationale des industries de l'électroménger (ENIEME),mémoire magister, département de science économiques, université Mouloud Mammeri, Tizi ouzou, Algérie, 2012, P 83.
30. Baird, Alain MARION et al, Diagnostic de la performance de l'entre prise, Dunod, Paris, 2012, P.2.
31. Blocher, Edward J; Stout, David E; Cokins, Gary; Cost Management; A strategic Emphasis , 5th Edition, McGraw-Hall (2010) p : 14 .
32. Dess, Gregory & Lumpkin& Eisner, Alan. Strategic Management Creating Competitive Advantage”3ed.,McGraw-Hill Companies, Inc ,2007.
33. Henri , Francois . , Marc, Journeault . , (2008) " Environmental performance indicators : An empirical study of Canadian manufacturing firms " , Journal of Environmental Management , vol (87) , No (10)
34. Michal Allaby : Dictionary Of Ecology , Oxford University Press , 2005 , p.612 .
35. NICO SCHRIJVER & FRIEDL WEISS, International Law and Sustainable Development Principles and Practice, (The Netherlands: Koninklijke Brill NV,2004), p405.
36. Québec, Glossaire des termes usuels en mesure de performance et en évaluation Pour une gestion saine et performante, Québec, Canada, 2013, P.15.
37. Rossi, Alices , (2007) ," Caring and Doing for others : Social Responsibility in the Domains of Family Work and Community " Chicago, University of Chicago Press , 27 .
38. Yongyoon Suh , Hyeonju Seol , Hyerim Bae , and Yongtae Park " , (2014), "Ecoefficiency Based on Social Performance and its Relationship with Financial Performance " Journal of Industrial Ecology, vol (18) , No (6) .

التقدير البيزي لدالة البقاء لتوزيع Consul Kumaraswamy dist.

Bayesian estimation of the survival function of the Consul Kumaraswamy distribution.

أ.د عواد كاظم شعلان الخالد

Prof. Awad kadim Shaalan Al_khalidy
alkhalidyawad16@gmail.com

كلية الإدارة والاقتصاد / جامعة وارث الانبياء

College of Administration and Economic
 University of Warith Al_Anbiyaa

نور عامر حرب البزون

Noor Aamer Harp Al_bazzony
noor.aamer@s.uokerbala.edu.iq

كلية الادارة والاقتصاد / جامعة كربلاء

College of Administration and Economic
 University of Karbala

المستخلص:

من المشاكل التي تواجه محلل البيانات هو العثور على الانموذج الاحصائي الملائم الذي يصف الظاهرة المدروسة وذلك لوجود العديد من طرائق التقدير المستعملة في إيجاد مقدرات دالة البقاء والتي تمثل احتمال بقاء الكائن الحي على قيد الحياة بعد مرور الزمن t ، ففي هذا البحث تم استعمال الطرائق البيزية والمتمثلة بطريقة بيز القياسية المعلوماتي (Standard Informative Bayesian Estimator) وطريقة توقع بيز (Expected Bayesian Estimator) في ظل دالة خسارة تربيعية (Squared error Loss function) متماثلة ودالة خسارة انتروبي عامة (General Entropy Loss function) غير متماثلة وعن طريق محاكاة مونت كارلو تم الحصول على قيم مقدرات دالة البقاء لتوزيع القنصل كوماراسوامي (CKSD) لعينة بحجم (50) مفردة والتي تمثل اعداد المصابين بامراض القلب الاقفارية (الاسكيمية) .

الكلمات المفتاحية : توزيع القنصل كوماراسوامي ، الطرائق البيزية ، دالة خسارة تربيعية ، دالة خسارة انتروبي عامة .

Abstract: One of the problems facing the data analyst is to find the appropriate statistical model that describes the studied phenomenon, because there are many estimation methods used in finding the estimates of the survival function, which represents the probability of the organism surviving after the passage of time t . By Standard Informative Bayesian Estimator and Expected Bayesian Estimator with symmetric squared error loss function and asymmetric General Entropy Loss function, and by Monte Carlo simulation, it was obtained Estimated survival function values for Consul kumaraswamy distribution (CKSD) for a sample size of (50) individuals, which represents the number of patients with ischemic heart disease.

Key word: Distribution of Consul kumaraswamy, Bayesian methods, squared loss function, general entropy loss function.

1-المقدمة :

الطرائق البيزية والتي تُعد أكثر تطوراً ودقة من طرائق التقدير الكلاسيكية (المربعات الصغرى MSE ، الإمكان الأعظم MLE الخ) و تدعى بالمدرسة البيزية (Bayesian school) والتي تميزت بمفهومها واساسيات عملها على توظيف المعلمات السابقة او الأولية ان وجدت عن المعلمة المراد تقديرها إذ تُعد هذه المعلمة متغيراً عشوائياً له توزيع احتمالي اولي وهذا على عكس المدرسة الكلاسيكية (Classical school) والتي تفترض ان المعلمات ثابتة يراد تقديرها فيُعد تحليل ازمنا البقاء من الأمور المهمة للغاية في بعض العلوم التطبيقية . تم تقدير معلمات دالة البقاء لتوزيع القنصل كوماراسوامي المركب ذي الثلاث معلمات باستعمال طريقة توقع بيز وطريقة بيز القياسية المعلوماتية في ظل دالة خسارة تربيعية ودالة خسارة انتروبي عامة وللمقارنة بين طرائق التقدير البيزية تم استعمال المعيار الاحصائي متوسط مربعات الخطأ التكاملي الذي تم الحصول عليه عن طريق محاكاة مونت كارلو والتي تم تطبيقها في برنامج الماتلاب كما وتم استعمال تقريبي ليندلي وطريقة جيفري لتبسيط المعادلات الناتجة من الطرائق البيزية آنفة الذكر ولتطبيق ذلك تم سحب عينة مكونة من 50 مفردة من مستشفى الحسين التعليمي في محافظة كربلاء والتي تمثل أوقات بقاء حتى الوفاة بسبب امراض القلب الاقفارية (الاسكيمية) .

2-مشكلة البحث :

تمثلت مشكلة البحث بعدم وجود تقدير معلمات دالة البقاء لتوزيع القنصل كوماراسوامي ذي الثلاث معلمات في ظل التقدير البيزي..

3-هدف البحث :

إيجاد دالة البقاء لتوزيع القنصل كوماراسوامي ومعرفة أي الطريقتين (بيز القياسية المعلوماتية و طريقة توقع بيز) افضل في تقدير دالة البقاء .

4-توزيع القنصل كوماراسوامي [7]: Consul Kumaraswamy dist.

إذا كان المتغير العشوائي X_i يتبع توزيع القنصل CD مع المعلمة m و p حيث انه المعلمة m تمثل قيمة ثابتة اما المعلمة p تمثل متغير عشوائي يتبع توزيع كوماراسوامي KSD لذلك لتحديد التوزيع الناتج عن التهميش على p كمركب لتوزيع القنصل مع توزيع كوماراسوامي عليه تكون دالة الاحتمال للمركب $CD(m,p)$ مع $KSD(\alpha,\beta)$ بالشكل التالي :

$$f_{CKSD}(x; m, \alpha, \beta) = \frac{\beta}{x} \left(\frac{mx}{x-1} \right) \sum_{j=0}^{mx-x+1} \binom{mx-x+1}{j} (-1)^j B \left(\beta, \frac{x+j-1}{\alpha} + 1 \right) \quad \dots 1$$

$$x = 1, 2, \dots, m, \alpha, \beta > 0$$

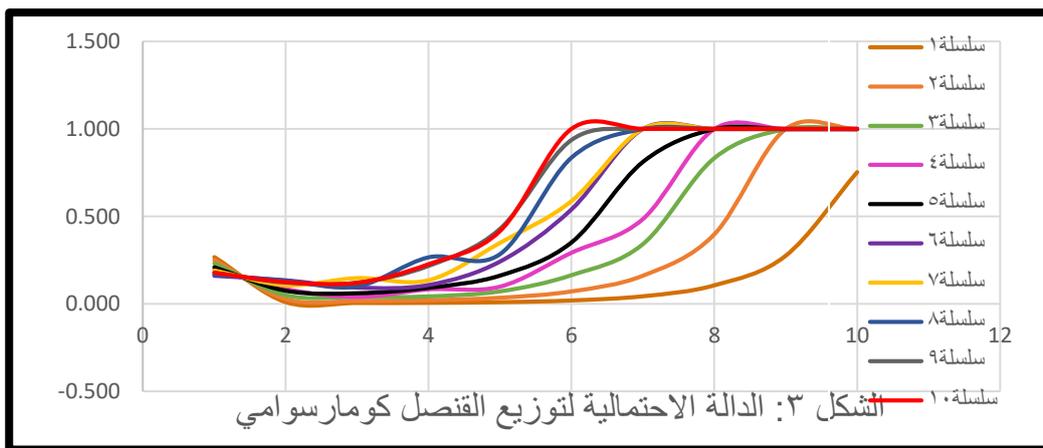
حيث انه

$B \left(\beta, \frac{x+j-1}{\alpha} + 1 \right)$: تشير الى توزيع بيتا

X : متغير عشوائي يتبع التوزيع المركب CKSD

α, m, β : تمثل معلمات التوزيع المركب CKSD

والشكل ادناه يمثل الدالة الاحتمالية لتوزيع (CKSD) Consul kumaraswamy .



عليه نجد ان دالة التراكمية الاحتمالية لتوزيع القنصل كوماراسوامي (Consul Kumaraswamy dist.) تكتب بالشكل التالي :

$$F(t) = \sum_{i=0}^t \left[\frac{\beta}{t} \binom{mt}{x-1} \sum_{j=0}^{mt-t+1} \binom{mt-t+1}{j} (-1)^j B\left(\beta, \frac{t+j-1}{\alpha} + 1\right) \right] \dots 2$$

5- مقدر بيز القياسي المعلوماتي Standard Informative Bayesian Estimator [6][3][2]

لإيجاد مقدر بيز القياسي والذي يعتمد على دالة التوزيع اللاحق التي تشمل المعلومات السابقة للمعلمة ومشاهدات العينة الحالية نستعمل إحدى دوال الخسارة (Loss Function) وتُعد من أفضل الطرائق للحكم على أداء المعلمة المقدر في هذه الرسالة سيتم استعمال نوعين من دوال الخسارة متماثلة وتدعى بدالة الخسارة التربيعية (Squared Error Loss Function (SEL)) وغير متماثلة وهي دالة خسارة انتروبي عامة (General Entropy Loss Function (EL)) علماً ان نظرية بيز تنص على (الجمع بين الدالة الاحتمالية للعينة المرصودة وعلى التوزيع اللاحق).

5-1 طريقة بيز القياسية المعلوماتية في ظل دالة خسارة تربيعية عامة (SBSEL) Standard Bayesian Estimator Under Squared Error Loss function [4]

$m \sim \text{Binomial}(n, p)$

$\alpha \sim \text{Binomial}(n, p)$

$\beta \sim \text{Beta}(c, d)$

فعليه تكون دالة الكثافة الاحتمالية الأولية (Prior Dist.) لكل معلمة كما يأتي :

$$\pi_1(m) = \binom{n}{m} p^m q^{n-m}, m > 0 \dots 3$$

$$\pi_2(\alpha) = \binom{n}{\alpha} p^\alpha q^{n-\alpha}, \alpha > 0 \dots 4$$

$$\pi_3(\beta) = \frac{\Gamma(c+d)}{\Gamma(c)\Gamma(d)} \beta^{c-1} (1-\beta)^{d-1}, 0 < \beta < 1 \dots 5$$

من ثم نجد دالة التوزيع المشترك الاولي (Joint Prior) والذي يمثل حاصل ضرب دوال الكثافة الاحتمالية الأولية التي تم فرضها آنفاً وكما يأتي :

$$\pi_1(m)\pi_2(\alpha)\pi_3(\beta) = \binom{n}{m} p^m q^{n-m} \binom{n}{\alpha} p^\alpha q^{n-\alpha} \frac{\Gamma(c+d)}{\Gamma(c)\Gamma(d)} \beta^{c-1} (1-\beta)^{d-1} \dots 6$$

$$\pi_1(m)\pi_2(\alpha)\pi_3(\beta) = A$$

علماً ان دالة الإمكان للمشاهدات X_1, X_2, \dots, X_n تكتب بالشكل الآتي :

$$L = \prod_{i=1}^n f_{CKSD}(x; m, \alpha, \beta)$$

$$= \prod_{i=1}^n \frac{\beta}{x} \binom{mx}{x-1} \sum_{j=0}^{mx-x+1} \binom{mx-x+1}{j} (-1)^j \frac{\Gamma\left(\beta + \left(\frac{x+j-1}{\alpha} + 1\right)\right)}{\Gamma\left(\frac{x+j-1}{\alpha} + 1\right) \Gamma(\beta)}$$

$$= \beta^n \prod_{i=1}^n \left[\frac{1}{x_i} \binom{m x_i}{x_i - 1} \sum_{j=0}^{m x_i - x_i + 1} \binom{m x_i - x_i + 1}{j} (-1)^j \frac{\Gamma\left(\beta + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right)\right)}{\Gamma\left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right) \Gamma(\beta)} \right] \dots 7$$

وستكون التوزيعات اللاحقة للمعاملات m, α, β كالآتي:

$$h(\theta, \alpha, \beta | x_i) = \frac{\prod_{i=1}^n f(x_i, m, \alpha, \beta) \pi_1(m) \pi_2(\alpha) \pi_3(\beta)}{\int_m \int_\alpha \int_\beta \prod_{i=1}^n f(x_i, m, \alpha, \beta) \pi_1(m) \pi_2(\alpha) \pi_3(\beta) dm d\alpha d\beta} \dots 8$$

$$h(m, \alpha, \beta | \vec{x}) = \frac{\beta^n \prod_{i=1}^n \left[\frac{1}{x_i} \binom{m x_i}{x_i - 1} \sum_{j=0}^{m x_i - x_i + 1} \binom{m x_i - x_i + 1}{j} (-1)^j \frac{\Gamma\left(\beta + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right)\right)}{\Gamma\left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right) \Gamma(\beta)} \right] A}{\int_m \int_\alpha \int_\beta \beta^n \prod_{i=1}^n \left[\frac{1}{x_i} \binom{m x_i}{x_i - 1} \sum_{j=0}^{m x_i - x_i + 1} \binom{m x_i - x_i + 1}{j} (-1)^j \frac{\Gamma\left(\beta + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right)\right)}{\Gamma\left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right) \Gamma(\beta)} \right] A d\beta d\alpha dm}$$

ومن ذلك يمكن ان نستنتج التوزيع اللاحق لكل معلمة من المعلمات المراد تقديرها كالآتي:

$$h_1(m | \alpha, \beta, \vec{x})$$

$$\begin{aligned} & \beta^n \prod_{i=1}^n \left[\frac{1}{x_i} \binom{m x_i}{x_i - 1} \sum_{j=0}^{m x_i - x_i + 1} \binom{m x_i - x_i + 1}{j} (-1)^j \frac{\Gamma\left(\beta + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right)\right)}{\Gamma\left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right) \Gamma(\beta)} \right] \binom{n}{m} p^m q^{n-m} \\ = & \frac{\beta^n \prod_{i=1}^n \left[\frac{1}{x_i} \binom{m x_i}{x_i - 1} \sum_{j=0}^{m x_i - x_i + 1} \binom{m x_i - x_i + 1}{j} (-1)^j \frac{\Gamma\left(\beta + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right)\right)}{\Gamma\left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right) \Gamma(\beta)} \right] \binom{n}{m} p^m q^{n-m}}{\int_m \beta^n \prod_{i=1}^n \left[\frac{1}{x_i} \binom{m x_i}{x_i - 1} \sum_{j=0}^{m x_i - x_i + 1} \binom{m x_i - x_i + 1}{j} (-1)^j \frac{\Gamma\left(\beta + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right)\right)}{\Gamma\left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right) \Gamma(\beta)} \right] \binom{n}{m} p^m q^{n-m} dm} \\ = & \frac{\prod_{i=1}^n \left[\frac{1}{x_i} \binom{m x_i}{x_i - 1} \sum_{j=0}^{m x_i - x_i + 1} \binom{m x_i - x_i + 1}{j} (-1)^j \right] \binom{n}{m} p^m q^{n-m}}{\int_m \prod_{i=1}^n \left[\frac{1}{x_i} \binom{m x_i}{x_i - 1} \sum_{j=0}^{m x_i - x_i + 1} \binom{m x_i - x_i + 1}{j} (-1)^j \right] \binom{n}{m} p^m q^{n-m} dm} \dots 9 \end{aligned}$$

$$h_2(\alpha | m, \beta, \vec{x})$$

$$\begin{aligned} & \beta^n \prod_{i=1}^n \left[\frac{1}{x_i} \binom{m x_i}{x_i - 1} \sum_{j=0}^{m x_i - x_i + 1} \binom{m x_i - x_i + 1}{j} (-1)^j \frac{\Gamma\left(\beta + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right)\right)}{\Gamma\left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right) \Gamma(\beta)} \right] \binom{n}{\alpha} p^\alpha q^{n-\alpha} \\ = & \frac{\beta^n \prod_{i=1}^n \left[\frac{1}{x_i} \binom{m x_i}{x_i - 1} \sum_{j=0}^{m x_i - x_i + 1} \binom{m x_i - x_i + 1}{j} (-1)^j \frac{\Gamma\left(\beta + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right)\right)}{\Gamma\left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right) \Gamma(\beta)} \right] \binom{n}{\alpha} p^\alpha q^{n-\alpha}}{\int_\alpha \beta^n \prod_{i=1}^n \left[\frac{1}{x_i} \binom{m x_i}{x_i - 1} \sum_{j=0}^{m x_i - x_i + 1} \binom{m x_i - x_i + 1}{j} (-1)^j \frac{\Gamma\left(\beta + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right)\right)}{\Gamma\left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right) \Gamma(\beta)} \right] \binom{n}{\alpha} p^\alpha q^{n-\alpha} d\alpha} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 & \frac{\prod_{i=1}^n \left[\frac{\Gamma\left(\beta + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right)\right)}{\Gamma\left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right) \Gamma(\beta)} \right] \binom{n}{\alpha} p^\alpha q^{n-\alpha}}{\int_{\alpha} \prod_{i=1}^n \left[\frac{\Gamma\left(\beta + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right)\right)}{\Gamma\left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right) \Gamma(\beta)} \right] \binom{n}{\alpha} p^\alpha q^{n-\alpha} d\alpha} \dots 10
 \end{aligned}$$

h3 ($\beta|m, \alpha, \vec{x}$)

$$\begin{aligned}
 & \frac{\beta^n \prod_{i=1}^n \left[\frac{1}{x_i} \binom{m x_i}{x_i - 1} \sum_{j=0}^{m x_i - x_i + 1} \binom{m x_i - x_i + 1}{j} (-1)^j \frac{\Gamma\left(\beta + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right)\right)}{\Gamma\left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right) \Gamma(\beta)} \right] \beta^{c-1} (1 - \beta)^{d-1}}{\int_{\beta} \beta^n \prod_{i=1}^n \left[\frac{1}{x_i} \binom{m x_i}{x_i - 1} \sum_{j=0}^{m x_i - x_i + 1} \binom{m x_i - x_i + 1}{j} (-1)^j \frac{\Gamma\left(\beta + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right)\right)}{\Gamma\left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right) \Gamma(\beta)} \right] \beta^{c-1} (1 - \beta)^{d-1} d\beta} \\
 & \frac{\beta^n \prod_{i=1}^n \left[\frac{\Gamma\left(\beta + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right)\right)}{\Gamma\left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right) \Gamma(\beta)} \right] \beta^{c-1} (1 - \beta)^{d-1}}{\int_{\beta} \beta^n \prod_{i=1}^n \left[\frac{\Gamma\left(\beta + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right)\right)}{\Gamma\left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right) \Gamma(\beta)} \right] \beta^{c-1} (1 - \beta)^{d-1} d\beta} \dots 11
 \end{aligned}$$

فإن مقدر بيز في ظل دالة الخسارة التربيعية الذي يجعل دالة المخاطرة اقل ما يمكن والتي تمثل توقع دالة الخسارة بعد ايجاد المشتقة الاولى بالنسبة للمعلمة المراد تقديرها ومساواتها بالصفر نحصل على :

$$\begin{aligned}
 Risk &= E(d(\delta) - \hat{d}(\delta))^2 \\
 &= \int_{\forall \delta} (d(\delta) - \hat{d}(\delta))^2 h(\theta, \alpha, \beta | \vec{x}) d\delta \\
 &= \int_{\forall \delta} (d(\delta)^2 - 2d(\delta)\hat{d}(\delta) + \hat{d}(\delta)^2) h(\theta, \alpha, \beta | \vec{x}) d\delta \\
 &= \hat{d}(\delta)^2 - 2\hat{d}(\delta)E(d(\delta)|x) + E(d(\delta)^2|x) \dots 12
 \end{aligned}$$

وباشتقاق المعادلة (12) بالنسبة لـ $\hat{d}(\delta)$ ومساواة المشتقة بالصفر نحصل على :

$$\frac{\delta E(d(\delta) - \hat{d}(\delta))^2}{\delta \hat{d}(\delta)} = 0$$

$$= 2\hat{d}(\delta) - 2E(d(\delta)|x) = 0$$

$$\therefore \hat{d}(\delta)_{SEL} = E_{\delta}(\delta|x) \quad \dots 13$$

إذ أن :

$d(\delta)$: القيمة الحقيقية للمعلمة المراد تقديرها

$\hat{d}(\delta)$: مقدر المعلمة

$\hat{d}(\delta)_{SEL}$: مقدر بيز القياسي للمعلمة المراد تقديرها في ظل دالة الخسارة التربيعية

لذلك فإن مقدر بيز القياسي لمعلمات توزيع القنصل كوماراسوامي Consul Kumaraswamy يكون كالآتي:

$$\begin{aligned} \hat{m}_{SBSEL} &= \frac{\partial}{\partial \hat{m}} \left[\int_m ((m - \hat{m})^2) h_1(m | \alpha, \beta, \vec{x}) dm \right] = 0 \\ &= \frac{\partial}{\partial \hat{m}} \left[\int_m (m - \hat{m})^2 \frac{\prod_{i=1}^n \left[\frac{1}{x_i} \binom{m x_i}{x_i - 1} \sum_{j=0}^{m x_i - x_i + 1} \binom{m x_i - x_i + 1}{j} (-1)^j \right] \binom{n}{m} p^m q^{n-m}}{\int_m \prod_{i=1}^n \left[\frac{1}{x_i} \binom{m x_i}{x_i - 1} \sum_{j=0}^{m x_i - x_i + 1} \binom{m x_i - x_i + 1}{j} (-1)^j \right] \binom{n}{m} p^m q^{n-m} dm} dm \right] \\ &= 0 \quad \dots 14 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \hat{\alpha}_{SBSEL} &= \frac{\partial}{\partial \hat{\alpha}} \left[\int_{\alpha} (\alpha - \hat{\alpha})^2 h_2(\alpha | m, \beta, \vec{x}) d\alpha \right] = 0 \\ &= \frac{\partial}{\partial \hat{\alpha}} \left[\int_{\alpha} (\alpha - \hat{\alpha})^2 \frac{\prod_{i=1}^n \left[\frac{\Gamma\left(\beta + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right)\right)}{\Gamma\left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right) \Gamma(\beta)} \right] \binom{n}{\alpha} p^{\alpha} q^{n-\alpha}}{\int_{\alpha} \prod_{i=1}^n \left[\frac{\Gamma\left(\beta + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right)\right)}{\Gamma\left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right) \Gamma(\beta)} \right] \binom{n}{\alpha} p^{\alpha} q^{n-\alpha} d\alpha} d\alpha \right] \\ &= 0 \quad \dots 15 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \hat{\beta}_{SBSEL} &= \frac{\partial}{\partial \hat{\beta}} \left[\int_{\beta} (\beta - \hat{\beta})^2 h_3(\beta | m, \alpha, \vec{x}) d\beta \right] = 0 \\ &= \frac{\partial}{\partial \hat{\beta}} \left[\int_{\beta} (\beta - \hat{\beta})^2 \frac{\beta^n \prod_{i=1}^n \left[\frac{\Gamma\left(\beta + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right)\right)}{\Gamma\left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right) \Gamma(\beta)} \right] \beta^{c-1} (1 - \beta)^{d-1}}{\int_{\beta} \beta^n \prod_{i=1}^n \left[\frac{\Gamma\left(\beta + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right)\right)}{\Gamma\left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right) \Gamma(\beta)} \right] \beta^{c-1} (1 - \beta)^{d-1} d\beta} d\beta \right] \\ &= 0 \quad \dots 16 \end{aligned}$$

وان مقدر دالة البقاء لتوزيع القنصل كوماراسوامي CKSD في ظل دالة خسارة تربيعية

$$\begin{aligned} & \hat{S}(t)_{SBSEL} \\ & = 1 \\ & - \sum_{i=0}^x \frac{\hat{\beta}_{SBSEL}}{xi} \left(\widehat{m}_{SBSEL}^{xi} \right) \sum_{j=0}^{\widehat{m}_{SBSEL}^{xi-xi+1}} \binom{\widehat{m}_{SBSEL}^{xi-xi+1}}{j} (-1)^j B \left(\hat{\beta}_{SBSEL}, \frac{x_i + j - 1}{\hat{\alpha}_{SBSEL}} \right. \\ & \left. + 1 \right) \dots 17 \end{aligned}$$

Standard Informative Bayesian Estimator 5-2 مقدر بيز القياسي المعلوماتي في ظل دالة خسارة انتروبي عامة [9][5] under General Entropy Loss

لذلك فان مقدر بيز القياسي لمعلومات توزيع القنصل كوماراسوامي في ظل دالة الخسارة انتروبي عامة يكون كالآتي:

$$\begin{aligned} \hat{m}_{SBEL} & = \frac{\partial}{\partial \hat{m}} \left[\int_m \left(\left(\frac{\hat{m}}{m} \right)^q - q \log \frac{\hat{m}}{m} - 1 \right)^{\frac{-1}{q}} h_1(m | \alpha, \beta, \vec{x}) dm \right] = 0 \\ & = \frac{\partial}{\partial \hat{m}} \left[\int_m \left(\left(\frac{\hat{m}}{m} \right)^q - q \log \frac{\hat{m}}{m} - 1 \right) \frac{\prod_{i=1}^n \left[\frac{1}{xi} \binom{mxi}{xi-1} \sum_{j=0}^{mxi-xi+1} \binom{mxi-xi+1}{j} (-1)^j \right] \binom{n}{m} p^m q^{n-m}}{\int_m \prod_{i=1}^n \left[\frac{1}{xi} \binom{mxi}{xi-1} \sum_{j=0}^{mxi-xi+1} \binom{mxi-xi+1}{j} (-1)^j \right] \binom{n}{m} p^m q^{n-m} dm} \right] \\ & = 0 \dots 18 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \hat{\alpha}_{SBEL} & = \frac{\partial}{\partial \hat{\alpha}} \left[\int_{\alpha} \left(\left(\frac{\hat{\alpha}}{\alpha} \right)^q - q \log \frac{\hat{\alpha}}{\alpha} - 1 \right)^{\frac{-1}{q}} h_2(\alpha | m, \beta, \vec{x}) d\alpha \right] = 0 \\ & = \frac{\partial}{\partial \hat{\alpha}} \left[\int_{\alpha} \left(\left(\frac{\hat{\alpha}}{\alpha} \right)^q - q \log \frac{\hat{\alpha}}{\alpha} - 1 \right)^{\frac{-1}{q}} \frac{\prod_{i=1}^n \left[\frac{\Gamma \left((\beta) + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1 \right) \right)}{\Gamma \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1 \right) \Gamma(\beta)} \right] \binom{n}{\alpha} p^{\alpha} q^{n-\alpha}}{\int_{\alpha} \prod_{i=1}^n \left[\frac{\Gamma \left((\beta) + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1 \right) \right)}{\Gamma \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1 \right) \Gamma(\beta)} \right] \binom{n}{\alpha} p^{\alpha} q^{n-\alpha} d\alpha} d\alpha \right] \\ & = 0 \dots 19 \end{aligned}$$

$$\hat{\beta}_{SBEL} = \frac{\partial}{\partial \hat{\beta}} \left[\int_{\beta} \left(\left(\frac{\hat{\beta}}{\beta} \right)^q - q \log \frac{\hat{\beta}}{\beta} - 1 \right)^{\frac{-1}{q}} h_3(\beta | m, \alpha, \vec{x}) d\beta \right] = 0$$

$$= \frac{\partial}{\partial \hat{\beta}} \left[\int_{\beta} \left(\left(\frac{\hat{\beta}}{\beta} \right)^q - q \log \frac{\hat{\beta}}{\beta} - 1 \right)^{\frac{-1}{q}} \frac{\beta^n \prod_{i=1}^n \left[\frac{\Gamma \left((\beta) + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1 \right) \right)}{\Gamma \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1 \right) \Gamma(\beta)} \right] \beta^{c-1} (1 - \beta)^{d-1}}{\int_{\beta} \beta^n \prod_{i=1}^n \left[\frac{\Gamma \left((\beta) + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1 \right) \right)}{\Gamma \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1 \right) \Gamma(\beta)} \right] \beta^{c-1} (1 - \beta)^{d-1} d\beta} d\beta \right]$$

$$= 0 \quad \dots 20$$

وان مقدر دالة البقاء لتوزيع القنصل كوماراسوامي CKSD في ظل دالة خسارة انتروبي عامة

$$\hat{S}(t)_{SBEL} = 1 - \sum_{i=0}^x \frac{\hat{\beta}_{SBEL}}{xi} \left(\widehat{m}_{SBEL} xi \right) \sum_{j=0}^{\widehat{m}_{SBEL} xi - xi + 1} \binom{\widehat{m}_{SBEL} xi - xi + 1}{j} (-1)^j B \left(\hat{\beta}_{SBEL}, \frac{x_i + j - 1}{\hat{\alpha}_{SBEL}} + 1 \right) \dots 21$$

6- مقدر توقع بيز Expected Bayesian Estimator [5][1]

واحدة من الطرائق البيزية التي قدمها الباحث Han عام (2006) في اختيار دالة كثافة احتمالية اولية تتضمن معلمات يتم اختيارها بالشكل الذي يجعل دالة الكثافة الاحتمالية الاولية متناقصة بالنسبة للمعلمة المراد تقديرها وتكون دوال الكثافة الاحتمالية للمعلمات كالآتي:

$$\pi(m) = \frac{1}{k_1} \quad 0 < m < k_1$$

$$\pi(\alpha) = \frac{1}{k_2} \quad 0 < \alpha < k_2$$

$$\pi(c) = \frac{1}{k_3} \quad 0 < c < k_3$$

$$\pi(d) = \frac{1}{k_4} \quad 0 < d < k_4$$

6-1 مقدر توقع بيز في ظل دالة خسارة تربيعية Bayes expectation estimator under a squared loss function

(EBSEL)

وفق دالة الكثافة الاحتمالية الاولية وباستعمال صيغة توقع بيز نحصل على مقدرات توقع بيز لمعلمات توزيع القنصل كوماراسوامي

$$\hat{m}_{EBSEL} = \int_0^{k_1} \hat{m}_{SBSEL} \pi(m) dm$$

$$\hat{m}_{EBSEL} = \int_0^{k_1} \frac{1}{k_1} \left(\frac{\partial}{\partial \hat{m}} \left[\int_m (m - \hat{m})^2 \frac{\prod_{i=1}^n \left[\frac{1}{x_i} \binom{m x_i}{x_i - 1} \sum_{j=0}^{m x_i - x_i + 1} \binom{m x_i - x_i + 1}{j} (-1)^j \right] \binom{n}{m} p^m q^{n-m}}{\int_m \prod_{i=1}^n \left[\frac{1}{x_i} \binom{m x_i}{x_i - 1} \sum_{j=0}^{m x_i - x_i + 1} \binom{m x_i - x_i + 1}{j} (-1)^j \right] \binom{n}{m} p^m q^{n-m} dm} dm \right] \right) dm \dots 22$$

$$\hat{\alpha}_{EBSEL} = \int_0^{k_2} \hat{\alpha}_{SBSEL} \pi(\alpha) d\alpha$$

$$\hat{\alpha}_{EBSEL} = \int_0^{k_2} \frac{1}{k_2} \left(\frac{\partial}{\partial \hat{\alpha}} \left[\int_{\alpha} (\alpha - \hat{\alpha})^2 \frac{\prod_{i=1}^n \left[\frac{\Gamma \left((\beta) + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1 \right) \right)}{\Gamma \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1 \right) \Gamma(\beta)} \right] \binom{n}{\alpha} p^{\alpha} q^{n-\alpha}}{\int_{\alpha} \prod_{i=1}^n \left[\frac{\Gamma \left((\beta) + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1 \right) \right)}{\Gamma \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1 \right) \Gamma(\beta)} \right] \binom{n}{\alpha} p^{\alpha} q^{n-\alpha} d\alpha} d\alpha \right] \right) da_2 \dots 23$$

$$\hat{\beta}_{EBSEL} = \int_0^{k_3} \int_0^{k_4} \hat{\beta}_{SBSEL} \pi(\beta) dcdd$$

$$\hat{\beta}_{EBSEL} = \int_0^{k_3} \int_0^{k_4} \frac{1}{k_3 k_4} \left(\frac{\partial}{\partial \hat{\beta}} \int_{\beta} (\beta - \hat{\beta})^2 \frac{\beta^n \prod_{i=1}^n \left[\frac{\Gamma\left(\beta + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right)\right)}{\Gamma\left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right) \Gamma(\beta)\right)}{\Gamma\left(\beta + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1\right)\right)} \beta^{c-1} (1 - \beta)^{d-1} d\beta \right) dc dd \dots 24$$

وان مقدر دالة البقاء لتوزيع القنصل كوماراسوامي CKSD في ظل دالة خسارة تربيعية :

$$\hat{S}(t)_{EBSEL} = 1 - \sum_{i=0}^x \frac{\hat{\beta}_{EBSEL}}{x_i} \binom{\widehat{m}_{EBSEL} x_i}{x_i - 1} \sum_{j=0}^{\widehat{m}_{EBSEL} x_i - x_i + 1} \binom{\widehat{m}_{EBSEL} x_i - x_i + 1}{j} (-1)^j B\left(\hat{\beta}_{EBSEL}, \frac{x_i + j - 1}{\hat{\alpha}_{EBSEL}} + 1\right) \dots 25$$

6-2 مقدر توقع بيز في ظل دالة خسارة انتروبي عامة (EBEL)

(Expected Bayesian Estimator Under General EntropyLoss)^[5]

وفق دوال الكثافة الاحتمالية الاولية السابقة وباستعمال صيغة توقع بيز نحصل على مقدرات توقع بيز لتوزيع القنصل كوماراسوامي CKSD ذي الثلاث معلمات وفي ظل دالة خسارة انتروبي العامة كما يأتي:

$$\hat{m}_{EBEL} = \int_0^{k_1} \hat{m}_{SBEL} \pi(m) dm$$

$$\hat{m}_{EBEL} = \int_0^{k_1} \frac{1}{k_1} \left[\frac{\partial}{\partial \hat{m}} \left[\int_m \left(\left(\frac{\hat{m}}{m} \right)^q - q \log \frac{\hat{m}}{m} - 1 \right) \frac{\prod_{i=1}^n \left[\frac{1}{x_i} \binom{m x_i}{x_i - 1} \sum_{j=0}^{m x_i - x_i + 1} \binom{m x_i - x_i + 1}{j} (-1)^j \right] \binom{n}{m} p^m q^{n-m}}{\int_m \prod_{i=1}^n \left[\frac{1}{x_i} \binom{m x_i}{x_i - 1} \sum_{j=0}^{m x_i - x_i + 1} \binom{m x_i - x_i + 1}{j} (-1)^j \right] \binom{n}{m} p^m q^{n-m} dm} \right] dm \dots 26$$

$$\hat{\alpha}_{EBEL} = \int_0^{k_2} \hat{\alpha}_{SBEL} \pi(\alpha) d\alpha$$

$$\hat{\alpha}_{EBEL} = \int_0^{k_2} \frac{1}{k_2} \left(\frac{\partial}{\partial \hat{\alpha}} \left[\int_{\alpha} \left(\left(\frac{\hat{\alpha}}{\alpha} \right)^q - q \log \frac{\hat{\alpha}}{\alpha} - 1 \right)^{\frac{-1}{q}} \frac{\prod_{i=1}^n \left[\frac{\Gamma \left((\beta) + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1 \right) \right)}{\Gamma \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1 \right) \Gamma(\beta)} \right] \binom{n}{\alpha} p^{\alpha} q^{n-\alpha}}{\int_{\alpha} \prod_{i=1}^n \left[\frac{\Gamma \left((\beta) + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1 \right) \right)}{\Gamma \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1 \right) \Gamma(\beta)} \right] \binom{n}{\alpha} p^{\alpha} q^{n-\alpha} d\alpha} d\alpha \right) d\alpha \dots 27$$

$$\hat{\beta}_{EBEL} = \int_0^{k_3} \int_0^{k_4} \hat{\beta}_{SBEL} \pi(c) \pi(d) dc dd$$

$$\hat{\beta}_{EBEL} = \int_0^{k_3} \int_0^{k_4} \frac{1}{k_3 k_4} \left(\int_{\beta} \left(\left(\frac{\hat{\beta}}{\beta} \right)^q - q \log \frac{\hat{\beta}}{\beta} \right. \right. \\ \left. \left. - 1 \right) \frac{\beta^n \prod_{i=1}^n \left[\frac{\Gamma \left((\beta) + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1 \right) \right)}{\Gamma \left(\frac{x + j - 1}{\alpha} + 1 \right) \Gamma(\beta)} \right] \beta^{c-1} (1 - \beta)^{d-1}}{\int_{\beta} \beta^n \prod_{i=1}^n \left[\frac{\Gamma \left((\beta) + \left(\frac{x_i + j - 1}{\alpha} + 1 \right) \right)}{\Gamma \left(\frac{x + j - 1}{\alpha} + 1 \right) \Gamma(\beta)} \right] \beta^{c-1} (1 - \beta)^{d-1} d\beta} d\beta \right) dcdd$$

... 28

وان مقدر دالة البقاء لتوزيع القنصل كوماراسوامي في ظل دالة خسارة انتروبي العامة :

$$\hat{S}(t)_{EBEL}$$

$$= 1$$

$$- \sum_{i=0}^x \frac{\hat{\beta}_{EBEL}}{x_i} \left(\widehat{m}_{EBEL} x_i \right) \sum_{j=0}^{\widehat{m}_{EBEL} x_i - x_i + 1} \binom{\widehat{m}_{EBEL} x_i - x_i + 1}{j} (-1)^j B \left(\hat{\beta}_{EBEL}, \frac{x_i + j - 1}{\hat{\alpha}_{EBEL}} + 1 \right) \dots 29$$

7- تحليل تجارب المحاكاة (Simulation Experiments Analyses)

في هذه الفقرة تم عرض نتائج تجارب المحاكاة وتحليلها لتقدير معالم ودالة البقاء لتوزيع القنصل كوماراسوامي (CKSD) بحسب الطرائق المبينة اعلاه إذ تم الحصول على هذه النتائج باستعمال برنامج ماتلاب :

8- البيانات الحقيقية Real Data

تم أخذ عينة عشوائية بسيطة بحجم (50) مريضاً لبيانات تمثل أوقات البقاء حتى الوفاة بسبب أمراض القلب الاقفارية (الاسكيمية) من المرضى الراقدين في مشفى الحسين التعليمي في محافظة كربلاء المقدسة مفاصة بالأسابيع لغرض ايجاد معالم ودالة البقاء بتوزيع القنصل-كوماراسوامي خلال سنة (2021) . والجدول (1) الآتي يبين البيانات الحقيقية.

جدول (1) أوقات البقاء حتى الوفاة بسبب أمراض القلب الاقفارية (الاسكيمية) للمرضى الراقدين بمشفى الحسين التعليمي التعليمي خلال سنة (2021)

No.	ti	No.	ti	No.	ti	No.	ti	No.	ti
1	0.31	11	0.44	21	0.56	31	0.67	41	1.45
2	2.13	12	2.35	22	1.11	32	2.49	42	2.45
3	1.11	13	0.35	23	1.57	33	2.58	43	5.34
4	0.56	14	1.21	24	5.19	34	0.77	44	0.77
5	3.45	15	1.33	25	8.32	35	3.37	45	3.56
6	4.56	16	0.28	26	2.35	36	4.31	46	4.45
7	2.34	16	0.31	27	5.56	37	2.22	47	3.55
8	1.44	18	2.67	28	2.23	38	1.13	48	2.56
9	0.34	19	1.67	29	4.34	39	0.11	49	1.33
10	1.13	20	0.13	30	1.89	40	1.24	50	2.89

والجدول (2) يبين الاحصاءات الوصفية للبيانات الحقيقية:

Index	value
Mean	2.1694
Median	1.7800
Mode	0.31
Std. Deviation	1.72746
Variance	2.984
Minimum	0.11
Maximum	8.32

يتضح من جدول (2) ان متوسط مدة بقاء المريض المصاب بأمراض القلب الاقفارية هو اسبوعان ويومان بانحراف معياري بلغ (1.72746). وان اعلى مدة بقاء المصاب بلغت ثمانية اسابيع وثلاثة ايام و اقل مدة بلغت يوماً واحداً. وكمدة بقاء شائعة بين المرضى المصابين هي ثلاثة ايام.

9. اختبار ملائمة البيانات Data Fitting

للتأكد من ان البيانات في جدول (1) تتبع توزيع القنصل كوماراسوامي (Consul Kumaraswamy Distribution (CKSD)) تم استعمال اختبار Chi-square لحسن المطابقة وبموجب الفرضية الآتية:

H_0 : The data have the CKSD

H_1 : The data have the CKSD

ولاختبار هذه الفرضية الاحصائية سيتم احتساب قيمة إحصاءه χ^2 وحسب الصيغة الآتية:

$$\chi_c^2 = \sum_{i=1}^n \frac{(O_i - E_i)^2}{E_i} \quad \dots 30$$

إذ تم احتساب إحصاءه حسن المطابقة χ_c^2 (في برنامج (MatLab) وكانت نتائج الاختبار كما في جدول (3-4):

جدول (3) نتائج اختبار ملائمة البيانات

Distribution	χ_c^2	χ_t^2	Sig.	Decision
Consul	10.45544	7.82	0.02567	Reject H_0
Kumaraswamy	11.89227		0.01433	Reject H_0
Consul Kumaraswamy	4.32737		0.44577	Don't reject H_0

نلاحظ من جدول (3) ان قيمة χ_c^2 المحسوبة لتوزيع CKSD بثلاث معلمات والبالغة (4.32737) اقل من قيمة χ_t^2 الجدولية عند مستوى معنوية 5% ودرجة حرية (3) والبالغة (7.82) وكانت قيمة Sig=0.44577 اكبر من مستوى المعنوية (0.05) وهذا يعني عدم رفض فرضية العدم اي ان البيانات الحقيقية تتوزع وفقاً لتوزيع CKSD بثلاث معلمات.

9-تحليل البيانات الحقيقية (Real data analysis)

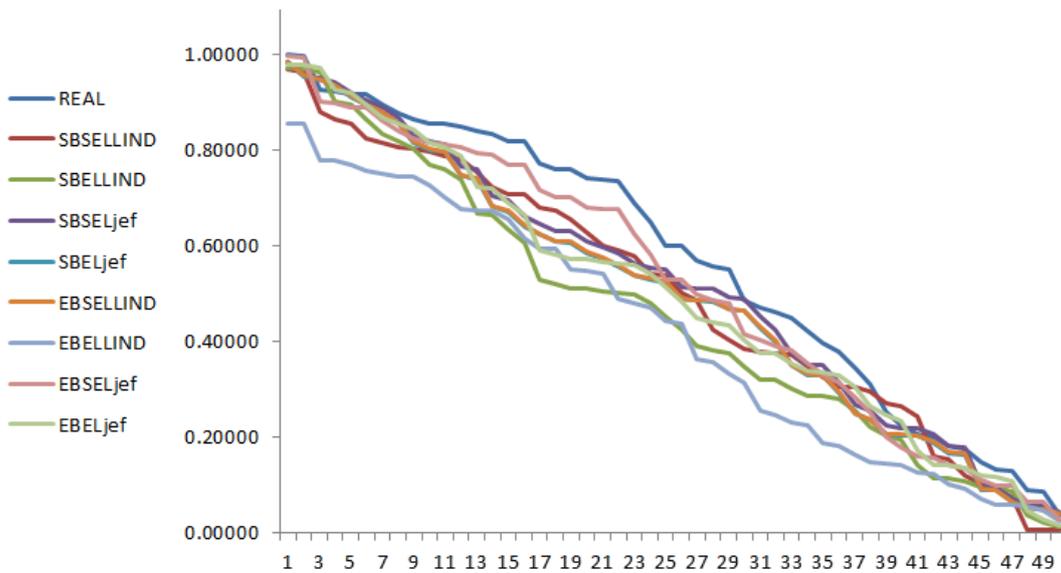
ولغرض تقدير دالة البقاء لتوزيع القنصل كوماراسوامي للبيانات الحقيقية لكافة طرائق التقدير كما في جدول (4) الاتي:

جدول (4) القيم التقديرية لدالة البقاء لتوزيع القنصل كوماراسوامي بموجب طرائق التقدير لكل طريقة عند البيانات الافتراضية

No.	ti	Real	SBSELL ind	SBELLi nd	SBSELje f	SBELjef	EBSELLi nd	EBELLi nd	EBSELje f	EBELjef
1	0.310	0.998	0.968	0.971	0.985	0.983	0.985	0.854	0.995	0.979
2	2.130	0.995	0.961	0.969	0.957	0.952	0.956	0.854	0.994	0.977
3	1.110	0.924	0.878	0.962	0.950	0.945	0.945	0.778	0.899	0.972
4	0.560	0.922	0.862	0.901	0.940	0.934	0.934	0.778	0.896	0.924
5	3.450	0.916	0.856	0.893	0.919	0.911	0.912	0.768	0.889	0.918
6	4.560	0.916	0.825	0.863	0.904	0.894	0.896	0.756	0.888	0.894
7	2.340	0.893	0.814	0.832	0.889	0.878	0.880	0.751	0.860	0.868
8	1.440	0.877	0.805	0.817	0.868	0.856	0.856	0.745	0.840	0.855
9	0.340	0.864	0.803	0.802	0.831	0.816	0.818	0.743	0.824	0.842

10	1.130	0.855	0.795	0.768	0.816	0.800	0.803	0.726	0.813	0.813
11	0.440	0.854	0.787	0.760	0.811	0.795	0.795	0.702	0.813	0.806
12	2.350	0.848	0.781	0.738	0.765	0.746	0.748	0.677	0.804	0.787
13	0.350	0.838	0.752	0.666	0.758	0.739	0.741	0.674	0.793	0.721
14	1.210	0.834	0.723	0.665	0.704	0.682	0.684	0.673	0.789	0.720
15	1.330	0.818	0.708	0.633	0.694	0.671	0.674	0.655	0.769	0.690
16	0.280	0.816	0.706	0.604	0.662	0.639	0.642	0.616	0.767	0.663
17	0.310	0.771	0.680	0.529	0.647	0.623	0.623	0.594	0.715	0.590
18	2.670	0.760	0.674	0.520	0.632	0.607	0.608	0.594	0.702	0.581
19	1.670	0.760	0.653	0.511	0.631	0.607	0.607	0.552	0.702	0.572
20	0.130	0.740	0.628	0.510	0.610	0.586	0.589	0.548	0.680	0.571
21	0.560	0.737	0.600	0.506	0.596	0.571	0.574	0.542	0.676	0.567
22	1.110	0.736	0.590	0.500	0.583	0.558	0.560	0.488	0.676	0.561
23	1.570	0.689	0.579	0.500	0.564	0.539	0.539	0.480	0.623	0.561
24	5.190	0.649	0.540	0.479	0.553	0.528	0.531	0.469	0.581	0.540
25	8.320	0.600	0.538	0.453	0.549	0.524	0.527	0.442	0.530	0.514
26	2.350	0.598	0.501	0.423	0.513	0.488	0.490	0.437	0.528	0.483
27	5.560	0.569	0.485	0.390	0.511	0.485	0.486	0.362	0.498	0.449
28	2.230	0.557	0.423	0.382	0.509	0.484	0.484	0.357	0.486	0.440
29	4.340	0.549	0.403	0.376	0.491	0.466	0.467	0.333	0.478	0.434
30	1.890	0.487	0.384	0.346	0.489	0.464	0.466	0.312	0.416	0.402
31	0.560	0.471	0.379	0.321	0.453	0.428	0.429	0.255	0.402	0.374
32	1.110	0.462	0.374	0.320	0.425	0.400	0.402	0.245	0.392	0.374
33	1.570	0.450	0.373	0.301	0.374	0.351	0.352	0.231	0.381	0.353
34	5.190	0.420	0.347	0.287	0.352	0.329	0.332	0.224	0.353	0.338
35	8.320	0.398	0.326	0.285	0.351	0.328	0.329	0.189	0.332	0.336
36	2.350	0.378	0.306	0.279	0.313	0.292	0.294	0.182	0.313	0.329

37	5.560	0.346	0.304	0.256	0.268	0.249	0.251	0.164	0.284	0.304
38	2.230	0.311	0.297	0.221	0.255	0.236	0.238	0.147	0.253	0.265
39	4.340	0.252	0.272	0.204	0.224	0.207	0.208	0.144	0.201	0.245
40	1.890	0.225	0.263	0.195	0.220	0.203	0.206	0.143	0.178	0.234
41	1.450	0.206	0.244	0.141	0.220	0.203	0.203	0.125	0.161	0.172
42	2.450	0.200	0.161	0.115	0.205	0.189	0.190	0.124	0.156	0.142
43	5.340	0.183	0.154	0.113	0.182	0.168	0.169	0.103	0.142	0.141
44	0.770	0.174	0.120	0.109	0.179	0.164	0.166	0.092	0.135	0.135
45	3.560	0.147	0.101	0.096	0.100	0.091	0.093	0.072	0.112	0.120
46	4.450	0.131	0.093	0.095	0.097	0.089	0.091	0.060	0.100	0.119
47	3.550	0.131	0.075	0.087	0.071	0.064	0.066	0.060	0.099	0.109
48	2.560	0.089	0.008	0.037	0.058	0.053	0.054	0.055	0.066	0.047
49	1.330	0.087	0.008	0.021	0.055	0.050	0.051	0.045	0.064	0.028
50	2.890	0.038	0.005	0.012	0.044	0.040	0.040	0.024	0.027	0.016



شكل (3) منحنى دالة البقاء الحقيقية والمقدرة بموجب طرائق التقدير للبيانات الحقيقية

من الجدول (4) والشكل (3) يتضح الآتي:

1. تناقص قيم دالة البقاء مع الزمن وبصورة واضحة وهذا ما يطابق سلوك هذه الدالة كونها متناقصة مع الزمن .
2. القيم المقدره لدالة البقاء لجميع الطرائق تقترب من قيم دالة البقاء الحقيقية.
3. القيم المقدره لدالة البقاء بموجب طريقة توقع بيز في ظل دالة خسارة انطروبي عامة افضل من باقي الطرائق البيزية كونها اكثر اقتراب لدالة البقاء الحقيقية.
4. كلما قلت مدة بقاء المريض في المستشفى، زاد احتمال بقائه على قيد الحياة. فالمرضى الذي بقي راقداً في المستشفى مدة (1) يوم كان احتمال بقائه على قيد الحياة (99%) ، والمرضى الذي كانت مدة بقائه في المستشفى (3) اسابيع كان احتمال بقائه على قيد الحياة (2.7%).

10. الاستنتاجات والتوصيات :

- 1- ان اعلى مدة بقاء للمصاب بامراض القلب الاقفارية هي ثمانية اسابيع وثلاثة أيام واكل مدة بلغت يوماً واحداً وكمدة بقاء شائعة بين المرضى المصابين هي ثلاثة أيام .
- 2- نلاحظ في الجانب التطبيقي لهذه الرسالة تناقص قيم دالة البقاء بصورة واضحة وهذا ما يطابق سلوك هذه الدالة كونها دالة متناقصة مع الزمن .
- 3- كلما قلت مدة بقاء المريض في المشفى زاد احتمال بقائه على قيد الحياة فالمرضى الذي بقي راقداً في المشفى مدة يوم واحد كان احتمال بقائه في المشفى ثلاثة اسابيع كان احتمال بقائه على قيد الحياة 2.7% .
- 4- نلاحظ بأن قيم متوسط مربعات الخطأ التكاملي IMSE للمعاملات ولدالة البقاء يتناقص بزيادة حجم العينة وهذا ما يتطابق مع النظرية الإحصائية .
- 5- اعتماد الدراسة لدى وزارة الصحة للافادة منها في تفسير سلوك أنواع أخرى مقارنة لأمرض القلب الاقفارية .
- 6- استعمال طريقة توقع بيز لإيجاد مقدرات التوزيعات المركبة ومنها توزيع القنصل كوماراسوامي

المصادر

- 1- العبادي ، كرم ناصر ، 2021 م، التقدير البيزي لتوزيع ليندلي ذو ثلاث معلمات مع تطبيق عملي ، رسالة ماجستير ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة كربلاء .
- 2- نجم عبد عليوي ، سامي عطية سيد ، 2017م ، مقارنة بين مقدرات بيز القياسية وطريقة الإمكان الأعظم لتقدير معلمة توزيع ماكسويل باستخدام المحاكاة ، مجلة ميسان للدراسات الاكاديمية ، 32، جامعة ميسان قسم الرياضيات

3-Amin, A. A. (2020). Bayesian analysis of double seasonal autoregressive models. *Sankhya B*, 82(2), 328-352.

4-Ismail, S. K., AL-Sabbah, S. A., Moahammed, S. M., Nassif, M M., & Ramadan, E. Q. (2022). Estimation of exponential Pareto parameters. *International Journal of Nonlinear Analysis and Applications*, 13(1), 2385-2394.

5- Li, C.P.& Hao ,H.B.(2019).E-Bayesian estimation and hierarchical Bayesian estimation of Poisson dist. Parameter under entropy loss function . *IJAM*,49,369-374.

6- Mahmoud, M. A., Mohammed, A. A., & Abraheem, S. K. (2022). A comparative study on numerical, non-Bayes and Bayes estimation for the shape parameter of Kumaraswamy distribution. *International Journal of Nonlinear Analysis and Applications*, 13(1), 1417-1434.

7- Rashid, A., & Jan, T. R. (2015). A New Three Parameter Consul Kumaraswamy Distribution with Application. *Int. J. Modern Math. Sci*, 13(4), 366-376 .

مقارنة طريقتي (WLS & CVM) لتقدير معلمات توزيع احتمالي Inverted Topp
Leone- exponential مع المحاكاة

Comparison of the two methods (WLSE & CVME) to estimate the
parameters of an InvertedTopp-Leone-Exponential Probability
Distribution with simulation

أ.د شروق عبد الرضا سعيد السباح2
shorouk Abdul Reda Saeed2
Shorouq.a@uokerbala.edu.iq
كلية الإدارة والاقتصاد/جامعة كربلاء

College of Administration and Economics
University of Karbala

صفا نجاح عبد الأمير1
Safa Najah Abdul Ameer1
safa.n@s.uokerbala.edu.iq
كلية الإدارة والاقتصاد/جامعة كربلاء

College of Administration and Economics
University of Karbala

المستخلص:

تعتبر عملية تركيب التوزيعات من النمذجة الشائعة و المعروفة لتوليد توزيعات جديدة هي التوزيعات المركبة ، حيث استعمل في هذا البحث منهجية لبناء نموذج مقترح جديد من التوزيع توب-ليون المحول (Inverted-Topp-Leone) والتوزيع الاسي (Exponential) وهي العائلة الأسية المعممة الفردية ((The odd generalized exponential family)) ويرمز لها (OGE)) ليكون مركب يسمى (InvertedTopp_leon_ odd generalized Exponential Distribution) ذات المعلمتين معلمة القياس Θ و معلمة الشكل λ ودراسة خصائصه الاحصائية وتقدير معلماته باستخدام طريقتي التقدير مربعات الصغرى الموزونة وكرامر فون باستخدام المحاكاة عليه وباعتماد على نتائج المحاكاة تبين ان طريقة المربعات الصغرى الموزونة هي اكثر كفاءة لتقدير المعلمات.

الكلمات المفتاحية: توزيع (Inverted-Topp-Leone)، العائلة الأسية المعممة الفردية (OGE Family)، توزيع (InvertedTopp_leon_ odd generalized Exponential Distribution)، و طريقة مربعات الصغرى الموزونة (WLS) وطريقة كرامر فون (CVM).

Abstract:

One of the common and well-known models for generating new distributions is the process of synthesis of distributions, namely complex distributions. In this paper, a methodology was used to build a new proposed model for the inverted-Topp-leone distribution and the exponential distribution, which is the singular generalized exponential family ((single generalized exponential family) and symbolized by (OGE) to be a complex called (InvertedTopp_leone_ odd generalized exponential distribution) with two parameters, parameter Measurement Θ and shape parameter λ , And estimating its parameters using weighted least squares estimation methods and Kramer von using simulation on it, Based on the simulation results, it was found that the weighted least squares method is more efficient for estimating parameters.

Keywords: Inverted Topp_leon Distribution, The odd generalized exponential family, InvertedTopp_leon_ odd generalized Exponential Distribution, Weighted Least Squares Method (WLS), Cramér-von-Mises-Method of Estimation (CVME).

1-المقدمة :

هناك الكثير من التوزيعات الاحتمالية في علم الإحصاء قد تم التعرف عليها ودراستها و دخولها في كثير من مجالات الحياة ولكن قد نواجه في بعض البيانات مشاكل لعدم الوصول الى نتائج واقعية وذلك لكون التوزيع الاحتمالي غير قادر على دبلجة البيانات وبذلك نقوم باستعمال طرق أخرى وهي خلط او تركيب التوزيعات حيث تستخدم التوزيعات المركبة لتسهيل عملية تحليل البيانات بشكل افضل مما تكون التوزيعات مفردة ويمكن تطبيق عملية التركيب على التوزيعات الاحتمالية المتقطعة والمستمره ويمكن تركيبها مع بعض وفق شروط معينة. هناك عدة اساليب لعملية التركيب ولكن سوف نقتصر على العائلة الأسية المعممة الفردية (The odd "OGE generalized exponential family") لبناء توزيع احتمالي جديد ذات معلمتين مشكل من توزيعين مختلفين هما (Inverted-Topp-Leone) كتوزيع اساس والتوزيع الداعم له هو التوزيع الاسي (Exponential) ليكون هذا التوزيع عضوا جديد للعائلة (OGE family).

ليتم تركيب التوزيع ((I.T.L.OGE.D) InvertedTopp_leon_ odd generalized Exponential Distribution)) والتعرف على خصائصه وتقدير معلماته باستعمال طرائق التقدير مثل طريقة المربعات الصغرى الموزونة(WLS) وكرامر فون (CVM).

2. منهجية البحث

2.1 مشكلة البحث:

تتلخص مشكلة البحث لوحظ قلة الكتابة وفق منهجية (The odd generalized exponential family) فلا بد من تسليط الضوء عليها لبناء توزيع الاحتمالي جديد. وفي الجانب التطبيقي تم اجراء المحاكاة لتقدير معلماته باستعمال طريقة المربعات الصغرى وكرامر فون .

2.2-هدف البحث:

اقترح توزيع الاحتمالي جديد مركب (I.T.L.OGE.D) InvertedTopp_leon_ odd generalized Exponential Distribution) باستعمال (The odd generalized exponential family) ،اشتقاق الخصائص الرياضية العامة للتوزيع الاحتمالي الاحتمالي وتقدير معلماته.

3. توزيع توب-ليون المعكوس^[3] (Inverted Topp_leon Distribution)

يعد توزيع توب-ليون (المعكوس) من ضمن التوزيعات المحولة التي تستعمل في العديد من المجالات و التطبيقات بما في ذلك (العلوم البيولوجية ، مشاكل اختبار الحياة ، أخذ عينات المسح إلخ. ولايجاد توزيع Inverted Topp_leon (Distribution)) لنفرض ان Z متغير عشوائي يتبع توزيع (TL) (Distribution Topp_leon) :

$$f_{TL}(z) = 2\theta z^{\theta-1}(1-z)(2-z)^{\theta-1} ; 0 \leq z \leq 1, \theta > 0$$

$$F_{TL}(z) = z^{\theta}(2-z)^{\theta} ; 0 \leq z \leq 1, \theta > 0$$

وبأخذ (the transformation) $T = \frac{1}{z}$ وتم التوصل الى دالة الكثافة الاحتمالية (p.d.f)

$$T \sim ITP(\theta)$$

$$t \geq 0, \theta > 0 \quad (1) \quad f(t) = 2\theta t(1+t)^{-1-2\theta}(1+2t)^{-1+\theta}$$

اذ ان :

t: يمثل متغير عشوائي

θ : يمثل معلمة التوزيع

دالة التوزيع التراكمي (CDF) تكتب بالشكل الآتي :

$$F(t) = 1 - \frac{(1+2t)^\theta}{(1+t)^{2\theta}} \quad t \geq 0, \theta \quad (2)$$

4. التوزيع الاسي^[2] (Exponential Distribution)

يعد التوزيع الاسي من التوزيعات الإحصائية المستمرة ذات أهمية كبيرة في نظرية الاحتمالات ، له تطبيقات إحصائية كثيرة وخاصة في مجالات صفوف الانتظار ، النظرية المعولية و العمليات العشوائية... الخ ، و السبب في هذه التسمية ان التوزيع يعتمد على معادلة رياضية اسية. وان الصيغة الرياضية الخاصة به :

$$x \sim E(\lambda)$$

$$f(x) = \lambda e^{-\lambda x} \quad ; x \in (0, \infty), \lambda > 0 \quad (3)$$

حيث ان :

X : متغير عشوائي

λ : معلمة التوزيع

و ان الدالة التوزيع التجميعية هي :

$$F(x) = 1 - e^{-\lambda x} \quad (4)$$

5. العائلة الأسية المعممة الفردية “OGE”^{[1][4]} (The odd generalized exponential family)

ولنفرض ان (x) يمثل متغير عشوائي ذو دالة توزيع احتمالية pdf $g(x, \gamma)$ و γ تمثل معلمة التوزيع ($\gamma > 0$) و ان دالة التوزيع التراكمي cdf $G(x, \gamma)$ وبذلك تكون الدالة المعولية لها هي :

$$\bar{G}(x, \gamma) = 1 - G(x, \gamma).$$

ولإيجاد دالة التوزيع التراكمي للتوزيع المقترح للعائلة تكون الصيغة :

$$F(x) = F(x; \alpha, \lambda, \gamma) = (1 - e^{-\lambda \frac{G(x, \gamma)}{\bar{G}(x, \gamma)}})^\alpha \quad (5)$$

اما دالة الكثافة الاحتمالية فتكون بالصيغة الآتية :

$$f(x) = f(x; \alpha, \lambda, \gamma) = \frac{\lambda \alpha g(x, \gamma)}{(\bar{G}(x, \gamma))^2} e^{-\lambda \frac{G(x, \gamma)}{\bar{G}(x, \gamma)}} (1 - e^{-\lambda \frac{G(x, \gamma)}{\bar{G}(x, \gamma)}})^{\alpha-1}$$

$$x; \alpha, \lambda, \gamma > 0 \quad (6)$$

حيث افترض الباحثون (Muhammad H Tahir et al. (2021)) عندما تكون $\alpha = 1$ فتصبح الصيغة الأساسية تشابه دالة التوزيع التراكمي للتوزيع الاسي أي ان :

$$F(x; \lambda) = 1 - e^{-\lambda x}$$

وبالتالي ان الصيغتين أعلاه يمكن كتابتها بالشكل الاتي :

$$F(x) = F(x; \lambda, \gamma) = 1 - e^{-\lambda \left(\frac{G(x, \gamma)}{G(x, \gamma)} \right)}$$

و

$$f(x) = f(x; \lambda, \gamma) = \frac{\lambda \alpha g(x, \gamma)}{(G(x, \gamma))^2} e^{-\lambda \left(\frac{G(x, \gamma)}{G(x, \gamma)} \right)}$$

6. توزيع توب-ليون-المعكوس-الاسي ((InvertedTopp_leon_Exponenti Distribution (I.T.L.E.D)) توزيع توب-ليون-المعكوس-المفرد الاسي العام (I.T.L.OGE.D) InvertedTopp_leon_ odd generalized Exponential Distribution)

صيغة دالة التوزيع التراكمي cdf:

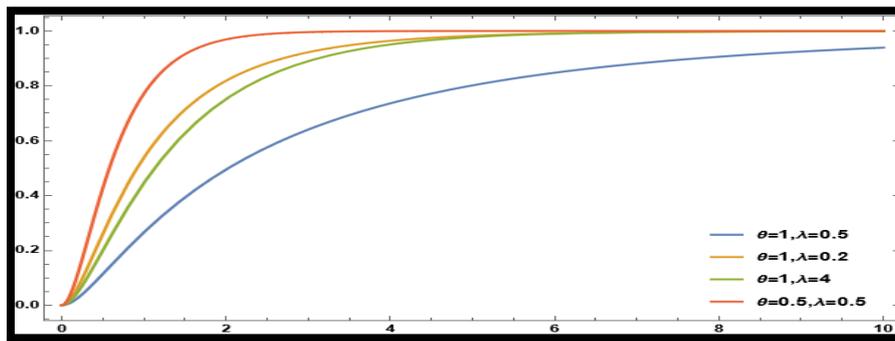
$$F(x) = F(x; \lambda, \theta) = 1 - e^{-\lambda \left(\frac{G(x, \theta)}{G(x, \theta)} \right)}$$

وبالتعويض دالة التوزيع التراكمي للتوزيع (I.T.L) والدالة المعولية بالصيغة اعلاه تكون دالة التراكمية للتوزيع المقترح هي :

$$F(x) = F(x; \lambda, \theta) = 1 - e^{-\lambda \left(\frac{1 - (1+2x)^\theta (1+x)^{-2\theta}}{(1+2x)^\theta (1+x)^{-2\theta}} \right)} \quad (7)$$

وبصيغة أخرى :

$$F(x) = F(x; \lambda, \theta) = 1 - e^{-\lambda((1+2x)^{-\theta}(1+x)^{2\theta}-1)} \quad (8)$$



شكل (1) يبين دالة التوزيع التراكمي (cdf) للتوزيع (I.T.L.OGE) ولقيم مختلفة كما مبينه اعلاه لمعلمة الشكل (θ) ومعلمة القياس (λ) .

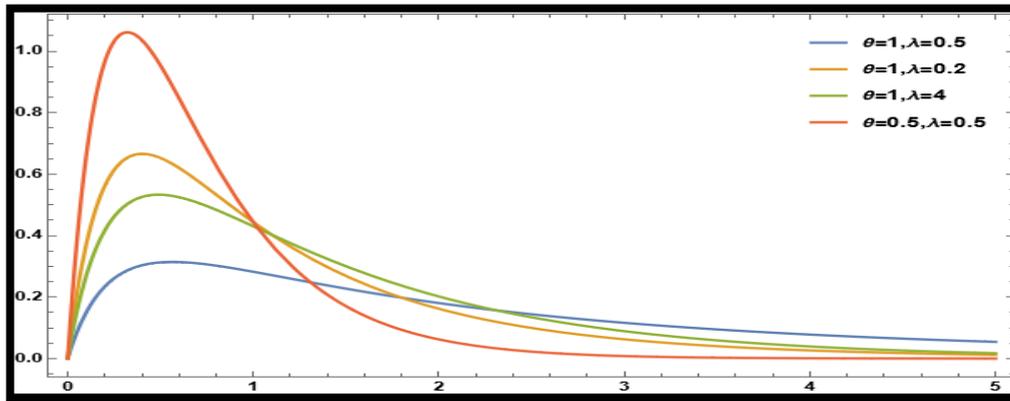
اما صيغة الدالة الكثافة الاحتمالية pdf هي :

$$f(x) = f(x; \lambda, \theta) = \frac{\lambda g(x, \theta)}{G(x, \theta)^2} e^{-\lambda \left(\frac{G(x, \theta)}{G(x, \theta)} \right)}$$

بالتعويض عن دالة الكثافة الاحتمالية ودالتي التراكميه والمعولية للتوزيع (I.T.L) في الصيغة اعلاه لتكون دالة الكثافة الاحتمالية للتوزيع المقترح pdf هي :

$$f(x) = f(x; \lambda, \theta) = \frac{2\lambda\theta x(1+x)^{-1-2\theta}(1+2x)^{-1+\theta}}{((1+x)^{-2\theta}(1+2x)^\theta)^2} e^{-\lambda\left(\frac{1-((1+x)^{-2\theta}(1+2x)^\theta)}{(1+x)^{-2\theta}(1+2x)^\theta}\right)} \quad (9)$$

$$f(x) = f(x; \lambda, \theta) = 2\lambda\theta x(1+x)^{2\theta-1}(1+2x)^{-\theta-1} e^{-\lambda((1+2x)^{-\theta}(1+x)^{2\theta-1})}; \infty < x < 0, \theta, \lambda < 0 \quad (10)$$



شكل (2) يبين دالة الكثافة الاحتمالية (pdf) للتوزيع (I.T.L.OGE) ولقيم مختلفة لمعلمة الشكل (θ) ومعلمة القياس (λ)

7. خصائص التوزيع المركب (I.T.L.OGE.D) (Some properties of the)

7.1 العزم اللامركزي الرائي^[5] (Non-central r^{th} moment)

$$M_r = E(x^r) = \int_0^\infty x^r f(x) dx = \int_0^\infty x^r \frac{2\lambda\theta x(1+x)^{-1-2\theta}(1+2x)^{-1+\theta}}{((1+x)^{-2\theta}(1+2x)^\theta)^2} e^{-\lambda\left(\frac{1-((1+x)^{-2\theta}(1+2x)^\theta)}{(1+x)^{-2\theta}(1+2x)^\theta}\right)} dx$$

اذن العزم الرائي يكون :

$$E(x^r) = 2\theta \sum_{j,k,h=0}^\infty \gamma_{j,k,h} (h+1)\beta(j+r+2, \theta(h+1) - r) \quad (12)$$

8. طرائق التقدير^{[6][7][8]} (Estimation Methods)

8.1 طريقة المربعات الصغرى الموزونة (Weighted Least Squares Method (WLS)) يمكن تقدير معالم

التوزيع بالطريقة الآتية :

تكون صيغتها بالشكل الآتي :

$$T_w = \sum_{i=1}^n w_i \left\{ F(x_i) - \frac{i}{n+1} \right\}^2 \quad (13)$$

إذ أن :

$G(x_i)$ تمثل دالة التوزيع التراكمية للتوزيع المركب (I.T.L.OGE)

وأن :

w_i يمثل الوزن وصيغته هي :

$$w_i = \frac{(n+1)^2(n+2)}{i(n-i+1)}$$

وبالتعويض بالمعادلة (13) بدالة التوزيع التراكمي تصبح :

$$T_w = \sum_{i=1}^n w_i \left\{ (1 - e^{-\lambda((1+2x)^{-\theta}(1+x)^{2\theta}-1)}) - \frac{i}{n+1} \right\}^2 \quad (14)$$

نأخذ المشتقة الجزئية للصيغة (14) بالنسبة للمعلمة (θ) ومساواتها للصفر وباستعمال برنامج (Mathematica) تم الحصول على المعادلة التالية فتكتب بالشكل الآتي :

$$\begin{aligned} \frac{\partial L}{\partial \theta} = \sum_{i=1}^n \frac{1}{i(1-i+n)} (1+n)^2(2+n) & (-4e^{2\lambda-2\lambda(1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}} \lambda \text{Log}1+x_i^{2\theta}(1+ \\ & 2x_i)^{-\theta} + 4e^{\lambda-\lambda(1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}} \lambda \text{Log}1+x_i^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta} - \\ & \frac{4e^{\lambda-\lambda(1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}} i \lambda \text{Log}1+x_i^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}}{1+n} + 2e^{2\lambda-2\lambda(1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}} \lambda \text{Log}[1+2x_i](1+ \\ & x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta} - 2e^{\lambda-\lambda(1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}} \lambda \text{Log}[1+2x_i](1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta} + \\ & \frac{2e^{\lambda-\lambda(1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}} i \lambda \text{Log}[1+2x_i](1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}}{1+n}) = 0 \end{aligned} \quad (15)$$

نأخذ المشتقة الجزئية للصيغة (14) بالنسبة للمعلمة (λ) ومساواتها للصفر وباستعمال برنامج (Mathematica) تم الحصول على المعادلة التالية فتكتب بالشكل الآتي :

$$\begin{aligned} \frac{\partial L}{\partial \lambda} = \sum_{i=1}^n \frac{1}{i(1-i+n)} (1+n)^2(2+n) & \left(2e^{2\lambda-2\lambda(1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}} - 2e^{\lambda-\lambda(1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}} + \right. \\ & \frac{2e^{\lambda-\lambda(1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}} i}{1+n} - 2e^{2\lambda-2\lambda(1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}} (1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta} + \\ & \left. 2e^{\lambda-\lambda(1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}} (1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta} - \frac{2e^{\lambda-\lambda(1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}} i(1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}}{1+n} \right) = 0 \end{aligned} \quad (16)$$

المعادلات (15) و (16) تمثل منظومة معادلات لاخطية يصعب حلها الا باستخدام الطرائق العددية فقد استعمل في هذه الرسالة طريقة (Nelder-Mead) للحصول على المقدرات بطريقة المربعات الصغرى الموزونة $(\hat{\lambda}_{WLS}, \hat{\theta}_{WLS})$.

8.2 طريقة كرامرفون للتقدير (Cramér-von-Mises-Method of Estimation (CVME))

بالاعتماد على المقدرات الموجودة في الدالة التجميعية (cdf)، ويمكن تقدير معالم التوزيع بالطريقة الآتية :

$$c(\theta, \lambda) = \frac{1}{12n} + \sum_{i=1}^n \left[F(x_i; \theta, \lambda) - \frac{2i-1}{2n} \right]^2 \quad (17)$$

$$c(\theta, \lambda) = \frac{1}{12n} + \sum_{i=1}^n \left[(1 - e^{-\lambda((1+2x_i)^{-\theta}(1+x_i)^{2\theta}-1)}) - \frac{2i-1}{2n} \right]^2 \quad (18)$$

نأخذ المشتقة الجزئية للصيغة الأولى (18) بالنسبة للمعلمة (θ) ومساواتها للصفر وبأستعمال برنامج (Wolfram Mathematica) تم الحصول على المعادلة التالية فنكتب بالشكل الآتي :

$$\begin{aligned} \frac{\partial L}{\partial \theta} = & \sum_{i=1}^n (-4e^{2\lambda-2\lambda(1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}} \lambda \text{Log}1+x_i^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta} + \\ & 4e^{\lambda-\lambda(1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}} \lambda \text{Log}1+x_i^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta} + \\ & \frac{2e^{\lambda-\lambda(1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}} \lambda \text{Log}1+x_i^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}}{n} - \frac{4e^{\lambda-\lambda(1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}} i \lambda \text{Log}1+x_i^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}}{n} + \\ & 2e^{2\lambda-2\lambda(1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}} \lambda \text{Log}[1+2x_i](1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta} - \\ & 2e^{\lambda-\lambda(1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}} \lambda \text{Log}[1+2x_i](1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta} - \\ & \frac{e^{\lambda-\lambda(1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}} \lambda \text{Log}[1+2x_i](1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}}{n} + \\ & \left. \frac{2e^{\lambda-\lambda(1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}} i \lambda \text{Log}[1+2x_i](1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}}{n} \right) = 0 \quad (19) \end{aligned}$$

نأخذ المشتقة الجزئية للصيغة (18) بالنسبة للمعلمة (λ) ومساواتها للصفر وبأستعمال برنامج (Wolfram Mathematica) تم الحصول على ان المقدر للمعلمة (λ) و يساوي:

$$\begin{aligned} \frac{\partial L}{\partial \lambda} = & \sum_{i=1}^n (2e^{2\lambda-2\lambda(1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}} - 2e^{\lambda-\lambda(1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}} - \frac{e^{\lambda-\lambda(1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}}}{n} + \\ & \frac{2e^{\lambda-\lambda(1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}} i}{n} - 2e^{2\lambda-2\lambda(1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}} (1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta} + \\ & 2e^{\lambda-\lambda(1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}} (1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta} + \frac{e^{\lambda-\lambda(1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}} (1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}}{n} - \\ & \left. \frac{2e^{\lambda-\lambda(1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}} i (1+x_i)^{2\theta}(1+2x_i)^{-\theta}}{n} \right) = 0 \quad (20) \end{aligned}$$

من المعادلات (19) و (20) تمثل منظومة معادلات لاختية يصعب حلها الا باستعمال الطرائق العددية فقد استعمل في هذه الرسالة طريقة (Nelder-Mead) للحصول على المقدرات بطريقة (CVME) $(\hat{\lambda}_{CVM}, \hat{\theta}_{CVM})$.

9. معيار متوسط مربعات الخطأ (MSE) (Criterion mean square error) :

بالنسبة لدالة المعولية للتوزيع (I.T.L.OGE) وصيغته كما يأتي:

$$MSE(\hat{R}(t_j)) = \frac{1}{R} \sum_{j=1}^R (\hat{R}(t_j) - R(t_j))^2 ; j = 1, 2, \dots, R \quad (18)$$

حيث أن:

R: تمثل عدد التكرارات التجريبية مساوياً الى (1000) تجربة.

$\hat{R}(t_j)$: تمثل القيم المقدرة لمعاملات حسب الطريقة المستعملة للتقدير.

$R(t_j)$ تمثل القيم الافتراضية لمعاملات للتوزيع (I.T.L.OGE).

10. تجربة المحاكاة:

سيتم توليد البيانات وفق طريقة القبول والرفض وفي هذا الجانب سيتم تقدير معاملات للتوزيع (I.T.L.OGE) وفق طريقي مربعات الصغرى الموزونه وكرامر فون لمعرفة افضلية الطريقة من خلال نتائج معايير المقارنة متوسط مربعات الخطأ (MSE) ومتوسط مربعات الخطأ التكاملي (IMSE) وباستعمال قيم افتراضية للمعلمتين ($\lambda=0.5$ و $\Theta=0.5$) ولاحجام العينات (20,50,80,100).

11. تحليل نتائج عملية المحاكاة Analysis of Simulation Results :

من النتائج ادناه نبين المقارنة بين طريقي تقدير (WLS) و (CVM) ولاحجام العينات المختلفة و للمعاملات التوزيع وبيان اكثر طريقة تلائم التوزيع لتقدير معلماته.

جدول (1) يمثل القيم التقديرية لمعلمتي الانموذج الاول التوزيع (I.T.L.OGE.D) و متوسط مربعات الخطأ (MSE) وطرائق التقدير كافة واحجام العينة المختلفة للانموذج هي ($\lambda=0.5$ و $\theta=0.5$).

N	CVM				WLS			
	θ	MSE(θ)	λ	MSE(λ)	θ	MSE(θ)	λ	MSE(λ)
20	0.5931	0.1114	0.7891	1.113	0.5054	0.0751	0.9578	1.4291
50	0.5673	0.041	0.5349	0.1958	0.5382	0.0315	0.574	0.2559
80	0.5012	0.0182	0.5874	0.1145	0.4958	0.0141	0.5799	0.0856
100	0.5191	0.0153	0.5351	0.0585	0.5014	0.0106	0.5481	0.0447

2. الاستنتاجات والتوصيات:

نلاحظ من الجدول اعلاه ان طريقة (WLS) هي الافضل في تقدير معلمات التوزيع (I.T.L.OGE.D) باستعمال معيار المقارنة (MSE).

نوصي الباحثين باستعمال طريقة تقدير مربعات الصغرى الموزونه () لتقدير الدالة المعولية او دالة البقاء وباستعمال حجوم عينات صغيرة.

المصادر:

1. Almetwally, Ehab M. 2022. "The Odd Weibull Inverse Topp–Leone Distribution with Applications to COVID-19 Data." *Annals of Data Science* 9(1): 121–40.
2. "Exponential Distribution." 2008. *The Concise Encyclopedia of Statistics*: 194–95.
3. Hassan, Amal S., Mohammed Elgarhy, and Randa Ragab. 2020. "Statistical Properties and Estimation of Inverted Topp-Leone Distribution." *Journal of Statistics Applications and Probability* 9(2): 319–31.
4. Makubate, Boikanyo, Fastel Chipepa, Broderick Oluyede, and Simbarashe Chamunorwa. 2021. "The Marshall-Olkin-Odd Weibull-G Family of Distributions : Model , Properties and Applications The Marshall-Olkin-Odd Weibull-G Family of Distribu- Tions : Model , Properties and Applications." (September).
5. "Zuhair A. Al-Hemyari Abstract." 2009.
6. Based, S. R. (2009). "Straight-Line Regression Based Consider the straight linear regression model". *Computing*, 115–123. doi: 10.1007/978-0-387-09608-7>
7. Luguterah, A., & Nasiru, S. (2016)." The Odd Generalized Exponential Generalized Linear Exponential Distribution" *Albert. Studies*: 2017.
8. Zeineldin, R. A., Chesneau, C., Jamal, F., & Elgarhy, M. (2019)." Statistical properties and different methods of estimation for type I half logistic inverted kumaraswamy distribution". *Mathematics*, 7(10), 1–24. doi: 10.3390/MATH7101002.

مجلة وارث العلمية Warith Scientific Journal

تعد مجلة وارث العلمية مجلة دولية محكمة حاصلة على الرقم المعياري الدولي (8720-8162:NSSI). تصدر عن كلية الادارة والاقتصاد - جامعة وارث الانبياء (ع) بصفة دورية (فصلية)، ويشرف عليها اعضاء هيئة تحرير أكاديميين متخصصون في مجال العلوم الاقتصادية والادارية وينتمون الى جامعات محلية ودولية . تهتم مجلة وارث الانبياء العلمية بنشر ابحاث ومقالات علمية متخصصة في المجالات الادارية والمالية والاحصائية والاقتصادية . وتخضع جميع البحوث المنشورة في هذه المجلة لمراجعة دقيقة لمحكمين علميين ، ويستند التحكيم الى قواعد وسياسات منظمة بشكل علمي ومهني بغية اثراء عملية التقييم العلمي للأبحاث المقبولة للنشر بالمجلة .

رقم الايداع في دار الكتب والوثائق
المكتبة الوطنية: بغداد 2297 لسنة 2018م

Warith Scientific Journal

ISSN:2618-0278 VOL.5 NO.13 March 2023