المجلـــة العلميـــة
للبحوث التجارية

مجلة علمية محكمة

تصدر عن

كلية التجارة - جامعة المنوفية

جمهورية مصر العربية

السنة الثانية عشر

العدد الثالث

(الجزء الثانى)

يوليو

٢٠٢٥م

ISSN:2735-4156
ISSN:2682-387X

رقم الإيداع: ٢٠٢٠/٢٤٣٩٢

المحتـــويـــات (أبحاث باللغة العربية)

- دور سياسات التنمية المستدامة فى تعزيز الوضع الصحى فى مصر كمدخل للحد من الفقر متعـــدد الأبعـــاد — إسراء محمد مهدي، أ.د/ حسني حسن مهران، د/ نانيس فكري محمد
- الريادة الاستراتيجية ودورها في تحقيق التميز التنظيمي - دراسة تطبيقية- — ا.د/ عمار فتحى موسى اسماعيل، ابراهيم السيد ابراهيم على اسماعيل
- هل يمكن للشمول المالي أن يسهم في تحقيق الحياد الكربوني في مصر؟ دور كفاءة الطاقة — د. أميرة تهامى الطيب، د. نسمة محمد روحى
- قياس جودة الخدمة المقدمة للطلاب باستخدام مقياس SERVQUAL & SERVPERF وعلاقته بالسمعة التنظيمية للجامعة بالتطبيق على الطلاب المقيمين بالمدن الجامعية بجامعة مدينة السادات — د. ربيعة محمد محمود ياسين
- نموذج مقترح لتفعيل نظم المحاسبة الإدارية الرقمية في تحليل المخاطر غير المالية وتعزيز فعالية القرار المحاسبي – دراسة اختبارية على شركات التكنولوجيا — د. أحمد جمعه قرني اسماعيل
- قياس أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح المحاسبي وقيمة الشركة – دراسة تطبيقية على الشركات المدرجة بالبورصة المصرية — د. شيرين شوقى السيد الملاح
- دور الذكاء الروحي فى تحسين جودة الخدمة (بالتطبيق على المستشفيات الجامعية بوسط الدلتا) — أ.د/ عمار فتحى موسى اسماعيل، محمد ابراهيم عبد الحليم فتح الباب
- توسيط قيمة العلامة التجارية في العلاقة بين التسويق عبر المؤثرين ونية الشراء الإلكتروني بالتطبيق على عملاء مستحضرات التجميل في مصر — أ.د/ طلعت أسعد عبد الحميد، بلاء يسرى عبد النبى، ا.م.د/ محمد فوزى البردان
- دور وعي العميل كمتغير وسيط في العلاقة بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية بالتطبيق على المتسوقين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر — ا.د.طلعت أسعد عبد الحميد، هـــلا محمد تيسير السيد، ا.م.د. محمد فوزى البردان
- تأثير الاتصالات التسويقية الرقمية على نية الشراء : دراسة تطبيقية على عملاء شركات مستحضرات التجميل في مصر — ا.د.طلعت أسعد عبد الحميد، نهال احمد عبد الرحمن احمد، ا.م.د. محمد فوزى البردان
- التسويق بالمؤثرين وتأثيره على سلوك المستهلك الإلكتروني بالتطبيق على عملاء الهيئة القومية للبريد المصري — ا.د. حسنين السيد طه، عمرو محمود السيد أحمد، أ.م.د محمد فوزى البردان
- تأثير ممارسات القيادة الريادية فى دعم الاستدامة التنظيمية فى ضوء القوة التنظيمية كمتغير وسيط دراسة ميدانية على أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية الخاصة — ا.م.د. هاني فتحي عبد اللاه عبد المقصود
- أثر الإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف على العلاقة بين جودة المراجعة المدركة والقيمة السوقية للأسهم في الشركات المقيدة بالبورصة المصرية – دراسة تطبيقية — د. وليد أحمد محمد علي
- العلاقة التوازنية بين متغيرات الاقتصاد الكلي ومؤشر سوق مال (بالتطبيق على فرنسا ومصر) — د. صباح محمد فتحي السيد بدر
- تأثير الشمول المالي والتجارة الإلكترونية على النمو الاقتصادي في مصر — د. رشا عبد الوهاب احمد بدر، د. هبة الله سمير محمد عبد العال
- دور التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة في تحسين التميز الوظيفي لدى العاملين في الشركة المصرية للإتصالات — أ.د. امجد حامد عمارة، د. آلاء سعيد السيد عبد الحميد، محمد عبد المنعم محفوظ
- أثر تطبيق معايير الحوكمة على كفاءة عمليات المراجعة الخارجية في المؤسسات المالية -دراسة ميدانية على البنك الأهلي المصري- — د. محمد السيد محمد ابو زيد

قواعد النشر

١) تنشر البحوث العلمية بالمجلة بإحدى اللغتين العربية والإنجليزية ، وفى كلتا الحالتين يتضمن البحث ملخصاً باللغة العربية وأخر باللغة الإنجليزية

٢) أ- عموميات :-

١- يعتمد قرار البحوث المقدمة للنشر على توصية المحكمين والذى يتم وفقاً لضوابط مهنية محددة (نموذج التقييم) .
٢- تنشر المجلة الأبحاث والدراسات الأكاديمية الأصلية ولا تقبل بحوثاً سبق نشرها أو تقديمها للنشر لدى جهات أخرى للنشر .
٣- تعبر البحوث عن أراء مؤلفيها ،وتقع عليهم مسئولية ما تتضمنه من وجهات نظر ومدى صحة ما يرد فيها من معلومات أو بيانات .
٤- تعطى الأولوية للأبحاث التطبيقية بالبيئة المصرية والعربية والتى تساهم فى تقديم مقترحات وحلول للمشكلات التى تواجهها المنظمات المحلية والعربية فى مجال التخصص .
٥- يتم ترتيب عرض الأبحاث التى يتم نشرها بعد تحكيمها من الأساتذة المتخصصين وفقاً لاعتبارات الإخراج الفنى للمجلة ،ولا يعكس مثل هذا الترتيب قيمتها العلمية أو مستويات مؤلفيها .
٦- يجوز ان يتضمن كل عدد ملخصاً لرسائل الدكتوراة أو الماجستير والتى تم إجازتها بالفعل فى كليات التجارة والإعلان عن المؤتمرات والندوات التى ستعقد مستقبلاً ، والجديد فى تخصصات مجالات العلوم التجارية وذلك فى الصفحات الاخيرة من العدد .
٧- يمكن نشر تقارير موجزة عن المؤتمرات أو الندوات والحلقات النقاشية وغيرها والتى تم عقدها حديثاً والتى تتصل موضوعاتها بواحد أو أكثر من مجالات اهتمام المجلة والتقارير التى تناقش بعض القضايا الجامعية.
٨- تنشر المجلة مراجعات الكتب من الإصدارات الحديثة ذات العلاقة بالمجال التجارى محلياً وعالمياً.

ب : إجراءات النشر

١- يقدم الباحث عدد (ثلاث) نسخ من البحث مطبوعة وفقاً للقواعد التى يضعها مجلس التحرير.
٢- فى حالة استخدام قائمة استقصاء أو أي أداة أخرى من أدوات جمع البيانات يقوم الباحث بتقديم الباحث نسخة كاملة ما لم تكن قد وردت فى صلب البحث أو ملاحقه .
٣- تعرض البحوث المقدمة للمجلة للنشر على الاستاذ الدكتور/ مدير تحرير المجلة بعد أن يتقدم الباحث بالنسخ المشار اليها الى السكرتير الادارى للمجلة فى مقر الكلية مباشرة . على أن يقوم بتسديد رسوم التحكيم العلمى والمراجعة الفنية مقدماً ويقوم السكرتير الادارى للمجلة بتسجيلها فى السجلات الخاصة بذلك .
٤- يقوم مدير التحرير بتحديد أسماء المحكمين (إثنين من الأساتذة المخصصين فى مجال البحث المقدم) بعد أخذ رأى عضو اللجنة الاستشارية المختص وذلك فى سرية تامة .

ج: التحكيم

١ - يعتمد قرار قبول البحوث المقدمة للنشر على توصية المحكمين حيث يتم تحكيم البحوث بشكل سرى تام .
٢- يستند المحكمون فى قراراتهم بالنسبة لتحكيم البحث على النماذج المعدة للتقييم.
٣- لا يلتفت الى تقارير المحكمين السلبية ما لم تكن مسببة ،ويعتبر البحث مقبولاً للنشر اذا كان تقرير المحكمين إيجابياً .
٤- فى حالة اختلاف أو تعارض نتائج التحكيم ، يرسل البحث المقدم لمحكم ثالث والذى يعتبر تقريره نهائياً.

رسوم النشر

يسدد الباحث مبلغ (١٠٠٠) الف جنيه مصرى لحساب المجلة مقابل التحكيم ،أما إذا تطلب الأمر محكماً ثالثاً فانه يجب على الباحث دفع ٥٠٠ جنيهاً إضافياً وذلك من داخل جمهورية مصر العربية ويسدد الباحث ٢٠٠ دولار من الدول العربية والأجنبية ،أما إذا تطلب الأمر محكماً ثالثاً فانه يجب على الباحث دفع ١٠٠ دولار إضافياً.

٢- بالنسبة للباحثين من داخل الكلية يتم دفع مبلغاً موحداً عن كل صفحة من صفحات البحث وقدره (٣٠) ثلاثون جنيها ، وذلك حتى الصفحة الثلاثين ،وفى حالة زيادة البحث عن هذا العدد يكون سعر الصفحة الزائدة (٣٥) خمسة وثلاثون جنيهاً مصرية .
٣- بالنسبة للباحثين من خارج الكلية (جامعات مصرية) ، يقوم صاحب البحث بدفع مبلغاً عن كل صفحة يبلغ (٤٠) اربعون جنيهاً وذلك حتى الصفحة الثلاثين ،وفى حالة زيادة البحث عن هذا العدد يكون سعر الصفحة الزائدة (٤٥) خمسة واربعون جنيهاً مصرياً .
٤- بالنسبة للباحثين من الدول العربية والأجنبية يقوم الباحث بدفع مبلغاً عن كل صفحة وقدره (١٠) عشرة دولار وذلك حتى الصفحة الثلاثين وفى حالة زيادة البحث عن هذا العدد يكون سعر الصفحة الزائدة (١٥) خمسة عشرة دولار.

مرفقات البحث :-

(Diskette) ديسك مكتوب عليه البحث بطريقة (Microsoft word) وفق القواعد الاتية :

١. نوعية الخط Simplified Arabic
٢. حجم الخط (العناوين ١٤ والنص ١٢)
٣. المسافة (مفرد)
٤. الهوامش (العلوى ٤سم ،السفلى ٤سم ،الايمن ٤سم ،الايسر ٤سم)
٥. عنوان وملخص البحث لا يزيد عن ١٠٠ كلمة بحيث يكون مكتوباً باللغتين العربية والإنجليزية
٦. يكتب الباحث اسمه وجهة عمله ووظيفته واهتماماته البحثية على ورقة مستقلة مع ذكر عنوان المراسلات ورقم الهاتف



المجلــة العلميــة

للبحوث التجارية



مجلة علمية محكمة

تصدر عن

كلية التجارة - جامعة المنوفية

السنة الثانية عشر

العدد الثالث

(الجزء الاول)

يوليو

٢٠٢٥ م

هيئة التحرير

أ.د/ محمد على وهدان

عميد الكلية

رئيس التحرير

أ.د/ احمد احمد عبد اللّه اللحلح

مدير التحرير

السيدة/ هالة عمار

السكرتير الإداري

الافتتاحية

تمثل "المجلة العلمية للبحوث التجارية" بكلية التجارة – جامعة المنوفية أحد الروافد الأساسية لنشر البحوث العلمية المحكمة في المجالات المختلفة للعلوم التجارية (إدارية – محاسبية – اقتصادية – تأمينية وإحصائية) الخاصة بأعضاء هيئة التدريس بالكلية وغيرها من الكليات المناظرة بالجامعات الأخرى سواء فى جمهورية مصر العربية أو فى الدول العربية الشقيقة.

ومن المظاهر التى تميز "المجلة العلمية للبحوث التجارية" أنها لا تقتصر على نشر البحوث العلمية المحكمة، بل وتتضمن ملخصات لكتب علمية حديثة فى المجالات التجارية المختلفة، وتقارير عن مؤتمرات علمية فى نفس المجالات، وأخيراً آراء ومقترحات لتطوير الأداء الجامعى.

إن التطوير الذى طرأ على هذه المجلة استهدف زيادة مصداقيتها مع التنويع فى محتوياتها لنشر المعرفة المتخصصة والأفكار البناءة للارتقاء بمستوى الأداء الجامعى كما تسعى هيئة تحرير المجلة من وراء هذا التطوير إلى جعل هذه المجلة العلمية منبراً علمياً متميزاً فى المجالات المختلفة للعلوم التجارية داخل وخارج مصر.

والله ولى التوفيق،،،

رئيس التحرير

المحتويات

م	عنوان البحث	الباحث	الصفحة
١	دور سياسات التنمية المستدامة فى تعزيز الوضع الصحى فى مصر كمدخل للحد من الفقر متعـــدد الأبعـــاد	إسراء محمد مهدي أ.د/ حسني حسن مهران د/ نانيس فكري محمد	٩
٢	الريادة الاستراتيجية ودورها في تحقيق التميز التنظيمي - دراسة تطبيقية-	ا.د/ عمار فتحى موسى اسماعيل ابراهيم السيد ابراهيم على اسماعيل	٤٩
٣	هل يمكن للشمول المالي أن يسهم في تحقيق الحياد الكربوني في مصر؟ دور كفاءة الطاقة	د. أميرة تهامى الطيب د. نسمة محمد روحى	١٠٥
٤	قياس جودة الخدمة المقدمة للطلاب باستخدام مقياس SERVQUAL & SERVPERF وعلاقته بالسمعة التنظيمية للجامعة بالتطبيق على الطلاب المقيمين بالمدن الجامعية بجامعة مدينة السادات	د. ربيعة محمد محمود ياسين	١٤١
٥	نموذج مقترح لتفعيل نظم المحاسبة الإدارية الرقمية في تحليل المخاطر غير المالية وتعزيز فعالية القرار المحاسبي – دراسة اختبارية على شركات التكنولوجيا	د. أحمد جمعه قرني اسماعيل	١٨٧
٦	قياس أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح المحاسبي وقيمة الشركة – دراسة تطبيقية على الشركات المدرجة بالبورصة المصرية	د. شيرين شوقى السيد الملاح	٢٦٧
٧	دور الذكاء الروحي فى تحسين جودة الخدمة (بالتطبيق على المستشفيات الجامعية بوسط الدلتا)	أ.د/ عمار فتحى موسى اسماعيل محمد ابراهيم عبد الحليم فتح الباب	٣٢٣
٨	توسيط قيمة العلامة التجارية في العلاقة بين التسويق عبر المؤثرين ونية الشراء الإلكتروني بالتطبيق على عملاء مستحضرات التجميل في مصر	أ.د/ طلعت أسعد عبد الحميد ّ لاء يسرى عبد النبى ا.م.د/ محمد فوزى البردان	٣٦٧
٩	دور وعي العميل كمتغير وسيط في العلاقة بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية بالتطبيق على المتسوقين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر	ا.د.طلعت أسعد عبد الحميد هـلا محمد تيسير السيد ا.م.د. محمد فوزى البردان	٤٠١
١٠	تأثير الاتصالات التسويقية الرقمية على نية الشراء : دراسة تطبيقية على عملاء شركات مستحضرات التجميل في مصر	ا.د.طلعت أسعد عبد الحميد نهال احمد عبد الرحمن احمد ا.م.د. محمد فوزى البردان	٤٤٩
١١	التسويق بالمؤثرين وتأثيره على سلوك المستهلك الإلكتروني بالتطبيق على عملاء الهيئة القومية للبريد المصري	ا.د. حسنين السيد طه عمرو محمود السيد أحمد أ.م.د محمد فوزى البردان	٤٧٥
١٢	تأثير ممارسات القيادة الريادية فى دعم الاستدامة التنظيمية فى ضوء القوة التنظيمية كمتغير وسيط دراسة ميدانية على أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية الخاصة	ا.م.د. هاني فتحي عبد اللاه عبد المقصود	٥٣٣
١٣	أثر الإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف على العلاقة بين جودة المراجعة المدركة والقيمة السوقية للأسهم في الشركات المقيدة بالبورصة المصرية – دراسة تطبيقية	د. وليد أحمد محمد علي	٥٩٩
١٤	العلاقة التوازنية بين متغيرات الاقتصاد الكلي ومؤشر سوق مال (بالتطبيق على فرنسا ومصر)	د. صباح محمد فتحي السيد بدر	٦٥٥
١٥	تأثير الشمول المالي والتجارة الإلكترونية على النمو الاقتصادي في مصر	د. رشا عبد الوهاب احمد بدر د. هبة الله سمير محمد عبد العال	٦٩٥
١٦	دور التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة في تحسين التميز الوظيفي لدى العاملين في الشركة المصرية للإتصالات	أ.د. امجد حامد عمارة د. آلاء سعيد السيد عبد الحميد محمد عبد المنعم محفوظ	٧٤٧
١٧	أثر تطبيق معايير الحوكمة على كفاءة عمليات المراجعة الخارجية في المؤسسات المالية "دراسة ميدانية على البنك الأهلي المصري"	د. محمد السيد محمد ابو زيد	٧٧٩

دور سياسات التنمية المستدامة فى تعزيز الوضع الصحى فى مصر كمدخل للحد من الفقر متعـــــدد الأبعـــاد

إسراء محمد مهدي*

أ.د/ حسني حسن مهران**

د/ نانيس فكري محمد***

(*) **إسراء محمد مهدي:** معيده بكلية التجارة جامعة بنها

Email: Esraa.mahdy@ fcom.bu.edu.eg

(**) **أ.د/ حسني حسن مهران:** أستاذ الاقتصاد بكلية التجارة جامعة بنها

Email: HOSNY.MAHRAN@fcom.bu.edu.eg

(***) **د/ نانيس فكري محمد:** مدرس الاقتصاد بكلية التجارة جامعة بنها

Email: Nanis.fekry@ fcom.bu.edu.eg

ملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف علي دور سياسات التنمية المستدامة فى تعزيز الوضع الصحى فى مصر كمدخل للحد من الفقر متعدد الأبعاد خلال الفترة (1999-2023). ولتحقيق هذا الهدف فقد تبنت الدراسة الأبعاد الثلاثة للتنمية المستدامة، والمتمثلة فى كلًا من البعد الاقتصادي، والبعد الاجتماعي، والبعد البيئي، والتى تعمل بدورها علي التخفيف من الفقر متعدد الأبعاد. هذا وتتمثل أبعاد الفقر فى كلًا من: بعد التعليم، وبعد الصحة، والبعد الخاص بمستوي المعيشة، ولكن ستقوم الدراسة الحالية بالتركيز علي البعد الخاص بمعدلات الصحة فقط. وقد قامت الدراسة بتطبيق منهجية تناظر التكامل ونموذج الانحدار الذاتى بفترات إبطاء موزعة؛ لقياس أثر سياسات التنمية المستدامة على الوضع الصحى في مصر خلال فترة الدراسة. ونظرًا لصعوبة الحصول على متغير شامل لكلٍ من سياسات التنمية المستدامة، فقد تم الإعتماد على خمس مؤشرات مستقلة، وهما: مؤشرين للتعبير عن السياسة الاقتصادية (نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي، ومعدل التضخم)، ومؤشرين للتعبير عن السياسة الاجتماعية (معدل البطالة، ومعدل النمو السكانى)، ومؤشر للتعبير عن السياسة البيئية وهو إنبعاثات غاز ثانى أكسيد الكربون، بالإضافة إلى مؤشر تابع، وهو الصحة. وقد توصلت الدراسة إلي وجود علاقة توازنية طويلة الأجل بين المتغيرات، وأن الإختلال في التوازن طويل الأجل يصحح بسرعة تعادل (0.03%) كل سنة، وهو ما يدل على أن ٣% من الإختلالات في التوازن تُصَحَّح سنويًا.

الكلمات المفتاحية: التنمية المستدامة – الفقر متعدد الأبعاد– البعد الصحى– تناظر التكامل– ARDL

Abstract:

This study aims to identify the role of sustainable development policies in enhancing the health status in Egypt, as an entry point for reducing multidimensional poverty during the period (1999-2023). To achieve this goal, the study adopted the three dimensions of sustainable development: economic, social, and environmental dimensions, which in turn work to alleviate multidimensional poverty. The dimensions of poverty are represented by the education dimension, the health dimension, and the standard of living dimension. However, the current study will focus on the health dimension only. The study applied the integration symmetry methodology and the Autoregressive model with distributed lags (ARDL) to measure the impact of sustainable development policies on the health status in Egypt during the study period. Given the difficulty of obtaining a comprehensive variable for all sustainable development policies, five independent indicators were used: two indicators to reflect economic policy (per capita GDP and inflation rate), two indicators to reflect social policy (unemployment rate and population growth rate), one indicator to reflect environmental policy (carbon dioxide emissions), and a dependent indicator (health). The study found a long-term equilibrium relationship between the variables, and that the imbalance in the long-term equilibrium is corrected at a rate of 0.03% per year, which indicates that 3% of imbalances are corrected annually.

Key words: Sustainable Development - Multidimensional Poverty – Health – Cointegration – ARDL Model.

١- مقدمة

يعلم المتتبع بدقة لمسيرة التطور في الفكر التنموي، أنه لم يحظي مفهوم بإهتمام محلي وعالمي قدر ما حظي مفهوم التنمية المستدامة، حيث تشكل التنمية المستدامة أداة مهمة لمواجهة مختلف التحديات، والتغيرات المتنامية لأفراد المجتمع في مختلف الميادين السياسية، والاقتصادية، والاجتماعية، والعلمية، والثقافية، والبيئية، والمعلوماتية (شاهين، ٢٠١٣، ص٣٦). ورغم الجهود العالمية والمحاولات الجادة لتحقيق مطلب التنمية المستدامة في جميع دول ومجتمعات العالم، إلا أنه لا تزال تلك المحاولات قاصرة إلي حد كبير، وذلك لعدة أسباب من أهمها: الزيادة المطردة في عدد سكان العالم، ومشكلة الفقر، وعدم الاستقرار في كثير من مناطق العالم، واستمرار الهجرة من الأرياف إلي المناطق الحضرية، وتفاقم الضغوط علي الأنظمة الإيكولوجية Ecological Systems، وتلوث الهواء، وتعرض مناطق من العالم لظروف مناخية قاسية، ومحدودية الموارد الطبيعية وسوء استغلالها. بالإضافة إلى عدم موائمة بعض التقنيات والتجارب المستوردة من الدول المتقدمة مع الظروف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية في بعض دول العالم النامي، ونقص الكفاءات الوطنية القادرة علي التعامل معها (منشاوي، ٢٠١٦، ص٣٣).

ومن هنا يتطلب التعامل مع تحديات ومعوقات تحقيق التنمية المستدامة، وفق التقارير الدولية المعنية بشؤون التنمية المستدامة، وكذلك أراء المختصين، القيام بما يلي: التخفيف من حدة الفقر في بلدان العالم، وضرورة تحسين قدرات جميع البلدان، خاصة البلدان النامية، والتصدي لتحديات العولمة والاعتماد علي بناء القدرات الذاتية، بما في ذلك التشجيع علي أنماط استهلاك وإنتاج مسؤولة للحد من الفاقد ومن الإفراط في استخدام الموارد الطبيعية والاقتصادية، بالإضافة إلى القضاء علي المشكلات الصحية، خاصة الأمراض والأوبئة المستعصية (الحسن، ٢٠١١، ص٢٠).

وقد جاءت قضايا تخفيف الفقر والجوع في سلم أولويات أهداف خطة الأمم المتحدة لتحقيق التنمية المستدامة في العالم بحلول عام ٢٠٣٠، حيث يعتبر القضاء على الفقر من أعظم التحديات التي يواجهها العالم في الوقت الراهن، وشرط لا غني عنه لتحقيق التنمية المستدامة. فقد توصلت دراسة (Toufik & Mohammed, 2016) – مستخدمة أسلوب المسح الميداني لتوضيح أولويات العالم لضمان التنمية المستدامة – إلى أن هدف القضاء على الفقر يمثل نحو ٥٦% من أولويات التنمية المستدامة، يليه هدف القضاء على الجوع، والذى يمثل ٤٤%، وأن النموذج العالمي

الجديد للإستدامة يرتكز على العلاقات التشابكية بين البنية التحتية وعدم المساواة والمرونة. ويمكن تفسير العلاقة بين البنية التحتية وعدم المساواة، بأن توافر البنية التحتية يسهل وصول الأفراد للسلع والخدمات الأساسية مما يساهم في زيادة الإنتاجية على المستوى الكلي، وكذلك يساهم فى تسهيل وصول الأفراد للسلع والخدمات وفرص العمل على المستوى الجزئي. أما عدم المساواة في الفرص الاقتصادية والسياسية، فمن شأنه أن يؤثر على تمثيل الفئات الاجتماعية المختلفة على دوائر صنع القرار الحكومي فيما يتعلق بتوفير البنية التحتية في الدولة. وفيما يخص العلاقة بين عدم المساواة والمرونة، فإن التمييز ضد بعض الفئات وانتشار عدم المساواة يؤثر سلبًا على النسيج الاجتماعي، مما يضعف قدرة المجتمع على مقاومة الهزات (بانقا، ٢٠١٨، ص ص ١٤-١٦).

ويُعد الفقر مشكلة ذات أبعاد متعددة وهي: الأبعاد الاقتصادية، والأبعاد الاجتماعية، والأبعاد البيئية. وفيما يخص الأبعاد الاقتصادية، يقترن الفقر بارتفاع معدلات البطالة والتضخم، وانخفاض مستوى الانتاج والانتاجية، ومن ثم انخفاض الدخل والادخار والاستثمار. أما الأبعاد الاجتماعية للفقر فتتمثل في ارتفاع معدلات الأمية، وانخفاض المستوي الصحي، وارتفاع معدلات النمو السكاني. وفيما يخص الأبعاد البيئية، يعتبر الفقر سبب ونتيجة لتدهور البيئة والضغط على الموارد (بوعافية، ٢٠١٨، ص ص ٢٨-٣٢).

وبالتالي فإن هناك تداخل قوى بين أبعاد التنمية المستدامة والفقر، حيث أن الفئات الفقيرة بحاجة إلى توفير سبل عيش مستدامة، تستدعي تغيير أنماط النمو والتوزيع وجعلها أكثر استدامة وإنصافًا، حيث يعمل النمو على خلق فرص العمل المستدامة التي يستفيد منها الفقراء، وتوزع عوائده بشكل عادل بما يضمن حقوق الفئات الفقيرة، بالإضافة إلى تمكين الفقراء من إقامة مشاريع صغيرة عن طريق توفير التمويل لهم، وتنمية المناطق التي تشهد ارتفاع معدلات الفقر كالمناطق الريفية، وتحسين قدرات الفقراء، عن طريق توفير التعليم، والرعاية الصحية، والصرف الصحي، والمأوي، وهذا بإرساء دعائم التنمية البشرية المستدامة (عباس، ٢٠١٨، ص ٦٠).

وفى هذا السياق توصلت دراسة (Das et al., 2011) إلى أن انخفاض معدل النمو السكاني يرتبط بتحسين نتائج الصحة والتعليم وانخفاض معدلات الفقر، كما يؤدى إلى تقليل الضغط على الموارد الطبيعية، مما يُحسن أوضاع التنمية المستدامة. وعند قياس تأثير متغيرات الاقتصاد الكلي (مثل التعليم والنمو الاقتصادي والتضخم والبطالة) على معدلات الفقر في باكستان خلال الفترة (١٩٧٤ – ٢٠٠٩) في الأجلين القصير والطويل – بإستخدام اختبار الحدود للتكامل

المشترك(Autoregessive Disturbuted Lag Model (ARDL، توصلت دراسة (Ahmed & Riaz, 2011)إلى وجود علاقة توازنيه طويلة الأجل بين متغيرات الدراسة، حيث يوجد تأثير معنوي لكل من التعليم والبطالة على معدلات الفقر في الأجلين القصير والطويل؛ إذ يؤثر التعليم بشكل إيجابي علي معدلات الفقر، ولكن تؤثر البطالة سلبيًا، كما أن للنمو الاقتصادي تأثير سلبي علي معدلات الفقر في الأجلين القصير والطويل أيضًا، ولكن للتضخم تأثير غير معنوي .كما توصلت دراسة (Mekdem, 2018) إلى التأثير الإيجابي لكل من النمو الاقتصادي والإنفاق على الصحة في الحد من الفقر في عينة من دول جنوب البحر المتوسط.

وعند دراسة العلاقة بين الفقر والتنمية المستدامة في مصر توصلت دراسة (El Shakefy, 2012) إلى صعوبة تحقيق الاستدامة في وقت مبكر من التنمية، لأن إشباع الحاجات الإنسانية (الحد من الفقر) يعتبر الهدف الرئيسى، بينما تتراجع أهمية الحفاظ على البيئة في هذه المرحلة، وفى المرحلة المتوسطة من التنمية يقترن التدهور البيئي بإرتفاع مستويات الفقر، بسبب عدم القدرة على تلبية الاحتياجات الأساسية بالإضافة إلى الاستخدام المفرط للموارد الطبيعية، أما في المراحل المتقدمة من التنمية يكون النمو دائمًا مصحوبًا بالحد من الفقر، بسبب تحويل التصنيع من الصناعات الملوثة إلى صناعات أخرى أقل ضررًا بالبيئة. أضف إلى ذلك، فقد توصلت الدراسة إلى أهمية دور رأس المال البشرى في تحقيق التنمية المستدامة، فإذا كان النمو الاقتصادي مصحوبًا باستثمارات عامة كبيرة في التعليم والصحة بجودة مؤسسية أفضل، سيكون لذلك تأثير قوى على الحد من الفقر ومن ثم تحقيق أهداف التنمية المستدامة. ويؤكد(Ukwandu, 2016) أن تحقيق التنمية المستدامة يستلزم الأخذ في الاعتبار أربعة أبعاد هي الأبعاد الاقتصادية، الأبعاد الاجتماعية، الأبعاد البيئية، والأبعاد التكنولوجية. وبعبارة أخرى، فإنه للحد من الفقر ينبغي إتباع استراتيجية ملائمة للتنمية المستدامة تستهدف الاستخدام الأمثل للموارد الطبيعية، وتحسين الوصول إلى التكنولوجيا، ونمو الدخل، وتحقيق التناسق بين الأبعاد المختلفة للتنمية المستدامة.

ولقد أصبحت مسألة الصحة من الشواغل الأكثر أهمية في مجال التنمية المستدامة، في مختلف المجتمعات سواء في تلك المتقدمة أو النامية، وذلك بوصفها من بين أهم العوامل التي تساهم في تحقيق التنمية المستدامة، وأحد مؤشراتها على حد سواء، حيث ينص الهدف الثالث من أهداف التنمية المستدامة على ضمان تمتع الجميع بأنماط عيشة صحية وبالرفاهية. وتمثل الصحة قيمة في حد ذاتها، حيث تعتبر مفتاحًا لزيادة الإنتاج ورفع الإنتاجية، وبالتالي تمثل التنمية الصحية

عنصرًا هامًا في عملية التنمية الاقتصادية، فمن غير الممكن تحقيق تنمية اقتصادية حقيقية، دون تحسين وتطوير عنصر الأوضاع الصحية للإنسان الذي هو نواة التنمية وهدفها.

هذا وقد أكدت الدراسات العالمية والعربية على الدور المحوري لسياسات التنمية المستدامة في تحسين الوضع الصحي كمدخل فعال للحد من الفقر متعدد الأبعاد. فقد أظهرت دراسة أجراها البنك الدولي (World Bank, 2018) أن كل زيادة ١٠% في الإنفاق الصحي، تؤدي إلى انخفاض معدل الفقر بنسبة ١.٥%. وفي دراسة مماثلة، وجد برنامج الأمم المتحدة الإنمائي ومنظمة الصحة العالمية(UNDP & WHO, 2020) أن الدول التي طبقت التغطية الصحية الشاملة شهدت انخفاضًا في الفقر متعدد الأبعاد بنسبة ٢٥%.

وفي السياق المصري، كشفت دراسة الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء (٢٠٢١) أن ٦٠% من الأسر الفقيرة تعاني من أمراض مزمنة بسبب نقص الخدمات الصحية. كما أظهرت دراسة جامعة القاهرة (٢٠٢١) أن برامج التوعية الصحية في صعيد مصر ساهمت في خفض معدلات سوء التغذية بين الأطفال بنسبة ١٥%. وفي دراسة أخرى، وجد المركز المصري للبحوث الاقتصادية (2022) أن برنامج "تكافل وكرامة" أدى إلى تحسن المؤشرات الصحية لدى المستفيدين بنسبة ٣٠%. كما أضافت دراسة حديثة لوزارة التخطيط المصرية (وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية، ٢٠٢٣) أن رؤية مصر ٢٠٣٠ تهدف إلى خفض معدلات الفقر متعدد الأبعاد بنسبة ٥٠% من خلال تحسين مؤشرات الصحة الأساسية مثل خفض معدل وفيات الأمهات والأطفال.

وعلى المستوى العربي، توصلت المندوبية السامية للتخطيط في المغرب (٢٠٢٠)، إلى أن تحسين البنية التحتية الصحية في المناطق الريفية ساهم في خفض الفقر متعدد الأبعاد بنسبة ١٨%. وفي تونس، أظهرت دراسة جامعة تونس المنار (٢٠١٩) أن برامج التلقيح قللت من معدلات الأمراض المعدية بنسبة ٤٠% بين الفقراء. أما في الأردن، فقد وجدت دراسة المركز الوطني للبحوث الصحية (٢٠٢٠) أن التوسع في التأمين الصحي خفض النفقات الكارثية على الصحة بنسبة ٢٢%.

وعالميًا، كشفت دراسة في بنجلاديش (Hossain et al., 2019) أن برامج التغذية المدرسية خفضت معدلات التقزم بين الأطفال الفقراء بنسبة ٢٠%. وفي الهند، وجدت دراسة (Patel et al., 2020) أن استخدام الطاقة النظيفة في المنازل قلل من أمراض الجهاز التنفسي بنسبة

٣٥%. كما أظهرت دراسة في البرازيل (Silva et al., 2021) أن برنامج "الصحة للجميع" ساهم في خفض معدلات وفيات الأطفال بنسبة ٢٨%.

وفي ضوء ما سبق، تتمثل المشكلة الرئيسية للدراسة فى السؤال التالي: **كيف يمكن قياس العلاقة بين سياسات التنمية المستدامة والصحة كأحد أبعاد الفقر متعدد الأبعاد في مصر؟ وماهي المقترحات المناسبة لتعزيز دور سياسات التنمية المستدامة في تعزيز الوضع الصحى فى مصر كمدخل للحد من الفقر متعدد الأبعاد؟**

تستمد الدراسة أهميتها علي المستوي النظري، من خلال تحديد مفهوم الفقر متعدد الأبعاد، ودراسة أبعاده الثلاثة المختلفة، والتركيز على دراسة البعد الصحى، حيث أن تحديد المفهوم والأبعاد يعد الخطوة الأولي في بناء مؤشرات يمكن الاعتماد عليها، والتي تمكن من رصد اتجاهات تطور سياسات التنمية المستدامة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، التي تعمل علي تحسين الوضع الصحى في مصر خلال الفترة 2023-1999. كما تستمد الدراسة أهميتها علي المستوي التطبيقي، من ندرة الدراسات التي تقيس الأثر طويل المدى للسياسات المستدامة على الوضع الصحى كأحد أبعاد الفقر متعدد الأبعاد. وفي هذا السياق، يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة في قياس أثر سياسات التنمية المستدامة فى تعزيز الوضع الصحى فى مصر خلال الفترة 2023-1999. ولتحقيق هذا الهدف تسعى الدراسة إلى اختبار الفرضية التالية، والتى مفاداها: توجد علاقة توازنية طويلة الأجل معنوية تتجه من سياسات التنمية المستدامة إلي البعد الصحى في مصر خلال نفس الفترة. ولإختبار هذه الفرضية تعتمد الدراسة على المنهج الاستقرائي (الأداه الوصفية والأداه التحليلية)، وتستخدم أيضًا المنهج القياسي، لقياس العلاقة بين سياسات التنمية المستدامة والفقر متعدد الأبعاد، مقاسًا بمؤشرات الوضع الصحى. وقد استقرت الدراسة على استخدام نموذج الانحدار الذاتي لفترات الإبطاء الموزع (ARDL) بعد إجراء إختبارات الاستقرارية، والتكامل المتناظر، واستخدام منهجية اختبار الحدود.

وسعيًا لتحقيق أهداف الدراسة، فإنها تنقسم إلي أربعة محاور أساسية بخلاف الخاتمة، يركز المحور الأول علي تناول الإطار العام للدراسة، ويهتم المحور الثانى بعرض الإطار النظري للتنمية المستدامة والفقر متعدد الأبعاد، كما جاء في النظرية والأدبيات الاقتصادية، أما المحور الثالث فيركز على رصد واقع كلٍ من سياسات التنمية المستدامة والوضع الصحى في مصر خلال

الفترة (1999–2023)، وأخيرًا يتناول المحور الرابع الإطار التطبيقى، حيث يحلل العلاقة بين سياسات التنمية المستدامة والصحة كأحد أبعاد الفقر متعدد الأبعاد في مصر خلال فترة الدراسة.

٢- الإطار النظري للتنمية المستدامة والفقر متعدد الأبعاد

١/٢ مفهوم ومؤشرات التنمية المستدامة

سبق ظهور مفهوم التنمية المستدامة إنعقاد العديد من المؤتمرات والملتقيات الدولية، وإصدار تقارير دولية مهدت الطريق لبروز مفهوم التنمية المستدامة (منشاوي، ٢٠١٦). وفي سبتمبر ٢٠١٥، تم اعتماد خطة التنمية المستدامة – التي تأخذ في اعتبارها تلبية احتياجات الأجيال الحاضرة دون المساس بقدرة الأجيال المستقبلية على تلبية احتياجاتها – حتى عام ٢٠٣٠ من قبل جميع الدول الأعضاء في الأمم المتحدة، وذلك بهدف القضاء على الفقر والجوع، وتحقيق المساواة بين الجنسين، وتقليل التفاوت بين الدخول، ومكافحة التغير المناخي، والشراكة العالمية لتحقيق هذه الأهداف (نافع، ٢٠١٦، ص ١٠٢، وبانقا، ٢٠١٨، ص ص ٨-١٤).

وإن التفكير في الاستدامة أدي بشكل كبير إلي تطوير أدوات قياس التنمية، التي كان دورها خلال فترة طويلة مقتصر علي ملاحظة معدلات النمو الاقتصادي. وفي مطلع التسعينات استكملت عن طريق صياغة مؤشرات تنمية مستدامة الغرض منها الإحاطة بالأبعاد الاقتصادية، والاجتماعية، والبيئية. ولقد ظهرت مؤشرات التنمية المستدامة تحت ضغط المنظمات الدولية وعلي رأسها الأمم المتحدة، والتي أتت بعدة برامج لصياغتها، ومن أهمها برنامج الأمم المتحدة، ولجنة التنمية المستدامة المنبثقة عن قمة الأرض، الذي تضمن نحو ١٣ مؤشر مصنفًا إلي ثلاثة أنواع رئيسية: اقتصادية، واجتماعية، وبيئية، ويمكن توضيح هذه المؤشرات فيما يلي (غيلان وآخرون، ٢٠١٠، ص ص ١٢-١٥ ، منشاوي، ٢٠١٦، ص ص38 – 37):

١/١/٢ المؤشرات الاقتصادية: وتشمل هذه المؤشرات: نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي، والذى يعد من مؤشرات القوه الدافعة للنمو الاقتصادي؛ حيث يقيس مستوي الإنتاج الكلي وحجمه وبالرغم من أنه لا يقيس التنمية المستدامة قياسًا كاملًا، إلا إنه يمثل عنصرًا مهمًا من عناصر نوعية الحياه. بالإضافة إلى نسبة إجمالي الاستثمار إلي الناتج المحلي الإجمالي، ويقصد بهذا المؤشر الانفاق علي الإضافات إلي الأصول الثابتة في الاقتصاد، كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي، حيث يقيس نسبة الاستثمار إلي الصادرات بهدف تعزيز القدرة علي التسديد. وأخيرًا

صافي المساعدة الإنمائية كنسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي، ويقيس هذا المؤشر مستويات المساعدة ميسرة الشروط التي تهدف إلي النهوض بالتنمية والخدمات الاجتماعية، وهو يرد بصورة نسبة مئوية من الناتج المحلي الإجمالي.

٢/١/٢ المؤشرات الاجتماعية: وتشمل العديد من المؤشرات منها: مؤشر الفقر البشري، وهو مؤشر مركب يشمل ثلاثة أبعاد ألا وهي: حياة طويلة وصحية (نسبة مئوية من الأشخاص الذين لا يبلغون سن الأربعين)، المعرفة، وتوافر الوسائل المعيشية. بالإضافة إلى معدل البطالة، والذى يشمل جميع أفراد القوى العاملة الذين ليسوا موظفين ويتقاضون مرتبات، أو عاملين مستقلين كنسبة من القوى العاملة. ومؤشر نوعية الحياة، حيث يستخدم هذا المؤشر لقياس عدد الأشخاص الذين لا يتوقع لهم أن يبلغوا سن الأربعين كنسبة مئوية من مجموع السكان، وكذلك نسبة السكان الذين لا يتيسر لهم الانتفاع بالحياة المأمونة والخدمات الصحية ومرافق الصرف الصحي، والتي تعد مسألة أساسية للتنمية المستدامة، بالإضافة أيضًا إلى مؤشر التعليم، والذى يستخدم لقياس نسبة الأشخاص الذين تتجاوز أعمارهم ١٥ سنة، والذين هم أميون، والمعدل الإجمالي للالتحاق بالمدارس الثانوية، والذي يبين مستوي المشاركة في التعليم الثانوي. وأخيرًا مؤشر معدل النمو السكاني.

٣/١/٢ المؤشرات البيئية: وتشمل العديد من المؤشرات منها: نصيب الفرد من الموارد المائية، ويرتبط هذا المؤشر بظاهرتين رئيسيتين: الأولي، معدل النمو السكاني والمتغيرات الديمغرافية. والثانية، ارتفاع مستويات المعيشة عن طريق إعادة توزيع الدخول التي تستهدفها بعض برامج التنمية الاقتصادية. بالإضافة إلى متوسط نصيب الفرد من إجمالي الأراضي المزروعة، وكمية الأسمدة المستخدمة سنويًا، والتغير في مساحة الغابات، والتصحر، ومعدل انبعاث غاز ثاني أكسيد الكربون.

٢/٢ مفهوم ومؤشرات الفقر متعدد الأبعاد

ارتبط الفقر بإنخفاض متوسط الدخل الفردي في عقد الستينات من القرن العشرين. وتوسع ذلك المفهوم في عقد السبعينات ليشمل الحرمان النسبى Relative Deprivation (الذي توسع ليضم فقر الحصول على خدمات التعليم والصحة والخدمات الأساسية الأخرى) ثم توسع مفهوم الفقر – مرة أخرى – في عقد الثمانينات ليتضمن جوانب غير نقدية مثل مفهوم الهشاشة (التعرض للمخاطر) Vulnerability، والتي تتعلق بعدم قدرة بعض الأفراد أكثر من غيرهم على مواجهة الهزات المختلفة سواء أكانت طبيعية (مثل الزلازل والفيضانات والجفاف) أم اقتصادية (مثل ارتفاع أسعار الغذاء وتقلبات أسعار الطاقة والأزمات المالية)، ومفهوم عدم استدامة أسباب

المعاش Unsustainability Livelihood، وعدم المساواة بين الجنسين. ثم شهد عقد التسعينات توسعًا في مفهوم الفقر ليأخذ في الاعتبار مفاهيم التنمية البشرية Human Development والاستبعاد الاجتماعي Social Exclusion الذي يعاني منه بعض فئات المجتمع. ومع تزايد وتيرة العولمة، فقد توسع مفهوم الفقر في القرن الحادي والعشرين بإعلان الأمم المتحدة في سبتمبر ٢٠٠٠ عما يُعرف باسم الأهداف الإنمائية للألفيةMillennium Development Goals، والتي استهدفت تخفيض الفقر وأسبابه ومظاهره بحلول عام ٢٠١٥. وقد غطت الأهداف الألفية التنموية ثماني مجالات منها: القضاء على الفقر والجوع، وصحة الطفل والأمومة، والمساواة بين الجنسين، والاستدامة البيئية، والشراكة العالمية لتحقيق هذه الأهداف (بانقا، ٢٠١٨، ص٦).

ويعرف الفقر متعدد الأبعاد بأنه ظاهرة معقدة تتجاوز الناحية النقدية؛ حيث ينشأ الفقر ليس فقط عند الأشخاص الذين ليس لديهم كمية كافية من الدخل، ولكن أيضًا عندما يفتقرون إلي الإحتياجات الرئيسية مثل: التعليم، والصحة، وإنعدام الأمن، أو عندما يتعرضون لغياب الحقوق، ويسعي مؤشر الفقر متعدد الأبعاد، الذي وضعته مبادرة أكسفورد للفقر والتنمية البشرية وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، لتصوير هذا الحرمان علي نطاق أوسع، حيث يستخدم الفقر متعدد الأبعاد عشرة مؤشرات لقياس الفقر من ثلاثة أبعاد هى: التعليم، الصحة، ومستوي المعيشة (مركز الأبحاث الاحصائية، ٢٠١٥، ص٢٤).

ويرجع الاعتماد على قياس الفقر وفق منظور الأبعاد المتعددة، إلى التوسع الذي شهده مفهوم الفقر وخروجه من المفهوم الضيق الذي يحصره في الجانب النقدي، بالتركيز على المؤشر المعتمد الذي تم تطويره من قبل برنامج الأمم المتحدة الإنمائي الوارد في تقرير التنمية البشرية لعام ١٩٩٧، مؤشر الفقر البشري، الذي يعد مقياسًا متعدد الأبعاد، فهو يجمع في دليل واحد مركب، يمثل أوجه الحرمان من العناصر الأساسية للتنمية البشرية، والمتمثلة في رعاية صحية جيدة، ومستوى تعليمي مرضي، ومستوى معيشي عام مقبول. وتتراوح قيمته بين الصفر والمائة، فهو يحسب كنسبة مئوية. ويتشكل من ثلاث جوانب رئيسية: يعكس الجانب الأول الحرمان من فرصة البقاء على قيد الحياة، ويظهر في الوفاة في عمر مبكر، ويمثل الوجه الثاني الحرمان من الجانب المعرفي، بينما يركز الوجه الثالث على عدم وجود مستوى معيشي مقبول (UNDP, 1997, p. 18-19).

ويتشكل دليل الفقر متعدد الأبعاد من ثلاثة أبعاد فرعية تتفرع منها (١٠) مؤشرات، وهي: بعد التعليم، حيث يتشكل من مؤشرين فرعيين، وهما سنوات الدراسة والانتظام في المدارس، وبعد الصحة

ويتكون من مؤشرين، هما وفيات الأطفال، والتغذية. بالإضافة إلى بعد مستوي المعيشة، والذى يتم قياسه بستة مؤشرات هي: توافر الكهرباء، والمياه الصالحة للشرب، والصرف الصحي، ووقود الطهي المنزلي، وتوافر أرضيات مناسبة وسقف مناسب، والحصول على الحد الأدنى من الأصول.

ويمكن تلخيص أبعاد ومؤشرات دليل الفقر متعدد الأبعاد في الجدول التالي:

جدول (١): أبعاد ومؤشرات دليل الفقر متعدد الأبعاد

أبعاد الفقر	مؤشرات الفقر	الوصف	الوزن
الصحة	(١) وفيات الأطفال	إذا كان هناك حالة وفاة لطفل بالأسرة	6/1
	(٢) التغذية	إذا كان هناك أي فرد بالأسرة يعاني من سوء التغذية	6/1
التعليم	(١) عدد سنوات التعليم	إذ كان هناك فرد بالأسرة لم يكمل ٥ أعوام دراسية	6/1
	(٢) القيد في التعليم	إذا كان هناك طفل من سن ١: ٨ سنوات متسرب من التعليم	
مستوى المعيشة	(١) الكهرباء	إذا كان منزل الأسرة غير مزود بالكهرباء	18/1
	(٢) مياه الشرب	إذا كان منزل الأسرة غير مزود بمياه الشرب	18/1
	(٣) الصرف الصحي	إذا كان منزل الأسرة غير متصل بشبكة الصرف الصحي	18/1
	(٤) أرضية المسكن	إذا كانت أرضية المسكن للأسرة غير نظيفة أو رملية أو ملوثة	18/1
	(٥) وقود الطهي	إذا كانت الأسرة تستخدم الخشب أو الكحول أو روث الحيوانات كوقود للطهي	18/1
	(٦) الأصول	إذا كانت الأسرة لا تمتلك أكثر من واحدة من الأصول التالية: الراديو/ التلفاز/ الدراجة الهوائية أو النارية/ الثلاجة/ أو لا تمتلك سيارة أو شاحنة خاصة	18/1

Source: Alkire et al., 2011

ووفقًا لدليل الفقر متعدد الأبعاد، يقال أن الفرد في عداد الفقراء، إذا كان يعاني من حرمان ما يعادل ثلث أوزان الدليل على الأقل (Alkire, S., & Sarwar, M. (2009) pp. 7-10).

٣- واقع سياسات التنمية المستدامة والوضع الصحى في مصر خلال الفترة 1999-2023

١/٣ واقع سياسات التنمية المستدامة في مصر

يوجد العديد من المؤشرات التي توضح واقع التنمية المستدامة في مصر، فهناك المؤشرات الاقتصادية (مؤشر نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي، ومؤشر معدل التضخم)، وهناك المؤشرات الاجتماعية مثل (مؤشر معدل البطالة، مؤشر معدل النمو السكاني)، وهناك المؤشرات البيئية مثل (مؤشر انبعاث غاز ثاني الكربون).

١/١/٣ المؤشرات الاقتصادية: وتشمل المؤشرات الاقتصادية للتنمية المستدامة المرتبطة بالهيكل الاقتصادي، والمتمثلة فى مؤشر نصيب الفرد من الناتج المحلى الإجمالي، ومؤشر معدل التضخم، ويمكن التعرف على اتجاهات تطورها فى فترة الدراسة كما يلى، بالإعتماد على قاعدة بيانات البنك الدولي:

١/١/١/٣ اتجاهات تطور نصيب الفرد من الناتج المحلى الإجمالي فى مصر (بالدولار الأمريكى) خلال الفترة (١٩٩٩-٢٠٢٣)

شهد الاقتصاد المصري تطورًا ملحوظًا في نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي خلال فترة الدراسة، حيث مر بعدة مراحل رئيسية تتسم كل منها بخصائص مختلفة. ففي الفترة من ١٩٩٩ إلى ٢٠٠٤، تراجع الناتج بشكل حاد من ١٢٩٧.٦ دولار إلى ١٠١٦.٣ دولار، ويعزى ذلك إلى تباطؤ النمو العالمي بعد أزمة الدوت كوم – فقاعة اقتصادية كبرى حدثت في أواخر التسعينيات وبداية الألفية الجديدة (1995–2001)، وارتبطت بالانهيار المفاجئ لأسعار أسهم شركات الإنترنت والتقنية بعد تضخم قيمتها بشكل هائل دون أساس اقتصادي قوي – بالإضافة إلى وضعف الاستثمارات الأجنبية المباشرة، وتراجع عائدات السياحة بعد أحداث ١١ سبتمبر. بينما شهدت الفترة من ٢٠٠٥ إلى ٢٠١٠ انتعاشًا قويًا، حيث قفز الناتج إلى ٢٥٠٩.٨ دولار بفضل الإصلاحات الاقتصادية الجزئية، وزيادة تحويلات المصريين بالخارج، وطفرة في قطاعي الغاز والسياحة. إلا أن هذه المكاسب تعرضت لانتكاسة خلال الفترة من ٢٠١١ إلى ٢٠١٦ بسبب عدم الاستقرار السياسي بعد ثورة ٢٥ يناير، حيث تراجعت السياحة والاستثمارات الأجنبية بشكل كبير. وشهدت الفترة من ٢٠١٦ إلى ٢٠٢٢ تحولات جذرية، بدأت بإنهيار قيمة الجنيه بعد التعويم في ٢٠١٦، ثم انتعاش تدريجي مدعوم باكتشافات الغاز الطبيعي وإصلاحات صندوق النقد الدولي، ليصل الناتج إلى ذروته عند ٤٢٩٥.٤ دولار في ٢٠٢٢. أما في ٢٠٢٣، فقد شهد الاقتصاد تراجعًا جديدًا إلى ٣٥١٢.٦ دولار بسبب تداعيات الحرب الروسية الأوكرانية وأزمة نقص الدولار، مما يعكس حساسية الاقتصاد المصري للصدمات الخارجية وضعف مرونته الهيكلية.

٢/١/١/٣ اتجاهات تطور معدل التضخم فى مصر خلال الفترة (١٩٩٩-٢٠٢٣)

لقد شهد الاقتصاد المصري خلال فترة الدراسة موجه حادة من ارتفاع الأسعار، وتزايد معدلات التضخم. ومما لا شك فيه، أن هذا الارتفاع يعود في جزء منه إلى الإفراط النقدي الذي أدي إلى زيادة الطلب الكلي بمعدل أسرع من الزيادة في الإنتاج، بينما يعود الجزء الآخر إلى الاختلالات الهيكلية التي عاني منها الاقتصاد. وبالإضافة إلى ذلك، أدي تزايد تدخل الدولة في الشئون الاقتصادية والاجتماعية إلى زيادة ما تتحمله الموازنة العامة من أعباء مالية سنة بعد أخرى، وخاصةً في ظل اتجاه الدولة إلى تحمل الأعباء المالية للوحدات الاقتصادية، والتوسع في الخدمات الاجتماعية والثقافية المترتبة على الزيادة السكانية، فضلًا عن تزايد أعباء نفقات الدفاع والأمن والنفقات التحويلية كإعانات الدعم ورفع مستوى المعيشة، بالإضافة إلى قيام الدولة بتحديد سعر اجتماعي لبعض السلع، بغرض التخفيف من حدة الارتفاع في الأسعار.

ولإبراز مدى الارتفاع في معدل التضخم في مصر خلال هذه الفترة نجد أن الاقتصاد المصري شهد تقلبات كبيرة في معدل التضخم خلال الفترة من ١٩٩٩ إلى ٢٠٢٣، حيث بدأت المرحلة بالاستقرار النسبي في نطاق ٢.٣%-٤.٥% حتى ٢٠٠٣، بفضل سياسات الإصلاح الاقتصادي في التسعينيات. لكن عام ٢٠٠٤ شهد صدمة تضخمية قفز فيها المعدل إلى ١١.٣%، بسبب تحرير جزئي لسعر الصرف وارتفاع أسعار النفط العالمية، ثم تصاعد إلى ١٨.٣% في ٢٠٠٨ تحت تأثير الأزمة المالية العالمية التي رفعت أسعار الغذاء والواردات. بعد ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١، تفاقمت الضغوط التضخمية بسبب عدم الاستقرار السياسي وتراجع الاحتياطي النقدي، حيث تذبذب المعدل حول ١٠%-١٤% خلال ٢٠١١-٢٠١٦. وجاءت الصدمة الأكبر في نوفمبر ٢٠١٦ مع تحرير سعر الصرف كجزء من برنامج الإصلاح مع صندوق النقد الدولي، مما دفع التضخم إلى الذروة ٢٩.٥% في ٢٠١٧ بعد تحرير أسعار الوقود. وشهدت الفترة ٢٠١٨-٢٠٢٠ تحسنًا نسبيًا (٩.٢%-١٤.٤%) بفضل تدفقات الاستثمار الأجنبي، لكن الأزمات المتتالية بدءًا من جائحة كورونا ثم الحرب في أوكرانيا وأخيرًا أزمة ٢٠٢٢-٢٠٢٣ المالية دفعت المعدل إلى مستويات قياسية بلغت ٣٣.٩% في ٢٠٢٣، مما يعكس حساسية الاقتصاد المصري للصدمات الخارجية واختلالات الهيكل الإنتاجي المحلي.

٢/١/٣ المؤشرات الاجتماعية: وتشمل المؤشرات التي تقيس مدى التقدم الذي تحرزه البلدان في تلبية الاحتياجات الاجتماعية لمواطنيها ومنها: مؤشر معدل البطالة، ومؤشر معدل النمو السكاني.

ويمكن التعرف على تطورها فى فترة الدراسة كما يلى، بالإعتماد على قاعدة بيانات البنك الدولي، والجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء:

١/٢/١/٣ اتجاهات تطور معدل البطالة فى مصر خلال الفترة (1999 -2023)

شهد معدل البطالة في مصر تحولات كبيرة خلال فترة الدراسة، متأثرًا بالسياسات الاقتصادية والأحداث السياسية والتحولات الهيكلية. ففي نهاية التسعينيات (١٩٩٩–٢٠٠٠)، تراوح المعدل بين ٨% و٩%، ثم ارتفع تدريجيًا ليصل إلى ١٠.٩% في ٢٠٠٣، بسبب تباطؤ النمو الاقتصادي وعدم كفاية فرص العمل لاستيعاب الداخلين الجدد إلى سوق العمل. وشهدت الفترة من ٢٠٠٤ إلى ٢٠٠٨ تحسنًا طفيفًا، حيث انخفض المعدل إلى ٨.٥% في ٢٠٠٨ بفضل النمو الاقتصادي القوي الذي بلغ ٧% سنويًا، وزيادة الاستثمارات الأجنبية، وازدهار قطاعات مثل السياحة والاتصالات. إلا أن الأزمة المالية العالمية في ٢٠٠٨–٢٠٠٩ تسببت في ارتفاع طفيف للبطالة إلى ٩.١% في ٢٠٠٩، بسبب تراجع النمو وتراجع بعض القطاعات. ومع اندلاع ثورة ٢٥ يناير ٢٠١١، قفز معدل البطالة إلى ١١.٨%، ثم ارتفع بشكل مطرد ليصل إلى ذروته عند ١٣.٢% في ٢٠١٣، بسبب الاضطرابات السياسية والأمنية التي عصفت بالاقتصاد، وأدت إلى تراجع الاستثمارات والسياحة وتراجع النمو الاقتصادي. واستمر المعدل مرتفعًا فوق ١٣% حتى ٢٠١٥، مما يعكس الأزمة الهيكلية في سوق العمل وعدم قدرة الاقتصاد على خلق فرص عمل كافية. وبدءً من ٢٠١٦، شهدت البطالة انخفاضًا تدريجيًا، حيث هبط المعدل إلى ٧.٣% في ٢٠٢٣، وذلك بفضل تحسن الأداء الاقتصادي نسبيًا بعد تطبيق برنامج الإصلاح الاقتصادي المدعوم من صندوق النقد الدولي، والذي شهد تحرير سعر الصرف وزيادة الاستثمارات في البنية التحتية. كما ساهم النمو السكاني المتباطئ وزيادة مشاركة القطاع الخاص في تحسين مؤشرات سوق العمل. ومع ذلك، يظل التحدي الأكبر هو جودة الوظائف وليس كميتها، حيث لا تزال نسبة كبيرة من العمالة في القطاع غير الرسمي أو في وظائف منخفضة الإنتاجية، مما يحد من تأثير انخفاض معدل البطالة على تحسين مستويات المعيشة.

٢/٢/١/٣ اتجاهات تطور معدل النمو السكاني فى مصر خلال الفترة (١٩٩٩–٢٠٢٣)

شهد معدل النمو السكاني في مصر تحولًا ملحوظًا خلال فترة الدراسة، حيث بدأ ثابتًا عند ٢.١% سنويًا حتى عام ٢٠٠٣، ثم بدأ في الانخفاض التدريجي ليصل إلى ١.٥% في ٢٠٢٣. في العقد الأول من الألفية (١٩٩٩–٢٠١٠)، ظل المعدل مرتفعاً نسبياً (بين ١.٩% و٢.١%)، مما

يعكس محدودية تأثير برامج تنظيم الأسرة. إلا أن السنوات التالية شهدت تحولًا تدريجيًا، حيث ارتفع المعدل بشكل طفيف إلى ٢.٣% خلال أعوام ٢٠١١-٢٠١٤، وهو ما يمكن تفسيره بتراجع برامج الصحة الإنجابية خلال فترة الاضطرابات السياسية التي أعقبت ثورة ٢٠١١، فضلاً عن تدهور الخدمات الصحية في بعض المناطق. لكن منذ عام ٢٠١٥، بدأ المعدل في الانحدار المستمر، حيث انخفض من ٢.٢% إلى ١.٥% في ٢٠٢٣، مدفوعًا بعدة عوامل، منها زيادة الوعي المجتمعي، ونجاح حملات تنظيم الأسرة التي أعادت الدولة التركيز عليها، فضلًا عن تغير أنماط الزواج والإنجاب في المناطق الحضرية بسبب الأوضاع الاقتصادية الصعبة وارتفاع تكاليف المعيشة. كما لعبت التحولات الاجتماعية، مثل زيادة مشاركة المرأة في التعليم والعمل، دورًا في تباطؤ النمو السكاني. ومع ذلك، يظل التحدي قائمًا، فمصر لا تزال واحدة من أسرع الدول نموًا سكانيًا في المنطقة، مما يضع ضغوطًا مستمرة على الموارد والخدمات العامة، ويتطلب سياسات أكثر فعالية لتحقيق التوازن بين النمو السكاني والتنمية الاقتصادية.

٣/١/٣ المؤشرات البيئية

منذ الثورة الصناعية، أدت الأنشطة البشرية إلى إنبعثات الكثير من الغازات الدفيئة، مثل غاز ثاني أكسيد الكربون، مما أدي إلى زيادة تركيز غازات الاحتباس الحراري في الغلاف الجوي بشكل حاد، والذى أدي بدوره إلى ارتفاع درجة حرارة الأرض بشكل خطير، حيث يحذر تقرير الاحترار العالمي بمقدار ١,٥ درجة مئوية الصادر عن الهيئة الدولية المعنية بتغير المناخ، من أن متوسط درجة حرارة سطح الأرض سيزداد بين ٣ و ٤ درجات مئوية (٥,٤ و ٧,٢ درجة فهرنهايت) بحلول عام ٢١٠٠٠ إذا استمرت انبعاثات الكربون بمعدلاتها الحالية (Li et al., 2021).

وتحتل مصر المرتبة الثالثة من حيث حجم انبعاثات غاز ثاني أكسيد الكربون في منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، وتعتبر مصر من أكثر المناطق تضررًا من التغيرات المناخية، ومن أكثر الدول المعرضة لإنعكاسات أزمة الاحتباس الحراري التي يواجهها العالم، مما يتسبب في التأثير السلبي على العديد من القطاعات في مصر، وذلك بسبب الطبيعة الصحراوية لأغلب الأراضي المصرية، مما يجعل مصر من أكثر الدول تضررًا من التأثيرات السلبية للتقلبات المناخية، وهو ما بدأت مؤشراته في الظهور بوضوح في صيف ٢٠٢١، حيث شهدت مصر ارتفاعًا غير مسبوق في درجات الحرارة منذ خمس سنوات، وسجلت درجة الحرارة ارتفاعًا بمتوسط ثلاث إلى أربع

درجات مئوية فوق المعدلات الطبيعية. ويمكن التعرف على اتجاهات تطور معدلات انبعاث غاز ثانى أكسيد الكربون خلال فترة الدراسة كما يلى، بالإعتماد على قاعدة بيانات البنك الدولي:

١/٣/١/٣ اتجاهات تطور معدلات انبعاث غاز ثاني أكسيد الكربون (كيلو طن) في مصر خلال الفترة (1999 -2023)

ارتفعت انبعاثات ثاني أكسيد الكربون في مصر من ١١٦,٥٣٥ كيلوطن عام ١٩٩٩ إلى ذروة بلغت ٢٤٤,٥٤١ كيلوطن عام ٢٠١٧، قبل أن تشهد تراجعًا ملحوظًا إلى ١٨٩,٣٠٠ كيلوطن عام ٢٠٢٣. ففي الفترة (١٩٩٩–٢٠١٠)، اتسمت الانبعاثات بنمو مطرد بنسبة سنوية متوسطة ٣.٥%، متأثرة بالتحول الصناعي وزيادة الاعتماد على الوقود الأحفوري، حيث قفزت الانبعاثات من ١١٦,٥٣٥ كيلوطن إلى ٢٠٠,٣١٣ كيلوطن، مع تسارع ملحوظ خلال الفترة (٢٠٠٤–٢٠١٠)، بسبب مشروعات البنية التحتية الكبرى وزيادة استهلاك الطاقة في القطاع الصناعي. أما الفترة (٢٠١١–٢٠١٧)، فقد شهدت تسارعً غير مسبوق في الانبعاثات، حيث تجاوزت ٢٤٤,٥٤١ كيلوطن عام ٢٠١٧، نتيجة لزيادة الاعتماد على الفحم في الصناعة بعد أزمة الغاز عام ٢٠١٢، وتوسع المشروعات العمرانية الكبرى، فضلًا عن تراجع كفاءة الطاقة خلال فترة الاضطرابات السياسية. لكن منذ عام ٢٠١٨، بدأت الانبعاثات في التراجع بشكل ملحوظ، حيث انخفضت بنسبة ٢٢.٦% بحلول عام ٢٠٢٣، ويعزى هذا الانخفاض إلى عدة عوامل رئيسية: تحول مصر نحو مشروعات الطاقة المتجددة (مثل مجمع بنبان للطاقة الشمسية)، وتراجع النشاط الصناعي خلال جائحة كورونا (٢٠٢٠–٢٠٢١)، بالإضافة إلى سياسات رفع الدعم عن الوقود الأحفوري وتحسين كفاءة الطاقة. ومع ذلك، لا يزال قطاع النقل والصناعة يمثلان التحدي الأكبر في خفض الانبعاثات، خاصة مع استمرار الاعتماد على الغاز الطبيعي كمصدر رئيسي للطاقة. هذا التحول يعكس محاولات مصر للتوافق مع التزاماتها الدولية في اتفاقية باريس للمناخ، رغم أن الطريق لا يزال طويلًا لتحقيق الحياد الكربوني المستهدف بحلول ٢٠٥٠.

٢/٣ واقع الوضع الصحى فى مصر

يوجد العديد من المؤشرات التي يمكن من خلالها رصد الوضع الصحى فى مصر، وفى هذا الصدد سوف يتم التركيز على مايلى، بالإعتماد على قاعدة بيانات البنك الدولي:

١/٢/٣ اتجاه تطور معدل وفيات الأطفال (دون سن الخامسة) فى مصر خلال الفترة (1999 -2023)

انخفض معدل وفيات الأطفال خلال ربع القرن الماضي (١٩٩٩-٢٠٢٣) من ٤٨ إلى ١٩ حالة وفاة لكل ألف مولود حي، بنسبة انخفاض بلغت ٦٠%، وذلك نتيجة تحسن الظروف الصحية والاقتصادية رغم بعض التحديات. وفي الفترة (١٩٩٩-٢٠١٠)، كان الانخفاض مطردًا بفضل برامج التطعيم الموسعة (خاصة ضد شلل الأطفال والحصبة) وتحسين خدمات رعاية الأمومة والطفولة، حيث انخفض المعدل من ٤٨ إلى ٢٨ لكل ألف، مدعومًا باستقرار اقتصادي نسبي وزيادة الإنفاق الصحي. إلا أن فترة ما بعد ثورة ٢٠١١ شهدت تباطؤًا في وتيرة التحسن بسبب الاضطرابات السياسية التي أثرت على جودة الخدمات الصحية، حيث تراجع الإنفاق الحكومي على الصحة بنسبة ١٥% بين ٢٠١١-٢٠١٤. لكن مع استقرار الأوضاع بعد ٢٠١٤، تسارع الانخفاض مجددًا، حيث وصل المعدل إلى ٢٢ لكل ألف عام ٢٠١٨ بفضل إطلاق برنامج التأمين الصحي الشامل وزيادة عدد وحدات الرعاية الصحية الأولية بنسبة ٤٠%. وشهدت السنوات الأخيرة (٢٠١٩-٢٠٢٣) استمرارًا في التحسن رغم جائحة كورونا، حيث أدت سياسات التباعد الاجتماعي وتحسن الوعي الصحي إلى خفض معدلات العدوى التنفسية بين الأطفال. ومع ذلك، لا تزال هناك فوارق جغرافية كبيرة، حيث تصل معدلات الوفيات في بعض المناطق الريفية إلى ضعف المعدل الوطني، بسبب نقص الخدمات الصحية المتخصصة وارتفاع معدلات سوء التغذية. هذا التحسن التاريخي يعكس نجاح السياسات الصحية المتبعة، لكنه يظل عرضة للتراجع إذا ما تأثرت ميزانية الصحة بالتقلبات الاقتصادية، خاصة في ظل ارتفاع معدلات الفقر في بعض المناطق إلى ٣٠%.

٢/٢/٣ اتجاه تطور معدل وفيات البالغين (ذكور وإناث) فى مصر خلال الفترة (1999 -2023)

انخفض معدل وفيات البالغين في مصر (١٥-٦٠ سنة) خلال فترة الدراسة من ١٩٨ حالة وفاة لكل ألف نسمة عام ١٩٩٩ إلى حوالي ١٤٥ حالة عام ٢٠٢٣، بانخفاض نسبته ٢٧%، مع تفاوتات واضحة بين الجنسين والمناطق الجغرافية. ففي الفترة (١٩٩٩-٢٠١٠)، تحسنت المؤشرات الصحية بشكل مطرد بفضل توسيع برامج الرعاية الصحية الأولية وبرامج مكافحة الأمراض المعدية، حيث انخفض معدل الوفيات بين الذكور من ٢٢٠ إلى ١٨٠ لكل ألف نسمة، وبين الإناث من ١٧٥ إلى ١٤٠ لكل ألف نسمة، وذلك نتيجة تحسن علاج الأمراض التنفسية والقلبية وتراجع معدلات العدوى. إلا أن الفترة (٢٠١١-٢٠١٤) شهدت تباطؤًا في هذا التحسن بسبب الاضطرابات السياسية التي أثرت على جودة الخدمات الصحية وقلصت الإنفاق الصحي

بنسبة ١٨%، مع ارتفاع ملحوظ في وفيات الذكور بسبب العنف السياسي وحوادث الطرق. وفي المرحلة التالية (٢٠١٥-٢٠٢٣)، عاد التحسن لكن بوتيرة أبطأ، حيث أدت إصلاحات النظام الصحي (مثل التأمين الصحي الشامل) إلى خفض وفيات الأمراض المزمنة (كالسكري وضغط الدم) بنسبة ١٥%، بينما ساهمت حملات التوعية ضد التدخين والسمنة في تقليل عوامل الخطر. ومع ذلك، ظهرت تحديات جديدة مثل جائحة كورونا التي تسببت في ارتفاع مؤقت في الوفيات بنسبة ٢٥% عام ٢٠٢٠، خاصة بين الذكور وكبار السن. كما زادت وفيات الإناث بسبب السرطانات النسائية (خاصة سرطان الثدي) نتيجة نقص الكشف المبكر في المناطق الريفية. ولا تزال الفجوات بين المحافظات كبيرة، حيث تصل وفيات الذكور في الصعيد إلى ضعف المعدل في المدن الكبرى، بسبب محدودية خدمات الطوارئ وارتفاع معدلات الحوادث المهنية، بينما تعاني الإناث من نقص خدمات الرعاية التخصصية. هذا التطور يعكس تحسنًا عامًا في المنظومة الصحية، لكنه يكشف أيضًا عن الحاجة الملحة لتحسين جودة الخدمات في المناطق المهمشة ومواجهة التحديات الجديدة مثل شيخوخة السكان وزيادة عبء الأمراض المزمنة.

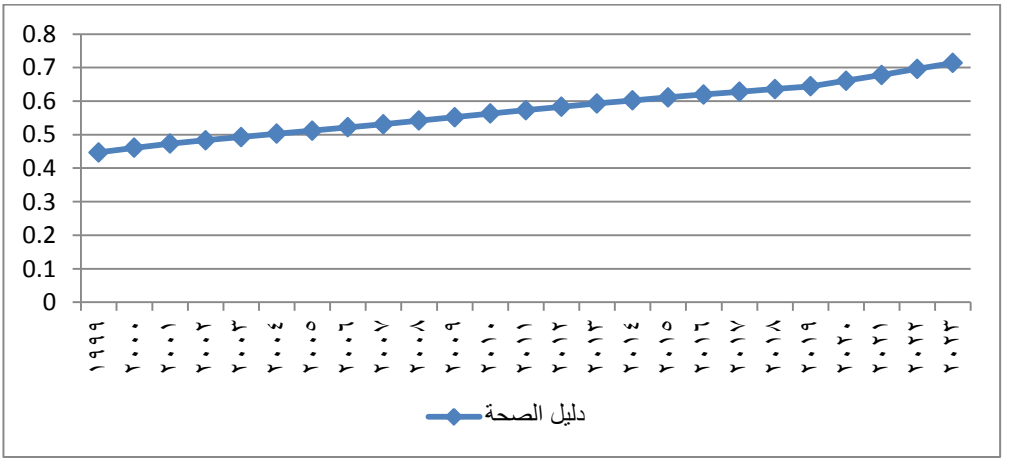
٣/٢/٣ اتجاه تطور متوسط العمر المتوقع عند الميلاد فى مصر خلال الفترة (1999 -2023)

ارتفع متوسط العمر المتوقع عند الميلاد في مصر خلال الفترة من ١٩٩٩ إلى ٢٠٢٣ من ٦٧ عامًا إلى ٧٢.٥ عامًا، بنسبة زيادة تقارب ٨%، وذلك نتيجة تحسن الظروف الصحية والاقتصادية رغم بعض التحديات. ففى الفترة (١٩٩٩-٢٠١٠)، سجل المؤشر نموًا مطردًا ليصل إلى ٧٠ عامًا، مدعومًا بتحسن خدمات الرعاية الصحية الأولية وتراجع معدلات وفيات الأطفال والأمهات، بالإضافة إلى نجاح برامج مكافحة الأمراض المعدية مثل التهاب الكبد الوبائي وشلل الأطفال. كما ساهمت الزيادة في الإنفاق الصحي بنسبة ٢٥% خلال هذه الفترة، وتحسن مؤشرات التغذية في دعم هذا التوجه الإيجابي. لكن الفترة التالية (٢٠١١-٢٠١٤) شهدت تباطؤًا في وتيرة التحسن بسبب الاضطرابات السياسية والاقتصادية التي أعقبت ثورة ٢٥ يناير، حيث تراجع الإنفاق على الصحة وانهارت بعض خدمات الرعاية الصحية الأساسية في المناطق الريفية. ومع استقرار الأوضاع بعد ٢٠١٤، عاد متوسط العمر المتوقع للارتفاع بشكل تدريجي، مسجلًا ٧١ عامًا بحلول ٢٠١٨، بفضل تحسين خدمات الرعاية الصحية للمسنين وبرامج الكشف المبكر عن الأمراض المزمنة مثل السكري وأمراض القلب. إلا أن جائحة كورونا (٢٠٢٠-٢٠٢١) تسببت في انخفاض مؤقت في المؤشر بنحو ٠.٨ عام، خاصة بين كبار السن، قبل أن يعاود الارتفاع مرة أخرى. اليوم،

يواجه متوسط العمر المتوقع في مصر تحديات جديدة تتمثل في زيادة عبء الأمراض غير المعدية، حيث تشكل أمراض القلب والأوعية الدموية والسرطان أكثر من ٧٠% من أسباب الوفاة، بالإضافة إلى تزايد مشكلات الصحة النفسية بين الشباب. كما تظهر فجوات واضحة بين المناطق الحضرية والريفية، حيث يقل المتوسط في بعض قرى الصعيد بنحو ٤ سنوات عن نظيره في المدن الكبرى، بسبب نقص الخدمات الصحية وجودة المياه. هذا التطور يعكس نجاح السياسات الصحية في مواجهة التحديات الديموغرافية، لكنه يبرز الحاجة إلى استثمارات أكبر في الرعاية الصحية الوقائية وبرامج التوعية المجتمعية لضمان استمرار هذه الزيادة في المستقبل.

وبناءً على ما سبق، يمكن الحصول علي دليل مركب لمؤشرات الصحة كما هو موضح بالشكل التالى:

شكل (١): تطور دليل الصحة في مصر خلال الفترة (1999 -2023)



المصدر: سماحة، 2023.

من الشكل السابق يتضح تطور قيم دليل الصحة واقترابها من الواحد الصحيح مع تطور الزمن، حيث شهد تحسنًا مستمرًا ومطردًا خلال فترة الدراسة، حيث ارتفع من ٠.٤٤٧ إلى ٠.٧١٤، بنسبة تحسن بلغت ٦٠%، مما يعكس تطورًا نوعيًا في المنظومة الصحية المصرية رغم التحديات السياسية والاقتصادية التي واجهتها البلاد. سجل الدليل نموًا ثابتًا خلال الفترة (١٩٩٩-٢٠١٠) – من ٠.٤٤٧ إلى ٠.٥٦٣ – مدعومًا بتحسين البنية التحتية الصحية وزيادة عدد المرافق الطبية بنسبة ٣٥%، وتوسيع برامج التطعيم التي غطت أكثر من ٩٥% من الأطفال، بالإضافة إلى تحسن

مؤشرات صحة الأمهات وانخفاض معدلات سوء التغذية. وقد تزامن ذلك مع فترة النمو الاقتصادي النسبي وزيادة الإنفاق الصحي إلى ٥.٢% من الناتج المحلي الإجمالي. لكن الفترة (٢٠١١-٢٠١٤) شهدت تباطؤًا ملحوظًا في وتيرة التحسن بسبب الاضطرابات السياسية التي أعقبت ثورة ٢٥ يناير، حيث تراجع الإنفاق الصحي وانهارت بعض الخدمات الأساسية، لا سيما في المناطق النائية. ومع استقرار الأوضاع بعد ٢٠١٤، تسارع تحسن الدليل مجددًا، مسجلًا ٠.٦٢٨ عام ٢٠١٧، بفضل إطلاق البرنامج القومي للتأمين الصحي الشامل، وزيادة عدد المستشفيات الجامعية والتخصصية بنسبة ٤٠%، وتحسين كفاءة تقديم الخدمات الطبية. كما شهدت الفترة (٢٠٢٠-٢٠٢٣) قفزة غير مسبوقة في الدليل من ٠.٦٤٤ إلى ٠.٧١٤، رغم جائحة كورونا، نتيجة لتحسين إدارة الأزمات الصحية وزيادة الإنفاق على الرعاية الحرجة والأدوية الأساسية بنسبة ٢٥%، وتوسيع نطاق الرقمنة في الخدمات الطبية. ومع ذلك، لا تزال التحديات قائمة، خاصة في ظل التفاوتات الجغرافية الكبيرة، حيث تبلغ قيمة الدليل في بعض المناطق الحضرية ضعف نظيرتها في القرى الأكثر فقرًا. كما أن الزيادة السريعة في عبء الأمراض المزمنة، والتي تمثل الآن ٧٥% من إجمالي الوفيات، تفرض ضغوطًا متزايدة على النظام الصحي. هذا التطور الإيجابي في دليل الصحة يعكس نجاح السياسات الصحية الطموحة، لكنه يظل عرضة للمخاطر الاقتصادية، خاصة في ظل ارتفاع نسبة الإنفاق الصحي الشخصي إلى ٦٠% من إجمالي الإنفاق الصحي، مما يستدعي تعزيز الحماية الاجتماعية لضمان استدامة هذه المكاسب.

٤- تحليل العلاقة بين سياسات التنمية المستدامة والصحة كأحد أبعاد الفقر متعدد الأبعاد في مصر خلال الفترة 2023-1999

لا يوجد مؤشر شامل لسياسات التنمية المستدامة، وبالتالي سيتم التركيز علي سياسات التنمية المستدامة كلٍ علي حدة (الاقتصادية والاجتماعية والبيئية)، وايجاد العلاقة بينها وبين الصحة كأحد أبعاد الفقر متعدد الأبعاد من خلال مصفوفة الارتباط علي النحو التالي:

١/٤ تحليل العلاقة بين السياسات الاقتصادية للتنمية المستدامة والصحة

لبيان العلاقة بين السياسات الاقتصادية للتنمية المستدامة في مصر والصحة خلال فترة الدراسة، يتم الاستعانه بمصفوفة الارتباط بين كلًا من السياسات الاقتصادية للتنمية المستدامة، والمتمثلة في (نصيب الفرد من الناتج المحلى الإجمالى، معدل التضخم)، ودليل الصحة، والموضحة بالجدول التالي:

جدول (٢): مصفوفة الارتباط بين كلًا من السياسات الاقتصادية للتنمية المستدامة والصحة كأحد أبعاد الفقر متعدد الأبعاد في مصر خلال الفترة (1999 -2023)

المتغير التابع	المتغيرات المستقلة	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
الصحة (Y)	الناتج المحلى الاجمالى (X_1)	0.915	0.000
الصحة (Y)	معدل التضخم (X_2)	0.573	0.003

المصدر: إعداد الباحثين بإستخدام برنامج EViews 10.

ويتضح من الجدول السابق، أن السياسات الاقتصادية للتنمية المستدامة مقاسة بنصيب الفرد من الناتج المحلى الإجمالي، ترتبط ارتباطًا طرديًا بالصحة في مصر كأحد أبعاد الفقر متعدد الأبعاد، وجاءت هذه العلاقة معنوية قوية بين نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي والصحة بقيمة 0.915، ومن هنا نخلص إلي نتيجة مفادها: إيجابية نصيب الفرد من الناتج المحلى الإجمالى في تحسين معدلات الصحة فى مصر، وهذه النتيجة متفقة مع النظرية والأدبيات الاقتصادية مثل,UNDP, 2021 (World Bank, 2021, El-Sayed & Galea, 2017). ويمكن تفسير ذلك بأن زيادة الناتج المحلي الإجمالى يعمل على زيادة دخول الأفراد، وبالتالي زيادة الإنفاق على الصحة، وهو الأمر الذي يؤدى إلى تحسين الوضع الصحي.

وكما يتضح من الجدول أيضًا أن السياسات الاقتصادية للتنمية المستدامة مقاسة بمعدل التضخم ترتبط ارتباطًا طرديًا بالصحة في مصر كأحد أبعاد الفقر متعدد الأبعاد، حيث جاءت هذه العلاقة متوسطة ومعنوية بين معدل التضخم والصحة في مصر خلال فترة الدراسة بقيمة 0.573، ويمكن نخلص إلى أنه بالرغم من زيادة معدل التضخم فى مصر خلال فترة الدراسة، إلا أنه يساهم بدور ملموس فى تحسين الوضع الصحى. وهذه النتيجة مخالفة للنظرية والأدبيات الاقتصادية كدرسة كلٍ من (Baird & Hicks, 2022, Gomez & Patel, 2021, Kim, et al. 2019, WHO, 2023,)، ويمكن تفسير ذلك بزيادة دخول الأفراد نتيجه زيادة الناتج المحلى الإجمالي،

الأمر الذي يعمل على زيادة الإنفاق على الصحة، وبالتالي تحسين أوضاعها، حيث تجدر الإشارة إلى أن الإنفاق على الصحة يحتل المرتبة الثالثة لدى الأسر المصرية بعد الإنفاق على الطعام والشراب والمسكن (إذ يمثل ما نسبته ١٠,٤ ٪ من إجمالى انفاق الأسره)، حيث يتم توجيه أكثر من نصف هذا الإنفاق إلى الأدوية، والمنتجات الصحية، والأجهزة الطبية (مسح الدخل والانفاق (٢٠١٩ / ٢٠٢٠)).

٢/٤ تحليل العلاقة بين السياسات الإجتماعية للتنمية المستدامة والصحة

لتحديد العلاقة بين السياسات الإجتماعية للتنمية المستدامة في مصر والصحة خلال فترة الدراسة، يتم الاستعانة بمصفوفة الارتباط بين كلًا من السياسات الاجتماعية للتنمية المستدامة، والمتمثلة في (معدل البطالة، معدل النمو السكانى)، ودليل الصحة، والتى يمكن توضيحها فى الجدول التالي:

جدول (٣): مصفوفة الارتباط بين السياسات الاجتماعية للتنمية المستدامة والصحة كأحد أبعاد الفقر متعدد الأبعاد فى مصر خلال الفترة (1999 -2023)

المتغير التابع	المتغيرات المستقلة	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
الصحة (Y)	معدل البطالة (X_3)	- 0.119	0.569
الصحة (Y)	معدل النمو السكانى (X_4)	-0.559	0.004

المصدر: إعداد الباحثين بإستخدام برنامج EViews 10.

يشير الجدول السابق، إلى أن السياسات الاجتماعية للتنمية المستدامة والمقاسة بمعدل البطالة، ترتبط ارتباطًا عكسيًا بالصحة في مصر كأحد أبعاد الفقر متعدد الأبعاد، كما جاءت هذه العلاقة ضعيفة وغير معنوية في مصر خلال فترة الدراسة بقيمة (٠.١١٩ -)، وبناءً عليه لا يساهم مستوى التوظيف في تحسين الوضع الصحي في مصر خلال فترة الدراسة. وهذه النتيجة متفقة مع النظرية والأدبيات الاقتصادية مثل (Khalil & , Assaad & Krafft, 2015, Brenner, 2005 El-Sayed, 2018)، ويمكن تفسير العلاقة العكسية بأن الأفراد الذين يعانون من البطالة يكون لديهم دخل أقل، مما يؤدي إلي صعوبة في الحصول علي الرعاية الصحية والخدمات الطبية، مما يؤثر سلبًا علي صحتهم بشكل عام، كما أن الأثر غير المعنوي يعكس التحديات التي يواجهها الأفراد والمجتمعات في فترات البطالة، وهو ما يؤثر سلبًا علي مستويات الصحة.

وكما يتضح من الجدول، أن السياسات الاجتماعية للتنمية المستدامة، معبرًا عنها بمعدل النمو السكاني ترتبط ارتباطًا عكسيًا بالصحة في مصر كأحد أبعاد الفقر متعدد الأبعاد، وجاءت هذه العلاقة متوسطة ومعنوية خلال فترة الدراسة بقيمة (٠,٥٥٩-)، ويمكن أن نخلص إلي نتيجة مفادها: يساهم معدل النمو السكاني بعلاقة عكسية متوسطة أى ملموسة فى تحسين الوضع الصحي في مصر. وهذه النتيجة متفقة مع النظرية والأدبيات الاقتصادية كما ورد فى دراسة كلٍ من (El-Zanaty & Way, 2009 Roudi-Fahimi & Kent, 2007)، حيث تؤدي زيادة معدل النمو السكاني إلي الضغط علي الموارد الصحية المتاحة، فيتطلب عدد أكبر من السكان موارد صحية أكبر، مما قد ينتج عنه تدهور جودة الخدمات الصحية المقدمة، ومع زيادة عدد السكان، يتم توزيع الموارد المتاحة علي عدد أكبر من الأفراد، مما قد يؤدي إلي تقليل نصيب الفرد من الخدمات الصحية، وبالتالي التأثير السلبي علي معدلات الصحة.

٣/٤ تحليل العلاقة بين السياسات البيئية للتنمية المستدامة في مصر والصحة

لمعرفة العلاقة بين السياسات البيئية للتنمية المستدامة في مصر والصحة خلال فترة الدراسة، يتم الإستعانة بمصفوفة الارتباط بين كلًا من السياسات البيئية للتنمية المستدامة معبرًا عنها (بإنبعاث غاز ثاني أكسيد الكربون CO2) والصحة، والموضحة بالجدول التالي:

جدول (٤): مصفوفة الارتباط بين السياسات البيئية للتنمية المستدامة والصحة كأحد أبعاد الفقر متعدد الأبعاد في مصر خلال الفترة (1999 -2023)

المتغير التابع	المتغيرات المستقلة	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
الصحة (Y)	إنبعاث غاز ثاني أكسيد الكربون (X_5)	0.789	0.000

المصدر: إعداد الباحثة بإستخدام برنامج EViews 10.

ويتضح من الجدول السابق، أن السياسات البيئية للتنمية المستدامة مقاسة بإنبعاث غاز ثاني أكسيد الكربون، ترتبط ارتباطًا طرديًا بالصحة في مصر كأحد أبعاد الفقر متعدد الأبعاد خلال فترة الدراسة، وجاءت هذه العلاقة قوية ومعنوية بقيمة 0.789، مما يعنى إيجابية إنبعاث غاز ثاني أكسيد الكربون في تحسين وضع الصحة في مصر، وتعد هذه النتيجة مخالفة للنظرية والأدبيات الاقتصادية مثل (Perera, 2018, Hayes, et al., 2018)، ويمكن تفسير ذلك بزيادة الإنفاق على الصحة، نتيجة زيادة الناتج المحلى الإجمالي- زيادة الإنتاج والذى يؤدى بدوره إلى زيادة

إنبعاث الغازات الدفيئة وخاصةً غاز ثانى أكسيد الكربون- والذي يؤدي بدوره إلى زيادة دخول الأفراد، وبالتالى تخصيص جزء من دخلهم للعلاج.

٤/٤ قياس العلاقة بين سياسات التنمية المستدامة والصحة كأحد أبعاد الفقر متعدد الأبعاد في مصر خلال الفترة (1999 -2023)

ولقياس أثر سياسات التنمية المستدامة على الصحة في مصر خلال الفترة ١٩٩٩-٢٠٢٣، يتم إستخدام نموذج الانحدار الذاتي بفترات إبطاء موزعة (ARDL)، ورغم وجود عدة طرق لاختبار تناظر التكامل بين متغيرات الدراسة مثل طريقتي (Johansen & Juselius, 1990) و (Engle & Granger, 1987) إلا أن نموذج ARDL يعد واحدًا من أكثر نماذج الانحدار الديناميكية شيوعًا في دراسات الاقتصاد القياسي، حيث يفترض أن قيمة المتغير التابع عند نقطة زمنية معينة عبارة عن دالة في كل من القيم الحالية والمبطأة للمتغيرات المستقلة، فضلًا عن القيم السابقة أو المبطأة للمتغير التابع نفسه.

ويعود اختيار هذا النموذج إلى المزايا التي يتسم بها عن غيره من النماذج القياسية، ومنها: أنه يمكن تطبيقه بغض النظر عما إذا كانت المتغيرات محل الدراسة ساكنة I(0) أو متكاملة من الدرجة الأولى I(1)، أو الاثنين معًا. كما أن نتائج تطبيقه تكون جيدة في حالة إذا كان حجم العينة (عدد المشاهدات) صغيرة. وهذا عكس معظم اختبارات التكامل المشترك التقليدية التي يتطلب أن يكون حجم العينة كبيرة حتي تكون النتائج أكثر كفاءة. وأخيراً، إن استخدامه يساعد على تقدير مكونات الأجلين الطويل والقصير معا في نفس الوقت (Pesaran et al,2001: 289-326).

وقبل تطبيق منهج (ARDL) للتكامل المشترك للمتغيرات محل الدراسة يجب أولًا تحديد رتبة التكامل المشترك للمتغيرات محل الدراسة، وذلك للتأكد من استقرارية السلاسل الزمنية من جانب، وأن المتغيرات ليست ساكنة في الفروق الثانية لقيمها أو متكاملة من الرتبة الثانية أي I(2) من جانب آخر، وفي هذا الشأن يمكن الاستعانة بإختبار ديكي – فولر الموسع Augmented Dicky –Fuller (ADF) الذى قدمه (Dicky & Fuller, 1981) لاختبار جذر الوحدة.

وتتمثل الخطوة التالية لتقدير نموذج (ARDL) في إجراء اختبار التكامل المشترك باستخدام اختبار الحدود Bounds Test الذي قدمه (Pesaran et al., 2001)، للتأكد من وجود علاقة توازنية طويلة الأجل بين المتغيرات محل الدراسة، ويستلزم ذلك أولًا تحديد فترات

الإبطاء المثلي بالاستناد إلى معياري Schwarz (SIC), Akaike (AIC) ، ويتبع ذلك إجراء التكامل المشترك بين المتغيرات. بعد تقدير معالم النموذج المقدر للأجلين الطويل والقصير، ولأجل التأكد من جودة النموذج المقدر قبل اعتماده يتم إجراء عدد من الاختبارات التشخيصية (اختبارات ملاءمة النموذج المقدر).

هذا ويتم قياس النموذج بمؤشرات السياسة الاقتصادية، ومؤشرات السياسة الاجتماعية، ومؤشرات السياسة البيئية – كمتغيرات مستقلة – ومؤشر الصحة لقياس الفقر متعدد الأبعاد فى مصر – كمتغير تابع – ونظرًا لصعوبة الحصول على متغير شامل لكلٍ من سياسات التنمية المستدامة خلال فترة الدراسة، فقد تم الإعتماد على خمس مؤشرات مستقلة، وهما: مؤشرين للتعبير عن السياسة الاقتصادية (نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي (x_1)، ومعدل التضخم (x_2))، ومؤشرين للتعبير عن السياسة الاجتماعية، وهي: (معدل البطالة (x_3)، ومعدل النمو السكانى (x_4))، ومؤشر للتعبير عن السياسة البيئية وهو إنبعاث غاز ثانى أكسيد الكربون (x_5). بالإضافة إلى مؤشر الصحة (Y)، للتعبير عن الفقر متعدد الأبعاد، ويمكن تحديد متغيرات الدراسة المخصصة للنموذج القياسي في الشكل القياسي على النحو التالي:

جدول (٥): متغيرات الدراسة المخصصة للنموذج

الهدف من النموذج	شكل النموذج رياضيًا
تقدير أثر سياسات التنمية المستدامة على الصحة (Y).	$Y=F\ (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5)$

المصدر: إعداد الباحثين.

ولقياس أثر سياسات التنمية المستدامة على الصحة كأحد أبعاد الفقر متعدد الأبعاد في مصر خلال الفترة (١٩٩٩– ٢٠٢٣)، وفقًا للنماذج الثلاثة سابقة الذكر، نستعين بالبيانات الموضحة في الجدول التالي، والخاصة بتطور مؤشرات سياسات التنمية المستدامة والصحة فى مصر خلال فترة الدراسة، وذلك كما يلى:

جدول (٦): مؤشرات تطور سياسات التنمية المستدامة والصحة كأحد أبعاد الحد من الفقر متعدد الأبعاد في مصر خلال الفترة (1999 –2023)

السنة	سياسات التنمية المستدامة			الفقر متعدد الأبعاد
	الاقتصادية	الاجتماعية	البيئية	الصحة

	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	Y
1999	1297.6	3.1	8	2.1	116535	0.447
2000	1398.9	2.7	9	2.1	114614	0.461
2001	1327.1	2.3	9.3	2.1	126704	0.473
2002	1144.5	2.7	10	2.1	129441	0.483
2003	1056.9	4.5	10.9	2.1	133020	0.493
2004	1016.3	11.3	10.3	2	144504	0.503
2005	1133.1	4.9	11	2	162217	0.512
2006	1332.3	7.6	10.5	1.9	170745	0.522
2007	1586.5	9.3	8.8	2	183396	0.531
2008	1941.9	18.3	8.5	2	189935	0.542
2009	2212.2	11.8	9.1	2	197661	0.552
2010	2509.8	11.3	8.8	2	200313	0.563
2011	2645.6	10.1	11.8	2.2	205767	0.573
2012	3059.1	7.1	12.6	2.3	215001	0.583
2013	3088.9	9.5	13.2	2.3	213856	0.593
2014	3196.9	10.1	13.1	2.3	219121	0.602
2015	3370.4	10.4	13.1	2.2	226284	0.611
2016	3331.6	13.8	12.4	2.1	235426	0.62
2017	2440	29.5	11.8	2	244541	0.628
2018	2531.2	14.4	9.9	1.9	237983	0.636
2019	3017.3	9.2	7.9	1.8	217908	0.644
2020	3571.6	5	8	1.7	210752	0.661
2021	3886.7	5.2	7.4	1.7	203596	0.678
2022	4295.4	13.9	7.3	1.6	196448	0.696
2023	3512.6	33.9	7.3	1.5	189300	0.714

المصدر: قاعدة بيانات وإحصاءات البنك الدولي، سنوات متفرقة.

١/٤/٤ دراسة استقرارية السلاسل الزمنية للمتغيرات محل الدراسة

تهدف دراسة استقراية السلاسل الزمنية لمتغيرات الدراسة إلى معرفة مدي سكون المتغيرات على المدي القصير، ولإجراء ذلك نعتمد على اختبار جذر الوحدة، ورغم تعدد إختبارات جذر الوحدة، إلا أن أفضلها وأكثرها استخدامًا هو (ADF)، وبواسطة البرنامج الإحصائي (EViews 10)، تم التوصل إلى فترات الإبطاء المثلى، ونتائج إختبار (ADF) للمتغيرات محل الدراسة، وذلك على النحو التالي:

جدول (٧): فترات الإبطاء المثلى واختبار ديكى فولر الموسع ADF للمتغيرات محل الدراسة

المتغيرات	المستوي		الفرق الأول		حالة التكامل
	قيمة إحصائيةADF	النتيجة	قيمة إحصائيةADF	النتيجة	I(D)
LnX_1 Lag=1	٠.٥٤٤٠٦٢ – (٠.٨٢٦١)	غير مستقرة بدون اتجاه وقاطع	٢.٦٠٥٧٠٧– (٠.٠١١٦)	مستقرة بدون اتجاه وقاطع	I(1) 1:10%
LnX_2 Lag=3	٠.٤١٤١١٦ – ٠.٧٩٤٨	غير مستقرة بدون اتجاه وقاطع	٤.٠٣٨٩٥٧– (٠.٠٠٠٣)	مستقرة بدون اتجاه وقاطع	I(1) 1:10%
LnX_3 Lag=1	٠.٢٦٣٧٣٠– ٠.٥٨٠٥	غير مستقرة بدون اتجاه وقاطع	٣.٦٥٨٥٠٢– ٠.٠٠٠٨	مستقرة بدون اتجاه وقاطع	I(1) 10%
LnX_4 Lag=2	١.١٣١٥٣٦– ٠.٢٢٦٦	غير مستقرة بدون اتجاه وقاطع	٢.٥٨٨٨٧٣– (٠.٠١٢١)	مستقرة بدون اتجاه وقاطع	I(1) 1:10%
LnX_5 Lag=2	٠.٨٨٤٦٣٤ (٠.٨٩٣١)	غير مستقرة بدون اتجاه وقاطع	٤.٨٧٨٥٣٧– (٠.٠٠٣٨)	مستقرة اتجاه وقاطع	I(1) 1:10%
Ln_Y Lag=2	٠.٦٠٧٩٣٨– ٠.٤٤٢٩	غيرمستقرة بدون اتجاه وقاطع	٥.٣٩٠٥٠٥–– (٠.٠٠١٤)	مستقرة بدون اتجاه وقاطع	I(1) 1:10%

المصدر: إعداد الباحثين، بإستخدام برنامج EViews10.

وطبقاً للنتائج الموضحة بالجدول السابق، فإنه قد تم رفض فرض العدم، وهو وجود جذور الوحدة في السلاسل الزمنية لجميع المتغيرات المستخدمة في النموذج عند المستوى الأصلي للسلسلة الزمنية، وعند أخذ الفرق الأول للسلاسل الزمنية، تبين استقرار جميع السلاسل الزمنية عند مستوي (10:1%)، وذلك في حالة عدم وجود قاطع (حد ثابت) واتجاه عام، بإستثناء LnX_5، وهو ما يعني إمكانية إجراء اختبار التكامل المشترك بغرض الكشف عن وجود علاقة ساكنة في الأجل الطويل بين متغيرات الدراسة. وبناءً على ذلك، فإن المتغيرات متكاملة من الرتبة I(1) ولا توجد متغيرات متكاملة من الرتبة الثانية I(2)، وبالتالي يمكن تطبيق منهجية التكامل المشترك بإستخدام نموذج (ARDL).

٢/٤/٤ إختبار التكامل المشترك بإستخدام نموذج (ARDL) ومنهجية Bounds Test

في الجزء السابق تم التوصل إلى سكون جميع المتغيرات المستخدمة في النموذج، وأنها متكاملة من نفس الدرجة، مما يعني ضرورة إجراء إختبار التكامل المشترك بينها لفحص مدى

استقرار العلاقة بينهم في الأجل الطويل. وللتحقق من إمكانية وجود علاقة تكامل مشترك في الأجل الطويل بين متغيرات الدراسة – وذلك بعد التأكد من سكونها – يتم إستخدام طريقة اختبار الحدود، والتي تتطلب إختيار فترات الإبطاء المثلى للنماذج المستخدمة في الدراسة، ويوضحها الجدول التالي:

جدول (٨): تحديد العدد الأمثل لفترات الإبطاء الزمني للنماذج القياسية محل الدراسة

هيكل النموذج	نتائج الإختبار وفقًا لمعيار		فترة الإبطاء المثلى
	Schwarz	Akaike	
$Y = F(X_1, X_2, X_3, X_4, X_5)$	-١٨.٢٦٩٩٩*	-٢٠.٧٢٠٨٨*	٢

المصدر: إعداد الباحثين، بإستخدام برنامج Eviews10.

ويستخدم منهج إختبار الحدود، للتعرف على مدي وجود علاقة توازنية طويلة الأجل (وجود تكامل مشترك) بين مؤشر الصحة كمتغير تابع، ومؤشرات سياسات التنمية المستدامة، كمتغيرات مستقلة أو تفسيرية وفقًا للنموذج، فقد تم حساب إحصائية (F)، من خلال اختبار الحدود، وكانت النتائج كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٩): نتائج إختبار التكامل المشترك بإستخدام إختبار الحدود لنموذج (ARDL)

Test statistic	Value	النتيجة
F- statistic	9.856732	وجود علاقة تكامل مشترك
القيم الحرجة لإختبار الحدود، عندما يكون عدد المتغيرات التفسيرية (K=5)		
مستوي المعنوية	قيمة الحد الأدنى I(0)	قيمة الحد الأعلي I(1)
10%	2.08	3
5%	2.39	3.38
2.5%	2.7	3.73
1%	3.06	4.15

المصدر: إعداد الباحثين بالإعتماد على حزمة Eviews10.

يتضح من الجدول السابق أن قيمة إحصائية (F) المحسوبة، والبالغة (٩.٨٥٦٧٣٢) أعلى من قيمة الحد الأعلى، والبالغة (٣) عند مستوى معنوية (١٠%)، مما يعني قبول الفرضية البديلة، ورفض الفرضية العدمية، والتي تشير إلى وجود علاقة توازنية طويلة الأجل بين مؤشر الصحة كأحد مؤشرات الفقر متعدد الأبعاد والمتغيرات المستقلة، وبالتالي "وجود علاقة تكامل مشترك" بين متغيرات نموذج الدراسة.

٣/٤/٤ تقدير معلمات النموذج للأجلين الطويل والقصير ومعلمة تصحيح الخطأ

بعد التأكد من وجود علاقة توازنية طويلة الأجل بين مؤشر الصحة كمتغير تابع والمتغيرات المستقلة، يتم تقدير معلمات نموذج (ARDL) للأجلين الطويل والقصير ومعلمة تصحيح الخطأ. وبالإستناد إلى عدد فترات الإبطاء المحددة وفق معايير إختبار فترة الإبطاء لجميع المتغيرات، وذلك كما يتضح من الجدولين التاليين:

جدول (10): نتائج تقديرات نموذج (ARDL) في الأجل الطويل

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob
LNX_1	26.42284	2098.750	0.012590	0.9902
LNX_2	-8.353737	667.9651	-0.012506	0.9902
LNX_3	-43.32122	3479.168	-0.012452	0.9903
LNX_4	-49.56365	3907.206	-0.012685	0.9901
LNX_5	-49.91062	3993.521	-0.012498	0.9903
C	630.4715	50587.69	0.012463	0.9903
R2=0.99	Fstatistic=11475.36		S.E. = 0.001585	
$\overline{R^2}$= 99	Prob(F-statistic) = 0.000000		D.W=2.712392	

المصدر: إعداد الباحثة بالإعتماد على حزمة Eviews10.

يتبين من الجدول السابق أن المتغيرات التي تم اختيارها انطلاقًا من النظرية والأدبيات الاقتصادية، والمفسرة للتغير في مؤشر الصحة جآءت إشارتها موجبة وسالبة، وبالتالى من نتائج تقدير الجدول أعلاه فإن معادلة تصحيح الخطأ سوف تأخذ الشكل الأتي:

$$\text{CointEq} = LNY - (26.4228*LNX_1 - 8.3537*LNX_2 - 43.3212*LNX_3 - 49.5636*LNX_4 - 49.9106*LNX_5 + 630.4715)$$

جدول (11): نتائج تقديرات نموذج (ARDL) في الأجل القصير والخاصة بتقدير أثر سياسات التنمية المستدامة على مؤشر الصحة كأحد أبعاد الفقر متعدد الأبعاد خلال الفترة (١٩٩٩- ٢٠٢٣)

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob
D(LNY(-1))	-0.296803	0.125612	-2.362853	0.0376
D(LNX3)	0.001547	0.002719	0.568921	0.5808
D(LNX3(-1))	0.006653	0.003363	1.978409	0.0735

D(LNX2)	−1.27E−06	0.000524	−0.002420	0.9981
D(LNX5)	0.027719	0.007480	3.705788	0.0035
CointEq (−1) *	−0.000309	2.99E−05	−10.32627	0.0000

المصدر: إعداد الباحثين بالإعتماد على حزمة Eviews10.

يتضح من الجدول السابق أن معامل حد الخطأ قيمته سالبة بمقدار (0.000309−)، ومعنوي عند مستوي أقل من ١%، مما يدل على وجود تصحيح من المدي القصير إلى المدي الطويل بسرعة تصل إلى ٠.٠٣% كل سنة بالنسبة للمتغيرات محل الدراسة.

٤/٤/٤ تقييم النموذج المقدر إقتصاديًا، وقياسيًا:

يهدف هذا الجزء إلى تقييم النموذج المقدر بناءً على أساسيين: أولهما الأساس الاقتصادي، لتحديد مدي اتساق تقديرات نموذج (ARDL) مع ما تقره النظرية والأدبيات الاقتصادية. وثانيهما الأساس القياسي، للتعرف على مصداقية القياس، وذلك بناءً على بعض الإختبارات التشخيصية، ويمكن التعرف على هذه الأسس على النحو التالي:

١/٤/٤/٤ التقييم الاقتصادي للنموذج المقدر

يستدل من نتائج تقدير نموذج (ARDL) في الجدولين (١٠)، (١١) ما يلي:

١- يشير معامل Lnx_1 إلى وجود أثر غير معنوي وموجب لمتغير نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي بالدولار على مؤشر الصحة في الأجل الطويل، وهذه النتيجة تتفق مع النظرية والأدبيات الاقتصادية مثل دراسة (Wilkinson & Pickett, 2006, Deaton, 2003). وعلى الرغم من أن الأثر غير معنوي، إلا إن الإتجاه الإيجابي يشير إلى أن زيادة نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي قد تؤدي إلى تحسينات عامة في مستوى الصحة، حيث تتوفر موارد مالية أكبر يمكن استثمارها في الرعاية الصحية. وإن الأثر غير المعنوي والموجب، يعكس وجود علاقة إيجابية محتملة، لكن التأثير قد يكون ضعيفًا أو معتمدًا على عوامل أخرى.

٢- يشير معامل Lnx_2 إلى وجود أثر غير معنوي وسالب لمتغير معدل التضخم على مؤشر الصحة في الأجل الطويل، وهذه النتيجة تتفق مع النظرية والأدبيات الاقتصادية كدراسة كلٍ من (Rajkumar & Smith & Goldman (2021), Anderson & Poullier (2019),). Swaroop (2022), فقد يكون هناك تأثيرات غير مباشرة للتضخم، مثل زيادة تكاليف

المعيشة، مما يؤدي إلى تقليل الإنفاق على الرعاية الصحية، ومن ثم إنخفاض مستوى الرعاية الصحية خلال نفس الفترة.

٣- يشير معامل Lnx3 إلى وجود أثر غير معنوي وسالب لمتغير معدل البطالة على مؤشر الصحة في الأجل الطويل، وهذه النتيجة تتفق مع النظرية والأدبيات الاقتصادية مثل (Novignon, et al. (2021), Browning & Heinesen, 2020). ويفسر ذلك إلى إن الأفراد الذين يعانون من البطالة يكون لديهم دخل أقل، مما يؤدي إلى صعوبة في الحصول على الرعاية الصحية والخدمات الطبية، مما يؤثر سلبًا على صحتهم بشكل عام. كما أن الأثر غير المعنوي والسالب لمعدل البطالة على مؤشر الصحة يعكس التحديات التي يواجهها الأفراد والمجتمعات في فترات ارتفاع البطالة، مما يؤثر سلبًا على مستوى الصحة.

٤- يشير معامل Lnx_4 إلى وجود أثر غير معنوي وسالب لمتغير معدل النمو السكاني على مؤشر الصحة في الأجل الطويل، وهذه النتيجة تتفق مع النظرية والأدبيات الاقتصادية كدراسة كلٍ من (Wang & Sun Hussain, et al., 2021 , Acemoglu & Johnson, 2019) ,(2022). فقد تؤدي زيادة معدل النمو السكاني إلى ضغط أكبر على النظام الصحي، حيث يتطلب عدد أكبر من السكان موارد صحية أكبر، مما قد يؤدي إلى تدهور جودة الخدمات الصحية المقدمة، أو يتم توزيع الموارد المتاحة على عدد أكبر من الأفراد، مما قد يؤدي إلى تقليل نصيب الفرد من الخدمات الصحية وهو ما يؤثر سلبًا على مستوى الصحة العامة.

٥- يشير معامل Lnx_5 إلى وجود أثر غير معنوي وسالب لمتغير إنبعاثات ثاني أكسيد الكربون على مؤشر الصحة في الأجل الطويل، وهذه النتيجة تتفق مع النظرية والأدبيات الاقتصادية مثل دراسة (Smith & Jones, 2023, Chen, et al., 2022, Burke, et al., 2020). ويفسر ذلك بأن زيادة انبعاثات ثاني أكسيد الكربون تؤدي إلى تدهور جودة الهواء، مما يؤثر على مستوى الصحة.

٦- يتضح أن معلمة تصحيح الخطأ أخذت الإشارة السالبة، وهي ذات دلالة إحصائية عند مستوي معنوية أقل من (١%)، مما يعني أن الإختلال في التوازن طويل الأجل يصحح بسرعة تعادل (0.03%) كل سنة، وهو ما يدل على أن ٣% من الإختلالات في التوازن تُصَحَّح سنويًا. وهذا يشير إلى أن النظام لديه ديناميكية قوية للتكيف مع التغيرات، مما يعني أن العوامل المؤثرة

تعمل بشكل فعال لإعادة التوازن. كما تظهر تقديرات معلمات الأجل القصير أن بعضها كان معنوي والبعض الأخر غير معنوى.

٢/٤/٤/٤ التقييم القياسي للنموذج المقدر

بعد تقدير معالم النموذج للأجلين الطويل والقصير، ومن أجل التأكد من جودة النموذج المقدر قبل إعتماده، يتم إجراء عدد من الإختبارات التشخيصية أو ما يسمي بإختبارات ملاءمة النموذج المقدر، وأهمها (Gujaratiet al., 2005):

١/٢/٤/٤/٤ اختبار عدم تجانس تباين الخطأ العشوائي لنموذج الانحدار (Heteroskedasticity)

للتحقق من عدم وجود مشكلة عدم تجانس تباين الخطأ العشوائي لنموذج الانحدار المقدر، يوجد العديد من الإختبارات، أهمها على الإطلاق، Heteroskedasticity Test: Breusch–Pagan–Godfrey. وبإجراء هذا الإختبار، والموضح بالجدول التالي، تبين أن قيمة (Obs*R–squared) بلغت نحو (15.40260)، كما بلغت قيمة (Prob. Chi–Square (11)) نحو (0.1648). وهذه النتيجة تعني قبول الفرض العدمي، وهو وجود تجانس تباين حد الخطأ العشوائي، ورفض الفرض البديل، وهو عدم تجانس تباين حد الخطأ العشوائي.

جدول (١٢): إختبار عدم تجانس تباين حد الخطأ العشوائي (Heteroskedasticity) لنموذج الانحدار

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey

F-statistic	2.027352	Prob. F(11,11)	0.1283
Obs*R-squared	15.40260	Prob. Chi-Square(11)	0.1648
Scaled explained SS	3.787383	Prob. Chi-Square(11)	0.9757

المصدر: إعداد الباحثين بالإعتماد على حزمة Eviews10.

٢/٢/٤/٤/٤ إختبار عدم وجود الارتباط الذاتي لنموذج الانحدار (Autocorrelation)

للتحقق من عدم وجود الارتباط الذاتي لنموذج الانحدار المقدر، هناك العديد من الإختبارات، أهمها إختبار (Breusch–Godfrey Serial Correlation LM Test)، وبإجراء هذا الاختبار والموضح في الجدول التالي، تبين أن قيمة (F–statistic) بلغت نحو (4.141932)، كما بلغت (Prob. F) نحو (٠.٠٥٣١). وتعنى هذه النتيجة قبول الفرض العدمي، وهو عدم وجود ارتباط ذاتي، ورفض الفرض البديل، وهو وجود ارتباط ذاتي.

جدول (١٣): إختبار عدم وجود الارتباط الذاتي لنموذج الانحدار(Autocorrelation)

eusch-Godfrey Serial Correlation LM Test:

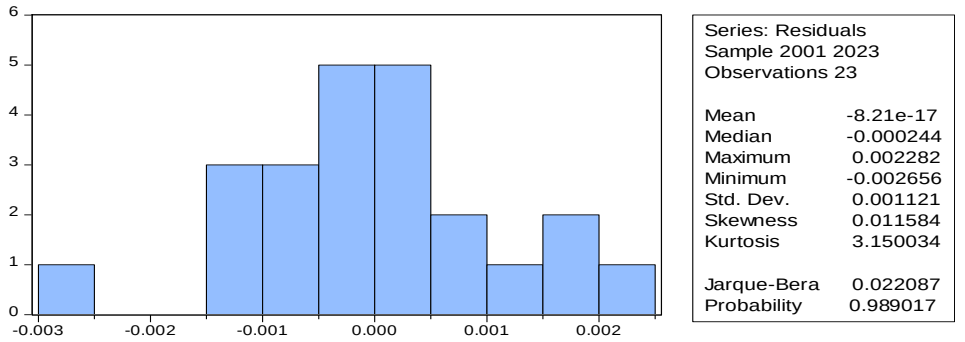
statistic	4.141932	Prob. F(2,9)	0.0531
bs*R-squared	11.02351	Prob. Chi-Square(2)	0.0040

المصدر: إعداد الباحثين بالإعتماد على حزمة Eviews10.

٣/٢/٤/٤/٤ اختبار التوزيع الطبيعي للأخطاء العشوائية Jarque Bera (JB)

لقد بلغت قيمة إحصائية Jarque–Bera (JB) نحو (٠.٠٢٢٠٨٧)، وبقيمة إحتمالية بلغت نحو (٠.٩٨٩٠١٧)، وتشير هذه القيم إلى قبول فرضية العدم التي تنص على أن الأخطاء العشوائية موزعة توزيعًا طبيعيًا في النموذج المقدر، وذلك كما هو موضح في الشكل التالي:

شكل (٢): التوزيع الطبيعي لبواقي النموذج المقدر



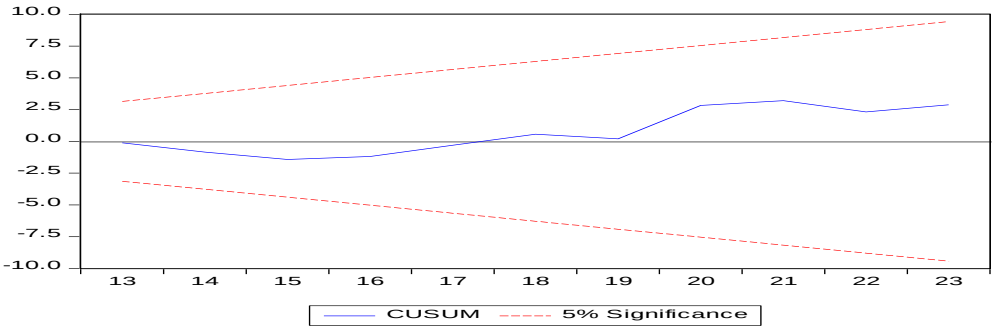
المصدر: إعداد الباحثين بالإعتماد على حزمة Eviews10.

٤/٢/٤/٤/٤ اختبار الاستقرار الهيكلي لنموذج (ARDL) المقدر

يتمثل اختبار الاستقرار الهيكلي لمعاملات الآجلين القصير والطويل في خلو البيانات المستخدمة في هذه الدراسة من وجود أي تغيرات هيكلية عبر الزمن، ولتحقيق ذلك يتم إستخدام إختبارين هما: اختبار المجموع التراكمي للبواقي (CUSUM)، واختبار المجموع التراكمي لمربعات للبواقي (CUSUMSQ)، ويتحقق الاستقرار الهيكلي للمعاملات المقدرة بصيغة (UECM) لنموذج (ARDL) إذا إنحصر المنحنى الإحصائي بين كل من (CUSUM) و(CUSUMSQ) داخل

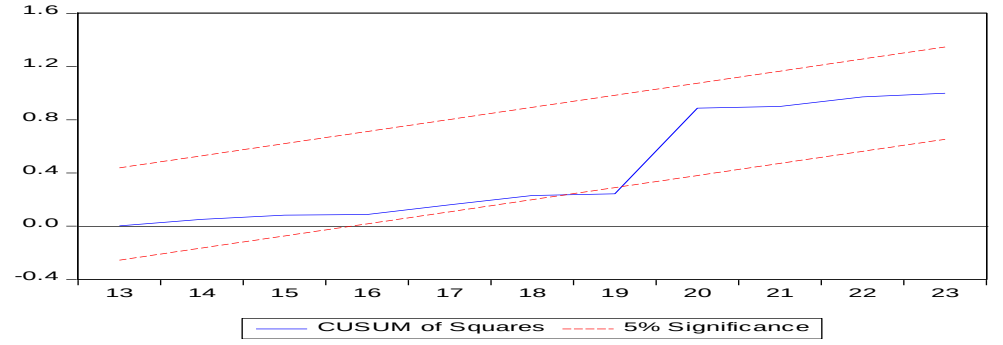
الحدود الحرجة عند مستوي معنوي ٥%، ومن ثم تكون هذه المعاملات غير مستقرة إذا إنتقل الشكل البياني لإحصاء الإختبارين المذكورين خارج الحدود عند مستوى معنوي ٥%، كما هو مبين في الشكلين التاليين:

شكل (٣): نتائج إختبار الاستقرار الهيكلي للنموذج وفقاً لإحصائية (CUSUM)



المصدر: إعداد الباحثين بالإعتماد على حزمة Eviews10.

شكل (٤): نتائج إختبار الاستقرار الهيكلي للنموذج وفقاً لإحصائية (CUSUMSQ)



المصدر: إعداد الباحثين بالإعتماد على حزمة Eviews10.

وبالنظر إلى الشكلين السابقين، يلاحظ أن المعاملات المقدرة لنموذج (ARDL) المستخدم مستقرة هيكليًا عبر الفترة محل الدراسة، مما يؤكد وجود استقرار بين متغيرات الدراسة وانسجام في النموذج بين نتائج تصحيح الخطأ في المدي القصير والطويل، حيث وقع الشكل البياني لإحصاء الإختبارين المذكورين لهذا النموذج داخل الحدود الحرجة عند مستوي معنوية ٥%.

وبناءً على ما سبق، تؤكد نتائج اختبار كلٍ من عدم تجانس تباين الخطأ العشوائي لنموذج الانحدار، واختبار عدم وجود الارتباط الذاتى، واختبار التوزيع الطبيعي للأخطاء العشوائية، واختبار

الاستقرار الهيكلي لنموذج (ARDL) المقدر على موثوقية النتائج المتحصل عليها من النموذج المعني بتقدير أثر سياسات التنمية المستدامة على مؤشر الصحة في مصر خلال الفترة (١٩٩٩-٢٠٢٣).

٥- الخاتمة

توصلت الدراسة إلى أن سياسات التنمية المستدامة تلعب دورًا محوريًا في تعزيز الوضع الصحي في مصر كمدخل للحد من الفقر متعدد الأبعاد خلال الفترة من ١٩٩٩ حتى ٢٠٢٣. أظهرت النتائج وجود علاقة توازنية طويلة الأجل وذات دلالة إحصائية بين سياسات التنمية المستدامة بأبعادها الثلاثة (الاقتصادية، الاجتماعية، والبيئية) وبين الوضع الصحي في مصر، باعتباره أحد الأبعاد الأساسية للفقر متعدد الأبعاد. وقد أظهرت النتائج أن السياسات الاقتصادية، التي تم التعبير عنها من خلال مؤشرات مثل نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي ومعدل التضخم، تؤثر بشكل طردي على الوضع الصحي، حيث تبين أن ارتفاع نصيب الفرد من الناتج المحلي يُعزز من الإنفاق على الصحة ويحسن من قدرة الأسر على الحصول على خدمات صحية ذات جودة، في حين أظهر التضخم تأثيرًا طرديًا متوسط القوة، وهو ما يُعزى إلى أن زيادات الدخل قد فاقت نسب التضخم خلال بعض الفترات. كما أظهرت الدراسة أن السياسات الاجتماعية مثل معدلات البطالة والنمو السكاني لها أثر مباشر على الصحة؛ فكلما انخفضت معدلات البطالة والنمو السكاني، تحسنت مؤشرات الصحة نتيجة انخفاض الضغط على الموارد والخدمات. أما على الجانب البيئي، فقد تبين أن انبعاثات ثاني أكسيد الكربون تمثل تحديًا للصحة العامة، خاصةً في ظل التوسع الصناعي وضعف الاعتماد على مصادر طاقة نظيفة.

وبناءً على هذه النتائج، توصي الدراسة بما يلى:

١- ضرورة صياغة سياسات تنموية متكاملة تُراعي الترابط بين الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية لتحقيق تحسن مستدام في المؤشرات الصحية.

٢- تعزيز السياسات الاقتصادية، عن طريق زيادة الاستثمار في القطاع الصحي وتحسين البنية التحتية الصحية، خاصة في المناطق الريفية والمهمشة. بالإضافة إلى تعزيز النمو الاقتصادي الشامل لضمان حصول الفئات الفقيرة إلى الخدمات الصحية الأساسية.

٣- تحسين السياسات الاجتماعية، وذلك بتنفيذ برامج فعالة لخفض معدلات البطالة، مثل تدريب الشباب وتشجيع المشاريع الصغيرة. أضف إلى ذلك ضرورة تعزيز البرامج السكانية وتنظيم الأسرة والتوعية الصحية للحد من النمو السكاني السريع وتخفيف الضغط على الموارد الصحية.

٤- تعزيز السياسات البيئية، بتبني سياسات بيئية أكثر صرامة للحد من التلوث والانبعاثات الضارة، مع التركيز على التحول إلى الطاقة النظيفة. ودعم المبادرات البيئية التي تساهم في تحسين جودة الهواء والمياه، وبالتالي الصحة العامة.

٥- تعزيز النظام الصحي، وذلك بتعزيز الإنفاق العام على الرعاية الصحية، وتوسيع نطاق برامج التأمين الصحي الشامل، لا سيما في المناطق الريفية والمهمشة. ورفع كفاءة النظام الصحي من خلال التحول الرقمي وزيادة عدد الكوادر الصحية المدربة. وتعزيز الوعي الصحي عبر حملات التوعية الصحية للحد من الأمراض المزمنة وسوء التغذية.

المراجع:

- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء (٢٠٢٠). مسح الدخل والإنفاق لعام ٢٠١٩/٢٠٢٠. https://www.capmas.gov.eg
- الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء (2021). *الفقر والصحة في محافظات الصعيد*. القاهرة، مصر.

- الحسن، عبدالرحمن محمد (٢٠١١).التنمية المستدامة ومتطلبات تحقيقها، ملتقي إستراتيجية الحوكمة في القضاء علي البطالة وتحقيق التنمية المستدامة، جامعة المسيلة، السودان.
- المركز المصري للبحوث الاقتصادية (2022). *تقييم أثر برنامج تكافل وكرامة على المؤشرات الصحية*. القاهرة، مصر.
- المركز الوطني للبحوث الصحية (2020). *أثر التأمين الصحي على النفقات الصحية للأسر الفقيرة*. عمان، الأردن.
- المندوبية السامية للتخطيط (2020). *التنمية المستدامة والفقر متعدد الأبعاد في المناطق القروية*. الرباط، المغرب.
- بانقا، علم الدين (٢٠١٨). تطور مفاهيم الفقر وتوزيع الدخل خلال الفترة (١٩٦٠ – ٢٠١٧). جسر التنمية، المعهد العربي للتخطيط، (١٤٤).
- بوعافية، رشيد (٢٠١٨). التنمية المستدامة والحد من الفقر في اقتصاديات الدول النامية. *مجلة معهد العلوم الإقتصادية*، جامعة الجزائر، ٢١ (٢)، ١١-٤٠.
- جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية (٢٠٢١). دور التوعية الصحية فى الحد من الفقر متعدد الأبعاد: دراسة حالة على محافظات الوجه القبلى. القاهرة، مصر.
- جامعة تونس المنار (2019). *سياسات الصحة العمومية وتأثيرها على الفقر*، تونس.
- سماحة، محمد منير(٢٠٢٣). نحو منهجية شاملة لقياس رأس المال البشري في مصر خلال الفترة ١٩٩٠. *المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية*، ٤ (2).
- شاهين، أحمد (2013). *التنمية المستدامة في العالم العربي*. القاهرة: دار النهضة العربية.
- عباس، وداد (٢٠١٨). *دور سياسات التنمية المستدامة في الحد من الفقر: دراسة حالة الجزائر، الأردن واليمن*. رسالة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف، الجزائر.
- غيلان، سهر مهدي، ياسين، فايق جزاع، ومحيسن، شيماء رشيد (٢٠٠٩). دراسة تحليلية لأهم مؤشرات التنمية المستدامة في البلدان العربية والمتقدمة. *مجلة كلية الإدارة والاقتصاد للدراسات الاقتصادية والادارية والمالية*، جامعة بابل، العراق.
- مركز الأبحاث الإحصائية (2015). *تقرير مؤشرات التنمية المستدامة في العالم العربي*. القاهرة، مصر.

- منشاوى، شرين السيد (٢٠١٦). *الاقتصاد الأخضر ودوره في تعزيز التنمية المستدامة في مصر بالتركيز علي الموارد المائية*. رسالة ماجستير، كلية التجارة، جامعة بنها.
- نافع، مدحت (٢٠١٦). معدلات الفقر في مصر وأهداف التنمية المستدامة: قراءة تحليلية في بحث الدخل والانفاق والاستهلاك لعام ٢٠١٥، *مجلة الديموقراطية*، مؤسسة الأهرام، ٦ (٦١).
- وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية (2023). *رؤية مصر ٢٠٣٠ والصحة كأداة للحد من الفقر*. القاهرة، مصر.
- Acemoglu, D., & Johnson, S. (2007). Disease and development: the effect of life expectancy on economic growth. *Journal of political Economy*, *115*(6), 925-985.
- Acemoglu, D., & Johnson, S. (2019). Disease and development: The effect of population growth on health outcomes. NBER Working Paper No. 26065.
- Ahmad, K., & Riaz, A. (2011). An econometric model of poverty in Pakistan: ARDL approach to co-integration. *Asian journal of business and management sciences*, *1*(3), 75-84.
- Alkire, S., & Sarwar, M. (2009). Multidimensional measures of poverty & well-being, European Commission, Oxford.
- Alkire, S., Roche, J., Santos, M., & Seth, S. (2011). Multidimensional poverty index 2011: brief methodological note.
- Anderson, G. F., & Poullier, J. P. (2019). Health spending, inflation, and economic growth. *Health Affairs*, *38*(3), 491-499.
- Assaad, R., & Krafft, C. (2015). The structure and evolution of employment in Egypt: 1998–2012. *Economic Research Forum Working Paper No. 921*.
- Baird, K., & Hicks, S. (2022). The impact of inflation on out-of-pocket health expenditures: Evidence from low-income households. *Journal of Health Economics*, *45*(3), 102-115.
- Brenner, M. H. (2005). Unemployment and health: An analysis of "economic stress" models. *Social Science & Medicine*, *61*(11), 2349–2363.
- Browning, M., & Heinesen, E. (2020). Effect of job loss on health: A longitudinal study. *Journal of Human Resources*, *55*(3), 926-959.
- Burke, M., et al. (2020). The impact of climate change on human health: Evidence from spatial variations. *Nature Climate Change*, *10*(8), 750-755.
- Chen, Y., et al. (2022). The heterogeneous effects of air pollution on health outcomes. *Journal of Environmental Economics*, *105*, 102401.
- Das Gupta, M., Bongaarts, J., & Cleland, J. (2011). Population, poverty, and sustainable development: A review of the evidence. *World Bank Policy Research Working Paper*, (5719).

- Deaton, A. (2003). Health, inequality, and economic development. *Journal of economic literature*, *41*(1), 113-158.
- El-Sayed, A. M., & Galea, S. (2017). The impact of economic growth on health indicators in Egypt. *African Health Sciences, 17*(2), 468–475.
- El Shakefy, Reham Rizk (2012). Poverty governance and sustainable development: A panel data study. *The Scientific Journal of Research and Business Studies*, Faculty of Commerce and Business Administration, Helwan University, *2*, 1–30.
- El-Zanaty, F. & Way, A. (2009). Egypt Demographic and Health Survey 2008. *Ministry of Health, Egypt.*
- Gujarati, D. N., Porter, D. C., & Gunasekar, S. (2005). Basic econometrics, 5th Edition, McGraw Hill Education, New York.
- Hayes, K. Blashki, G., Wiseman, J., Burke, S., & Reifels, L. (2018). Climate change and mental health: risks, impacts and priority actions. *International journal of mental health systems*, *12*, 1-12.
- Hossain, M., Rahman, T. & Ahmed, S. (2019). Impact of health awareness on multidimensional rural poverty. *Journal of Development Studies, 35*(2), 45-60.
- Hussain, M. N., et al. (2021). Demographic transitions and health outcomes: A global perspective. *World Development, 145*, 105512.
- Khalil, K. & El-Sayed, M. (2018). The limited impact of formal employment on health outcomes in Egypt. *Journal of North African Studies, 23*(4), 678–695.
- Kim, S., et al. (2019). Hospital performance under inflationary pressures: A case study from Latin America. *Health Services Research, 54*(1), 34-48.
- Liu, S., Xing, J., Westervelt, D. M., Liu, S., Ding, D., Fiore, A. M. ... & Wang, S. (2021). Role of emission controls in reducing the 2050 climate change penalty for PM2.5 in China. *Science of the Total Environment*, *765*, 144338.
- Mekdem, M. (2018). Study of the Relationship Growth-Health-Poverty Empirical Validation for the South Shore Country The Mediterranean. *Global Journal of Economics and Business–Vol*, *4*(1), 90-98.
- Novignon, J., et al. (2021). Unemployment and health outcomes in Sub-Saharan Africa. *Social Science & Medicine*, *281*, 114087.
- Patel, R., et al. (2020). Clean energy impact on health and poverty in rural areas. *Environmental Health Perspectives*, *128*(4), 112-125.
- Perera, F. (2018). Pollution from fossil-fuel combustion is the leading environmental threat to global pediatric health and equity: Solutions exist. *International journal of environmental research and public health*, *15*(1), 16.
- Pesaran, M. H., Shin, Y., & Smith, R. J. (2001). Bounds testing approaches to the analysis of level relationships. *Journal of applied econometrics*, *16*(3), 289-326.

- Rajkumar, A. S., & Swaroop, V. (2022). *Public spending and health outcomes: Does inflation matter?* World Development, 158, 105968.
- Roudi-Fahimi, F., & Kent, M. M. (2007). Challenges and opportunities—The population of the Middle East and North Africa. *Population Bulletin, 62*(2), 1–20.
- Silva, A., et al. (2021). *Universal health coverage and child mortality in Brazil*. Health Policy and Planning, *36*(2), 145-158.
- Smith, J. P., & Goldman, N. (2021). Inflation and population health: A cross-national analysis. *Journal of Health Economics, 75*, 102402.
- Smith, J. P., & Jones, L. M. (2023). Carbon emissions and public health: A cross-national analysis. *Environmental Health Perspectives, 131*(4), 047001.
- Toufik, T., & Mohammed, Y. (2016). Pauvreté et développement durable-Dans le cadre des objectifs du millénaire pour le développement. *Journal of Financial and Accounting Studies), 7*(1), 569-576. Université Chadli Bendjedid El Tarf.
- Ukwandu, D. (2016). An exploration of the different dimensions of sustainable development. *Dirasat, Administrative Sciences*, *43*(1), 647-655.
- United Nations Development Programme (UNDP) (2021). Egypt Human Development Report 2021: Health and economic progress.
- United Nations Development Programme & World Health Organization. (2020). *Health as a pathway to sustainable development: Analyzing multidimensional poverty*.
- Wang, Q., & Sun, Y. (2022). The nonlinear relationship between population growth and public health: Evidence from China. *Health Policy, 126*(5), 456-465.
- Wilkinson, R. G., & Pickett, K. E. (2006). Income inequality and population health: a review and explanation of the evidence. *Social science & medicine, 62*(7), 1768-1784.
- World Bank (2018). Investing in health: A lever for poverty reduction.
- World Bank (2021). Egypt's healthcare system: Challenges and opportunities.
- World Health Organization (WHO) (2023). *Global report on inflation and health systems.* WHO Press.

الريادة الاستراتيجية ودورها في تحقيق التميز التنظيمي
"دراسة تطبيقية"

ا.د/ عمار فتحى موسى اسماعيل *

ابراهيم السيد ابراهيم على اسماعيل **

(*) **أ.د.عمار فتحي موسى اسماعيل:** أستاذ ادارة الموارد البشرية ووكيل كلية التجارة لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة مدينة السادات – حاصل علي درجة الدكتوراه من جامعة مدينة السادات، من اهتماماته البحثية: السعادة النفسية، البراعة التنظيمية، السمعة التنظيمية، جودة الحياة الوظيفية، القيادة الأبوية، التميز المؤسسي ، المناعة التنظيمية ، القيادة المدمرة ، القيادة النرجسية، الغباء التنظيمي ، الجدارات الجوهرية.

Email:dr_ammar2012@yahoo.com

(**)**ابراهيم السيد ابراهيم على اسماعيل :** باحث دكتوراه كلية التجارة – جامعة مدينة السادات

Email: ibrahimelsayed730@gmail.com

ملخص البحث:

يتمثل الهدف العام للبحث في التعرف على دور الريادة الاستراتيجية بأبعادها (العقلية الريادية، القيادة الريادية، الثقافة الريادية، الادارة الاستراتيجية للموارد) فى تحقيق التميز التنظيمي بأبعاده (تميز القيادة، تميز المرؤسين، تميز الهيكل التنظيمي، تميز الثقافة التنظيمية، تميز الاستراتيجية) ، وذلك بالتطبيق على عينة قدرها ٣٨٤ من العاملين بالهيئة القومية للبريد المصري، وقد اعتمدت منهجية معالجة بيانات هذا البحث على بعض أساليب التحليل المتوفرة في حزمة أساليب التحليل الاحصائي Spss ، وتوصلت نتائج البحث الي وجود علاقة معنوية بين الريادة الإستراتيجية بأبعادها(العقلية الريادية، القيادة الريادية، الثقافة الريادية ، ادارة الموارد بشكل استراتيجي) وبين التميز التنظيمى بأبعاده (تميز القيادة ، تميز المرؤسين، تميز الهيكل التنظيمى ، تميز الاستراتيجية، تميز الثقافة التنظيمية)، وفى ضوء ما أسفرت عنه نتائج البحث، يُوصي الباحثان بمجموعة من التوصيات لتحقيق التميز التنظيمي منها: ادارة الموارد الإستراتيجية للهيئة القومية للبريد المصري بالكفاءة والفعالية المطلوبة، تفعيل عناصر التميز التنظيمي
، أن تتضمن رؤية الهيئة القومية للبريد المصري التأكيد على أن أحد الركائز الأساسية لتحقيق التميز هي اكتساف الفرص الريادية واقتناصها.

الكلمات المفتاحية : الريادة الاستراتيجية ، التميز التنظيمي.

Summary

The general objective of the research is to identify the role of strategic entrepreneurship in its dimensions (entrepreneurial mentality, entrepreneurial leadership, entrepreneurial culture, strategic resource management) in achieving organizational excellence in its dimensions (excellence of leadership, excellence of subordinates, excellence of organizational structure, excellence of organizational culture, excellence of strategy), by applying it to a sample of 384 employees of the Egyptian Post. The methodology for processing the data of this research relied on some of the analysis methods available in the statistical analysis methods package Spss, and the results of the study reached the existence of a significant relationship between strategic entrepreneurship in its dimensions (entrepreneurial mentality, entrepreneurial leadership, entrepreneurial culture, strategic resource management) and organizational excellence in its dimensions (excellence of leadership, excellence of subordinates, excellence of organizational structure, excellence of strategy, excellence of organizational culture) ، In light of the research results, the researchers recommend a set of recommendations to achieve organizational excellence, including: Managing the strategic resources of the Egyptian National Postal Authority with the required efficiency and effectiveness ،Activating the elements of organizational excellence ، Linking the elements of Strategic Entrepreneurship to the elements of organizational excellence, The vision of the National Authority for the Egyptian Post should also include that one of the main pillars to achieve organizational excellence is to create and seize the entrepreneurial opportunities.

Keywords : Strategic Entrepreneurship , Organizational Excellence .

١ – مقدمة:

ارتبطت الريادة الإستراتيجية بالفكر الإستراتيجى والذي يرتبط أساساً بقدرة المنظمة على وضع الخطط المستقبلية للتطوير والتغيير والتأقلم كما أنها تتبع من الرؤية الواضحة ومدي وعي الأفراد برسالة المؤسسة وأهدافها بالإضافة إلى أنه يهتم بإيجاد قيم وأهداف مشتركة بين العاملين (المغيرية وآخرين،٢٠٢٢)، ويعد مدخل الريادة الاستراتيجية داعماً قوياً للتجديد الذاتي في المؤسسات المعاصرة (عبداللطيف، (علي،٢٠١٨) ، ولهذا يمثل منهج الريادة الإستراتيجية اتجاهاً فكرياً متطوراً في العمل الاداري المنظم من أجل تحقيق أهداف المنظمة وغاياتها، ويرمى إلى استغلال الفرص الفريدة وادارة الموارد بكفاءة لتحقيق الأداء المتميز من خلال قيادة وثقافة ريادية، كما أن تطبيق نهج الريادة الإستراتيجى يضم طرق وأساليب واضحة للوصول الي النتائج التي ترغب المنظمة في تحقيقها(ناصر الدين،٢٠٢٠) .

وفي ظل التحديات التي تواجه المنظمات، ظهر مصطلح التميز التنظيمي الذى يشير إلى سعي المنظمات إلى استغلال الفرص الحاسمة التي يسبقها التخطيط الاستراتيجي الفعال والالتزام بإدراك رؤية مشتركة يسودها وضوح الهدف والحرص علي الأداء الجيد، فالتميز التنظيمي يعيد تشكيل المنظمة بشكل استراتيجي من خلال قيادة جديدة وثقافة عمل تعمل علي ايجاد قيمة ملموسة في العمل تحقق الأهداف بصورة تميزها عن غيرها من المنظمات (العمري،٢٠١٧) .

وأكدت العديد من الدراسات السابقة على أن الريادة الإستراتيجية ترتبط بالتميز التنظيمي ولها تأثير كبير في الوصول الى تحقيقه (Altarawneh ,2023، المدهون،٢٠٢٢)

ويسعي هذا البحث الى التعرف على دور الريادة الاستراتيجية فى تحقيق التميز التنظيمي للعاملين بالهيئة القومية للبريد المصري.

٢ – الإطار النظري والدراسات السابقة:

يتضمن الاطار النظري والدراسات السابقة ما يلي:

١/٢ – الريادة الاستراتيجية:

١/١/٢ – نشأة وتطور ومفهوم الريادة الاستراتيجية:

بدأ مفهوم الريادة الإستراتيجية من المجال الاقتصادي ثم توسع لاحقاً ليشمل مجال الإدارة، وفقاً لنظرية شومبيتر (١٩٤٢)، فإن الريادة تتعلق بإنشاء منتج جديد من خلال الجمع بين الموارد

الإنتاجية والابتكار المستمر، وقد تم تقديم مفهوم إستراتيجية الريادة لأول مرة بواسطة (Mintzberg ,1973) ، ومن الجدير بالذكر أن الدراسات حول الريادة الإستراتيجية بدأت منذ سنوات عديدة ولكن تم الاعتراف بها عندما نشر (Hitt et al,2001) عدداً خاصاً عن الريادة الإستراتيجية في مجلة الادارة الإستراتيجية،" الريادة الإستراتيجية: استراتيجيات ريادة الأعمال من أجل تكوين الثروة "، والذى أشار فيه الى أن سلوكيات البحث عن الفرص هي المستوى التنظيمي لأنشطة ريادة الاعمال والاجراءات الاساسية لإنتاج منتجات وخدمات جديدة، في حين أن سلوكيات البحث عن المزايا هي الانشطة على مستوى المنظمة التي تسعي الى تعزيزها واستغلالها وادارة ميزتها التنافسية الحالية على المنافسين الحاليين، وتتعدد المفاهيم ذات العلاقة بالريادة الإستراتيجية نذكر منها:

(١) التوجه الريادي Entrepreneurial Orientation: يشير التوجه الريادي الى أنماط السلوك الذي يعكس التزام المنظمة نحو تطبيق الريادة بقوة وهي التي لديها مزيج من الاعمال الريادية المتكررة ودرجة الريادة المسخرة فى المنظمة وتعني تكرارية الريادة ترسيخ ثقافتها المتداولة ومنها تقديم المنتجات والخدمات والاجراءات والعمليات (Covin & Slevin, 1991) .

(٢) الريادة التنظيمية Entrepreneurship Organizational: أنشطة رسمية وغير رسمية لإنشاء أعمال جديدة من خلال الابتكار في العمليات أو المنتجات (Courpasson et al., 2016).

(٣)إستراتيجيات الريادة Entrepreneurial Strategies : تتمثل الإستراتيجيات الأساسية للريادة فى الابتكار، الابداع، التميز، المبادأة والمخاطرة (ميهوب،٢٠٢٢).

(٤) الريادة الإستراتيجية Strategic Entrepreneurship : تشير إلى سعي الشركات لتحقيق أداء متفوق من خلال أنشطة البحث عن الفرص " لريادة الأعمال" وأنشطة البحث عن المزايا المرتبطة بـ " الإدارة الإستراتيجية (Ireland et al., 2003) .

٢/١/٢- أهمية الريادة الاستراتيجية:

تساعد الريادة الإستراتيجية المنظمات الجديدة والقائمة الصغيرة والكبيرة على توليد أداء متفوق والحفاظ على الأرباح عبر أنشطة البحث عن الفرص و المزايا للبقاء في بيئة ديناميكية وعالمية (Faisal,et al.,2023)، ووفقا لـ (Kantur,2016)، فإن الريادة الإستراتيجية تعمل على زيادة تنوع المنتجات، و إنشاء فرص جديدة في السوق، وتوليد طرق جديدة للتنافس لزيادة ازدهار الأعمال

ونجاحها في توليد القيم، و فرص العمل، والنمو الاقتصادي، وكذلك تطوير مزاياها التنافسية مستدامة نسبيا كونها قيمة ونادرة، الأمر الذي يجعل من الصعب على المنافسين تقليدها (El shiffa et al.,2022) ، كما ترتبط الريادة الإستراتيجية بالأداء التنظيمي والربحية اذ أنها توفر قيمة تُمكن المنظمات من المنافسة بشكل إيجابي في سوق تنافسية وبالتالي تؤثر على أدائها(Omoshagba et al.,2021)، كما أن للريادة الإستراتيجية العديد من الفوائد التي تتمثل في:

(١) تساعد على تطوير المزايا التنافسية المستدامة للشركة مما يجعل من الصعب على المنافسين تقليدها(El Shiffa, et al,2021).

(٢) تساعد الشركات لتكون أكثر ابتكارا، وتحمل المخاطر، وأكثر عدوانية في زيادة ميزتها التنافسية، وفي نهاية المطاف، تحسين أدائها من خلال معالجة التغيرات السريعة في البيئة، وكذلك التغيرات التي قد تهدد الشركات وتؤثر على طبيعتها(Ziyae et al.,2021) .

(٣) تساعد المؤسسات في الاستجابة السريعة والصحيحة لأنواع التغيرات البيئية التي تواجهها المؤسسات، وكذلك مساعدة المؤسسات على تطوير المزايا التنافسية(Mansour M.et al.,2020).

(٤) مصدر مهم للابتكار ونمو الإنتاجية والتوظيف، وبالتالي فهي عامل محدد مهم للتنمية الاقتصادية والاجتماعية (Proença,S. et al.,2022) .

٣/١/٢- أبعاد الريادة الإستراتيجية:

حدد الباحثون أبعاداً عدة للريادة الإستراتيجية فمنهم من يتفق مع الآخر على مجموعة أبعاد ومنهم من يختلف ومنهم من يضيف أو يستبعد بعض الأبعاد، فقد حدد(Ireland et al.,2003) أربعة أبعاد للريادة الاستراتيجية هي: (العقلية الريادية، الثقافة الريادية ، القيادة الريادية، الادارة الإستراتيجية للموارد)، وتوالت بعد ذلك اسهامات الكتاب والباحثين في تحديد ابعاد الريادة الإستراتيجية ، حيث أن كل دراسة تتناول الأبعاد وفق منظورها وبما ويتفق مع خصائص مجتمع الدراسة، والجدول التالي يوضح اسهامات الكُتاب الباحثين في تحديد أبعاد الريادة الإستراتيجية:

جدول (١)

بعض اسهامات الكُتاب والباحثين في تحديد أبعاد الريادة الإستراتيجية

الدراسة	الأبعـــاد								
	العقلية الريادية	الثقافة الريادية	القيادة الريادية	الادارة الاستراتيجية للموارد	الابداعية	المخاطرة	المبادرة	الرؤية	التوجه الريادي
Miller,1983					✓	✓	✓		
Ireland et al.,2003	✓	✓	✓	✓					
Sokolova, 2011	✓	✓	✓	✓					
Chang, H.J et al.,2013	✓	✓	✓	✓					
Jelenc et al.,2015					✓	✓	✓		
Martin et al.,2016					✓	✓	✓		
Alayoubi, M et al.,2020	✓	✓	✓	✓					
Ziyae, B.et al.,2021	✓	✓	✓	✓					
Faisal et al.,2023	✓	✓	✓						
Scheibel et al.,2024	✓	✓	✓	✓					
Jamil et al.,2024	✓	✓						✓	✓
المجموع	٩	٩	٨	٧	٣	٣	٣	١	١

المصدر: من اعداد الباحثان اعتماداً علي الدراسات السابقة

ويتضح من خلال الجدول (١) أن أكثر الأبعاد تكراراً والتي اعتمدت عليها الدراسات السابقة والتي حازت على قبول كبير لدي الباحثين هي (العقلية الريادية، الثقافة الريادة، القيادة الريادية، الادارة الاستراتيجية للموارد)، وهي نفس الأبعاد التي حددها(Ireland et al ., 2003) للريادة الإستراتيجية وسيعتمد عليها الباحثان لقياس الريادة الإستراتيجية ، وفيما يلي تعريف لكل بعد من هذه الأبعاد:

(١) العقليـة الريادية Entrepreneurial Mindset : هي طريقة للتفكير تركز على تحقيق الفوائد فى ظل ظروف عدم التأكد(العباس،٢٠٢٠).

(٢) القيـادة الريادية Entrepreneurial Leadership : هي القيادة القادرة على دراسة احتياجات المستفيدين والمنافسين و اتخاذ القرارات فى الوقت المناسب للاستغلال الناجح للفرص

المعترف بها فى بيئة معقدة للغاية ومتغيرة، كما أنها تشجيع الثقافة التنظيمية التي تؤكد على التوجه الريادي (Paek,. B& Lee , H.2018) .

(٣) الثقافة الريادية Entrepreneurial Culture : هي القيم المشتركة والاعتقادات التي تشكل الهيكل التنظيمي للمؤسسة لوضع المعايير السلوكية ، فهي نتاج ما اكتسبه العاملومن من أنماط سلوكية وطرائق تفكير ومهارات واتجاهات ومهارات استراتيجية ريادية بها(الرواجفة،٢٠٢١).

(٤) ادارة الموارد بشكل استرايجي Strategic Management Resources : تُشير الموارد الى موجودات المنظمة ويمكن تقسيمها الى نوعين هما: الموجودات الملموسة ، والغير ملموسة، فالموارد الملموسة هى أشياء مادية مثل الأرض والبنايات والمصانع ، أما غير الملموسة فهي أشياء غير مادية توجد عن طريق القادة والعاملين مثل ثقة المستهلك، صورة العلامة التجارية (Hill et al.,2008) .

٤/١/٢- الدراسات التي تناولت الريادة الاستراتيجية:

استهدفت دراسة (العرياني،٢٠٢٥) بيان علاقة تطبيق الريادة الإستراتيجية بتطوير الأداء التنافسي وذلك بالتطبيق على ٣٨٧ من القيادات وأعضاء هيئة التدريس بالجامعات السعودية، وتوصلت نتائج الدراسة الى وجود علاقة ارتباط ذات دلالة احصائية بين الريادة الإستراتيجية وتطوير الأداء.

كما استهدفت دراسة (Jamil et al.,2024) التعرف على ما اذا كانت الريادة الإستراتيجية يُمكن أن تدعم استدامة الأعمال العائلية وذلك من خلال مقابلات شبه منظمة مع اثني عشر رجل أعمال بدوام كامل يدير شركة عائلية في باكستان ، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن الريادة الاستراتيجية يُمكن أن تحسن القدرة على الاستدامة.

وبحثت دراسة (Esubalew et al.,2024) التأثير الوسيط للجشع نحو تحقيق الرباح على العلاقة بين الريادة الإستراتيجية ونجاح رواد الأعمال، وذلك بالتطبيق على ١٢٧ من طلاب الدراسات العليا بكلية الاقتصاد والأعمال بجامعة أديس أبابا والذين يديرون أو يمتلكون في نفس الوقت شركات ، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن النجاح الريادي يعزز الريادة الإستراتيجية في حين أن الجشع يُعيق الريادة الإستراتيجية كما أن الجشع لا يتوسط بشكل كبير العلاقة بين الريادة الإستراتيجية والنجاح الريادي.

كما حللت الدراسة التي قام بها (Scheibel et al.,2024) الآثار النظرية لأبعاد الريادة الإستراتيجية والمتمثلة فى العقلية الريادية، الثقافة الريادية، القيادة الريادية وإدارة الموارد بشكل إستراتيجي على نتائج الأداء ، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن أبعاد الريادة الإستراتيجية لها تأثيرات مميزة على نتائج الأداء.

بينما اهتمت دراسة (Luu,2023) بالتعرف على أثر القيادة التحويلية في تعزيز الريادة الإستراتيجية بأبعادها ، من خلال الدور الوسيط للالتزام بالتغيير التنظيمي للشركات الصغيرة والمتوسطة في جنوب شرق آسيا، وذلك بالتطبيق على ٤٧٧ موظفًا رئيسيًا في ٩٥ شركة صغيرة ومتوسطة للاستيراد والتصدير في فيتنام، وتوصلت نتائج الدراسة الى أن القيادة التحويلية مفيدة وتؤثر بشكل كبير على الريادة الاستراتيجية من خلال الدور الوسيط للالتزام بالتغيير التنظيمي.

بينما كشفت دراسة (Bani Hani,2023) عن أثر اليقظة الإستراتيجية في تحقيق الريادة الإستراتيجية وذلك بالتطبيق على (٦٢) عضو هيئة تدريس فى جامعات (حائل، أم القرى ، طيبة) بالسعودية، وتوصلت نتائج الدراسة الى وجود تأثير ايجابي معنوي لليقظة الاستراتيجية على الريادة الإستراتيجية.

٢/٢- التميز التنظيمي:

١/٢/٢- نشأة وتطور ومفهوم التميز التنظيمي:

كانت بداية الاهتمام بمصطلح التميز في مطلع ثمانينات القرن العشرين عندما ألف (Peters&Waterman) كتابهما Search of Excellence البحث عن التميز عام ١٩٨٢م، والذي جاء كردة فعل لتميز الشركات اليابانية على نظيراتها الأمريكية منذ ستينات القرن الماضي، وقد أشار الكاتبان أنه لا توجد منظمات متميزة بشكل دائم، وانما توجد منظمات تجاهد من أجل تحقيق التميز. وينبع التميز من قدرة المنظمة على بلورة أدواتها ومواردها للاستجابة بنشاط لأى تغيرات سريعة ، ورفع الإحساس بالجودة لتحقيق القدرة التنافسية ، وتنمية الإبداع (Shakhour et al .,2021) ، وهناك العديد من المفاهيم التي تناولت التميز التنظيمي، نذكر منها:

(١) تميز الأعمال Business Excellence : يعكس التميز في الأعمال درجة عالية من النضج في العلاقة بين الإدارة والنتائج المحققة ويتعلق الأمر بتحقيق نتائج ممتازة في مجال إدارة العمليات والمعلومات والأشخاص والعلاقات مع الشركاء(Carvalho et al.,2023) .

(٢) التميز التنظيمي Organizational Excellence : يمكن تعريفه بأنه قدرة استثنائية للمنظمة تعتمد على الإبداع والابتكار في كافة المجالات لتقديم مستوى متميز من الأداء يؤدي إلى عدم القدرة على تقليده أو تكراره (Shamkhi et al ,.2023).

٢/٢/٢- أهمية التميز التنظيمي:

يساعد التميز التنظيمي على حفظ مكان المنظمة، أي قدراتها الذاتية ؛ ووضعها التنافسي مقارنة بالمنظمات المتنافسة معها في السوق؛ إذ أنه ومن الطبيعي قيام المنظمة بالسعي نحو بناء وتحقيق ميزة تنافسية بإعتمادها علي مصدرين رئيسيين وهما: التفوق والتميز في الموارد التنظيمية، ومهارات وخبرات الأفراد العاملين (Abu-Naser& Al shobaki,2017)، وقد عبرت الدراسات السابقة (Yaghoubi & Sarazi , 2015) ؛ العمار،٢٠٢٠ عن أهمية التميز التنظيمي للمنظمات في النقاط التالية:

- التحسين المستمر في القدرات الرئيسية داخل المنظمة (Yaghoubi &Sarazi , 2015).
- المساعدة في بناء هيكل تنظيمي متماسك وذي فعالية (العمار،٢٠٢٠).
- تحقيق الاستقرار للمنظمة (العمار،٢٠٢٠).
- التطوير الدائم لمهارات الأفراد في المنظمة من أجل أن يتمكنوا من الاسهام الفعال في جعل المنظمة على مستوى عال من التميز فى الأداء قياساً بالمنافسين(محمد،٢٠٢١).
- حاجة المنظمات إلى تطوير أعضائها بصفة مستمرة حتى يستطيعوا جعل المنظمة أكثر تميزا قياساً بالمنظمات المنافسة (Yaghoubi &Sarazi , 2015) .
- اشاعة الثقافة التنظيمية المحفزة (Abu-Naser& Al shobaki,2017) .
- تحسين آليات حل المشكلات التنظيمية المعقدة (Yaghoubi &Sarazi , 2015) .

وفي ظل البيئة التنافسية للأعمال أصبح التميز التنظيمي في مقدمة الأولويات التي تسعي المنظمات الي تحقيقها وذلك للدور الهام الذي يقوم به في تحقيق نتائج ترضي جميع الأطراف كأصحاب المصالح أو المجتمع ككل (محمد،٢٠٢١)، كما أن تبني منهج التميز التنظيمي يترتب عليه العديد من النتائج الايجابية، ومنها القدرة علي ادارة العمليات، واستخدام الموارد بشكل يتناسب مع احتياجات المستفيدين من أجل الوصول إلى نتائج ايجابية، وجذب العملاء، وذلك من خلال التميز بمستوي أداء المنظمة والتميز بإدارة العمليات، تحقيق ولاء العاملين ورضاهم الوظيفي، مما

يدفعهم الي بذل كافة طاقاتهم وجهودهم من أجل تحقيق الأداء الأفضل وتحقيق أهداف المنظمة، توفير القيادة الكُفء، والثقافة التنظيمية المتميزة ينعكس على البيئة التنظيمية ويحقق مستويات عالية من الأداء وصولاً الي حالة من التميز(بديار،٢٠١٩) .

٣/٢/٢- أبعاد التميز التنظيمي:

تعددت الأبعاد التي استخدمها الباحثون في دراسة التميز التنظيمي، فمنهم من اعتمد في دراسته علي ثماني أبعاد هم: التحيز تجاه العمل، التواصل مع العملاء، الاستقلالية التشغيلية وريادة الأعمال، تحسين الانتاجية عن طريق العاملين، التأكيد علي قيم العمل الرئيسية، التأكيد علي القيام بما يعرفونه أفضل، فريق عمل خفيف بشكل بسيط، تحكم محكم(Rookhandeh et al., 2016) ، ومنهم من اعتمد في دراسته علي سبعة أبعاد هي: الابتكار، الابداع، القدرة التنافسية، الفعالية، الكفاءة، الانتاجية، الربحية (Antony et al.,2010)، ومنهم من اعتمد في دراسته علي ستة أبعاد هي: القيادة، الادارة الاستراتيجية، ادارة الموارد، التركيز علي العميل والسوق، ادارة العمليات، نتائج الأعمال(Al-Damen,2009)، وتوالت اسهامات الكتاب والباحثين في تحديد ابعاد التميز التنظيمي، حيث أن كل دراسة تتناول الأبعاد وفق منظورها وبما ويتفق مع خصائص مجتمع الدراسة، والجدول التالي يوضح اسهامات الكُتاب الباحثين في تحديد أبعاد التميز التنظيمي:

جدول (٢) بعض اسهامات الكُتاب والباحثين في تحديد أبعاد التميز التنظيمي

الدراسة	الأبعاد											
	تميز القيادة	تميز المرؤوسين	تميز الثقافة	تميز الاستراتيجية	تميز الهيكل التنظيمي	رضا العملاء	التطور التكنولوجي	جودة المنتج	المنافسة	تميز التشغيل	تميز العمليات الداخلية	التميز المالي
Shamkhi et al.,2023	✓	✓	✓	✓	✓							
Shakhour., et al,2021	✓	✓	✓	✓								
(الذهيمي،٢٠٢١)	✓		✓		✓						✓	
Al-Hammadi, 2021)	✓	✓		✓						✓		
(يسن،٢٠٢١)	✓	✓	✓	✓	✓							
(بوبكر، تَيغزَة،٢٠٢١)	✓	✓		✓	✓							
Al-Jedaiah, al.,2020						✓	✓	✓	✓			
(اسماعيل،طه،٢٠٢٠)	✓	✓	✓	✓	✓							
(العمار،٢٠٢٠)	✓	✓	✓	✓								
Al-abrrow,et al.,2018	✓	✓	✓	✓	✓							
(العمري،٢٠١٧)	✓	✓	✓	✓	✓							
(رضوان،٢٠١٤)	✓	✓	✓								✓	✓
Qawasmeh,etal.,2013	✓	✓	✓	✓	✓							
المجموع	١٢	١١	١٠	١٠	٨	١	١	١	١	١	٢	١

المصدر: من اعداد الباحثان اعتماداً علي الدراسات السابقة

ويتضح من خلال الجدول (٢) أن أكثر الأبعاد تكراراً والتي اعتمدت عليها الدراسات السابقة تشمل خمسة أبعاد هي: تميز القيادة ، تميز المرؤوسين، تميز الهيكل التنظيمي، تميز الاستراتيجية، تميز الثقافة التنظيمية، وتتسم هذه الأبعاد بأنها أكثر شيوعاً وانتشاراً ومشتقة من النموذج الذي قدمته المؤسسة الأوربية لإدارة الجودة (EFQM) ، وفيما يلي شرح لكل بعد من هذه الأبعاد:

(١) تميز القيادة Leadership Excellence : القيادي المبدع له تأثير مباشر على التميز وذلك من خلال تنمية قدرات الأفراد وتشجيعهم ، وذلك من خلال تميزها بالمهارات القيادية وعلاقات العمل الفعالة، والقدرة على التفكير المتجدد وتشجيع المنافسة بين الأفراد للتوصل الى أفكار جديدة (حسن،٢٠٢٤).

(٢) تميز المرؤوسين (تميز الموارد البشرية) Human Resources Excellence: يُشير هذا البعد الى القدرات والامكانات الإبداعية المتميزة للأفراد في المنظمة، وكذلك حماس العاملين في أداء العمل، مما يسهم في تعزيز قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها (Al-Hammadi,2021).

(٣) تميز الهيكل التنظيمي Organizational Structure Excellence : ويقصد به الاعتماد على هيكل تنظيمي يتصف بالمرونة من أجل القدرة على التغيير واستغلال الفرص وسرعة اتخاذ القرارات، عكس الهيكل التنظيمي الجامد الذي يحد من حركية أعضاء الفريق (كركود،٢٠٢١).

(٤) تميز الاستراتيجية Strategy Excellenc : وتمثل توجه المنظمة لتبنى خطط التطوير الاستراتيجي، وتحقيق التكامل والتنسيق الاستراتيجي بين كل الوحدات والأقسام في المنظمة، وبما يسهم في تحقيق ميزة تنافسية للمنظمة مقارنة بغيرها من المنظمات المنافسة في السوق (محمد،٢٠٢١).

(٥) تميز الثقافة التنظيمية Organizational Culture Excellence: تلعب الثقافة التنظيمية دوراً مهماً فى تحقيق التميز التنظيمي، ولها دور فعال فى تحقيق التكامل بين الأفراد فى المنظمة من خلال توجيه الجهود نحو تحقيق أهداف المنظمة (Hasson et al.,2016) .

٤/٢/٢- الدراسات التي تناولت التميز التنظيمي:

استهدفت دراسة (سيد،٢٠٢٤) معرفة أثر التوجه الريادي على سلوك مشاركة المعرفة فى تحقيق التميز التنظيمي وذلك بالتطبيق على ٣٨٤ من المديرين والموظفين العاملين بالمؤسسات الصغيرة

والمتوسطة في مصر، وتوصلت نتائج الدراسة الى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين التوجه الريادي والتميز التنظيمي وكذلك وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين سلوك مشاركة المعرفة والتميز التنظيمي.

وبحثت دراسة (البنا،٢٠٢٤) العلاقة بين إدارة الموارد البشرية الخضراء والتميز التنظيمي بالتطبيق علي ٣٠٦ من العاملين بالجمعية المصرية للتأمين التعاوني ، وقد توصلت الدراسة إلى وجود تأثير معنوي ذو دلالة إحصائية لإدارة الموارد البشرية الخضراء على أبعاد التميز التنظيمي لدي العاملين بالجمعية المصرية للتأمين التعاوني.

واهتمت دراسة(عبدالجواد،٢٠٢٤) بقياس أثر جودة العلاقة المتبادلة بين القادة والمرؤوسين على التميز التنظيمي بالتطبيق ١٥٠ من العاملين بالشركة المصرية للمنظفات الصناعية ، وتوصلت الدراسة الى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة العلاقة المتبادلة بين القادة والمرؤوسين، والتميز التنظيمي .

كما بحثت دراسة(ابراهيم وآخرين،٢٠٢٤) أثر الفخر التنظيمي على التميز التنظيمي وذلك بالتطبيق على عيتة قدرها ٣٨٢ من العاملين بالبنوك محل الدراسة، وتوصلت نتائج الدراسة الى وجود أثر معنوي للفخر التنظيمي على التميز التنظيمي.

اهتمت دراسة (Nielsen et al.,2024) بالتعرف على أثر الهيكل التنظيمي في تحقيق التميز التنظيمي، وذلك بالتطبيق على عدد ٩٤ من الشركات الصناعية في جمهورية صربيا، وتوصلت نتائج الدراسة الى وجود تأثير ذو دلالة إحصائية للهيكل التنظيمي على التميز التنظيمي.

واستهدفت دراسة (Alnadi et al.,2024) الدراسة إلى بيان تأثير تطبيقات الذكاء الاصطناعي على التميز التنظيمي وذلك بالتطبيق على ٤٠٠ من العاملين في مناصب ادارية عليا ومتوسطة بعدد ١٦٠ شركة عاملة في قطاع التجارة الإلكترونية في الأردن وأظهرت النتائج وجود تأثير لتطبيقات الذكاء الاصطناعي على التميز التنظيمي.

٣/٣- العلاقة بين الريادة الاستراتيجية والتميز التنظيمي:

الريادة الإستراتيجية ترتبط بالتميز التنظيمي ولها تأثير كبير في الوصول الى تحقيقه (Lu et al ., 2024 ؛ Abu-Hamour , 2024 ؛ زهرة ، ٢٠٢٣؛ Altarawneh,2023 ؛ Al-Momani,2023 ؛ Al-Musawi,2022 ؛ Abou El-Makarem et al.,202)، كما يوجد

تأثير للقيادة الريادية كأحد أبعاد الريادة الاستراتيجية على التميز التنظيمي (الرماضنة ،٢٠٢١) ، تؤثر ابعاد الريادة الإستراتيجية على التميز التنظيمى من خلال عدد من المتغيرات الوسيطة منها: الإرتجال التنظيمى (Altarawneh , 2023) ، التماثل التنظيمي (الرماضنة ،٢٠٢١) ، القيادة المستنيرة (Hijjawi ,2021).

١/٣/٣- الدراسات التي تناولت الريادة الاستراتيجية والتميز التنظيمي:

بحثت دراسة (Abu-Hamour,2024) أثر الريادة الاستراتيجية على التميز التنظيمي، وذلك بالتطبيق على ٢٨٠ من المديرين والعاملين في المستويات الادارية العليا والمتوسطة في شركات الاتصالات الأردنية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود أثر للريادة الإستراتيجية على التميز التنظيمي.

واهتمت دراسة (Lu et al.,2024) بالتعرف على تأثير كوفيد١٩على الريادة الإستراتيجية في المنظمات الرياضية غير الربحية وتأثير ذلك على التميز وذلك من خلال مقارنة ١٤٥ نادي في إسبانيا قبل وبعد الوباء، وتشير النتائج الى وجود إرتباط إيجابي بين ريادة الأعمال الإستراتيجية والتميز التنظيمي.

وتناولت دراسة (Altarawneh,2023) أثر الريادة الإستراتيجية على التميز التنظيمي من خلال الدور الوسيط للارتجال التنظيمي، وقد تم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من ٢١٧ مديراً في البنوك التجارية الأردنية، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة بين الريادة الاستراتيجية والتميز التنظيمي وكذلك وجود تأثير معنوي للريادة الإستراتيجية على التميز التنظيمي في ظل وجود الارتجال التنظيمي كمتغير وسيط .

وبحثت دراسة (Al-Momani,2023) أثر الريادة الإستراتيجية على التميز التنظيمي وذلك بالتطبيق على ٢٦٣ مديراً ورئيس قسم في أمانة عمان الكبرى، وتوصلت نتائج الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة احصائية للريادة الإستراتيجية على التميز التنظيمي.

وفحصت دراسة (زهرة،٢٠٢٣) تحديد مدي توافر أبعاد الريادة الاستراتيجية ودورها في تحقيق التميز وذلك بالتطبيق على شركات تصنيع الأدوية بالساحل السوري، وتوصلت نتائج الدراسة الى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين الريادة الاستراتيجية وتحقيق التميز التنظيمي.

وبحثت دراسة (Al-Musawi,2022) دور الريادة الاستراتيجية في تحقيق التنظيمي، بالتطبيق على عينة مكونة من (٥٢) فرداً شملت مدراء الأقسام العلمية والمقررين في كليات جامعة ميسان، وتوصلت نتائج الدراسة إلي هناك دور للاستراتيجيات الريادية بأبعادها في تحقيق التميز التنظيمي .
واهتمت دراسة (الرماضنة ،٢٠٢١) بالتعرف على أثر القيادة الريادية (كأحد أبعاد الريادة الاستراتيجية) على التميز التنظيمي من خلال التماثل التنظيمي، وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من ٢٦٢ من مديري ورؤساء أقسام في أمانة عمان الكبرى، وتوصلت نتائج الدراسة الى وجود أثر للقيادة الريادية على التميز التنظيمي وكذلك يوجد أثر للقيادة الريادية على التميز التنظيمي من خلال التماثل التنظيمي.
وبحثت دراسة (Hijjawi ,2021) تأثير ريادة الأعمال على التميز التنظيمي من خلال الدور الوسيط للقيادة المستنيرة ، بالتطبيق على١٨٣ من المديرين العاملين في البنك التجاري الأردني، وأشارت نتائج الدراسة إلى أن القيادة المستنيرة لعبت دوراً وسيطاً جزئياً بين ريادة الأعمال الإستراتيجية والتميز التنظيمي.

- مشكلة وأسئلة البحث

قام الباحثان باجراء دراسة استطلاعية من خلال تصميم استمارة استقصاء[1] وتوزيعها على العاملين بقطاع مناطق بريد وسط الدلتا، ولتحقيق أهداف الدراسة الاستطلاعية فقد اشتملت استمارة الإستقصاء على بعض العبارات التي تكشف عن مدى توافر كل متغير بأبعاده، الريادة الإستراتيجية بأبعادها: العقلية الريادية، الثقافة الريادية ، القيادة الريادية ، الادارة الاستراتيجية للموارد ؛ التميز التنظيمي بأبعاده : تميز القيادة، تميز المرؤوسين، تميز الهيكل التنظيمي، تميز الاستراتيجية، تميز الثقافة التنظيمية لدى العاملين بالهيئة القومية للبريد المصري محل البحث ، وذلك بغرض تكوين فكرة مبدئية عن مستوي توافر أبعاد متغيرات الدراسة لدى العاملين في البريد المصري، وقد أظهرت نتائج الدراسة الاستطلاعية مجموعة من الظواهر تتمثل في:
١- ضعف توافر أبعاد التميز التنظيمي في الهيئة القومية البريد المصري محل البحث والمتمثلة في تميز القيادة- تميز المرؤوسين- تميز الهيكل التنظيمي- تميز الاستراتيجية- تميز الثقافة التنظيمية.

[1] تم توزيع عدد ٥٠ استمارة استقصاء فى الفترة من أول يناير ٢٠٢٤ وحتى الخامس عشر من ذات الشهر، على العاملين بقطاع مناطق بريد وسط الدلتا، وهو قطاع بريدي مقره طنطا ويضم مناطق بريد (شمال المنوفية- جنوب المنوفية - الغربية- القليوبية - المحلة الكبري)

٢- انخفاض مستوي أبعاد الريادة الاستراتيجية في الهيئة القومية البريد المصري محل البحث والمتمثلة في العقلية الريادية-الثقافة الريادية-القيادة الريادية- الادارة الاستراتيجية للموارد.

وفقاً لتقرير (GEM) ٢٠٢٢/٢٠٢٣[٢] (هو تقرير المرصد العالمي لريادة الأعمال والذي يختص بإجراء البحوث الخاصة بريادة الأعمال في جميع أنحاء العالم)، جاء ترتيب مصر في مرتبة متأخرة حيث احتلت المرتبة ٤١ من بين ٤٩ دولة، ولهذا بات من الضروري محاولة الوصول إلى حلول لهذه المشكلة من خلال التعرف علي العلاقة بين الريادة الاستراتيجية والتميز التنظيمى ودور الريادة الاستراتيجية فى تحقيق التميز التنظيمي ، ويمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤلات التالية:

١- ما هو مستوي الريادة الاستراتيجية للعاملين بالهيئة القومية للبريد المصري محل البحث ؟

٢- ما هو مستوي التميز التنظيمي للعاملين بالهيئة القومية للبريد المصري محل البحث ؟

٣- ما نوع وقوة العلاقة بين الريادة الإستراتيجية والتميز التنظيمي للعاملين بالهيئة القومية للبريد المصري محل البحث ؟

٥- أهداف البحث:

استهدف الباحثان توضيح دور الريادة الإستراتيجية في تحقيق التميز التنظيمي للعاملين في الهيئة القومية للبريد المصري محل البحث ، ويمكن توضيح الأهداف الفرعية فيما يلي:

٥/١- تحديد مستوي الريادة الاستراتيجية للعاملين فى الهيئة القومية للبريد المصري محل البحث.

٥/٢- تحديد مستوي التميز التنظيمي للعلملين للعاملين فى الهيئة القومية للبريد المصري محل البحث.

٥/٣- تحديد نوع وقوة العلاقة بين الريادة الاستراتيجية والتميز التنظيمي للعاملين في للعاملين فى الهيئة القومية للبريد المصري محل البحث.

٦- أهمية البحث:

ترجع أهمية هذا البحث الي الاعتبارات التالية:

٦/١- من الناحية العلمية: يُعتبر هذا البحث استكمالاً لمحاولات الباحثين في الوصول الى أهم المتغيرات التنظيمية التي تساهم بشكل أو بآخر في تحقيق التميز التنظيمي وما يترتب على ذلك من

[٢] https://www.gemconsortium.org/economy profiles/egypt

نتائج ايجابية تساعد المنظمات في تبني المتغيرات التي تمكنها من الوصول الى التميز التنظيمي، وذلك من خلال تحديد نوع وقوة العلاقة بين أبعاد الريادة الاستراتيجية وأبعاد التميز التنظيمي.

٢/٦- من الناحية التطبيقية: تتناول هذه الدراسة كيان حيوي من الكيانات الحكومية الخدمية والمتمثلة في هيئة البريد المصري والتي تعد من أعرق الأجهزة الحكومية وأقدمها في مصر، وتساهم هذه الدراسة في مساعدة الادارة العليا في البريد المصري على معرفة العلاقات بين أبعاد الريادة الاستراتيجية والتميز التنظيمي ومن ثَم دعم الأبعاد التي تعزز العلاقات بين هذه المتغيرات من أجل تحقيق التميز التنظيمي.

٧- منهجية البحث:

١/٧- أنواع ومصادر بيانات البحث: اعتد الباحثان على نوعين من البيانات هما البيانات الثانوية التي سبق نشرها من مصادرها المختلفة و منها الكتب والرسائل العلمية والأبحاث والندوات والمؤتمرات والتقارير والدوريات العلمية المختلفة، وكذلك شبكة الانترنت، والبيانات الأولية والتي تم تجميعها لأول مرة كالبيانات والمعلومات المتوفرة في سجلات الهيئة القومية للبريد ، والبيانات التي تم جمعها من مفردات عينة الدراسة لاختبار فرضية البحث وتحقيق أهدافه وذلك من خلال قائمة استقصاء تم توجيهها إلى مفردات عينة البحث.

٢/٧- فرضية البحث: الريادة الإستراتيجية ترتبط بالتميز التنظيمي ولها تأثير طردي في الوصول الى تحقيقه(Abu -Hamour,2024 ؛ AlHalaseh et al.,2021؛ Lu et al.,2023؛ Altarawneh 2023؛ Al-Momani,2023) ، كما أن العقلية الريادية (الاستباقية) كأحد أبعاد الريادة الاستراتيجية لها تأثير ايجابي حقيقي على أبعاد التميز التنظيمي(AlHalaseh et al.,2021) ، بينما نجد علاقة ايجابية متوسطة بين بعدين من أبعاد الريادة الاستراتيجية على التميز وهما : العقلية الريادية والثقافة الريادة وتزداد هذه العلاقة فى البعدين الآخرين وهما : القيادة الريادية والادارة الاستراتيجية للموارد (زهرة ،٢٠٢٣) ، تؤثر ابعاد الريادة الإستراتيجية على التميز التنظيمى من خلال عدد من المتغيرات الوسيطة منها: الإرتجال التنظيمي (Altarawneh ,2023)، التماثل التنظيمي (الرماضنة ،٢٠٢١).

ووفقاً لما سبق يمكن صياغة فرضية البحث :

توجد علاقة معنوية بين الريادة الإستراتيجية بأبعادها(العقلية الريادية، القيادة الريادية، الثقافة الريادية ، ادارة الموارد بشكل استراتيجي) وبين التميز التنظيمي بأبعاده (تميز القيادة ، تميز المرؤوسين، تميز الهيكل التنظيمي ، تميز الاستراتيجية، تميز الثقافة التنظيمية) للعاملين بالهيئة القومية للبريد المصري محل البحث.

٣/٧- مجتمع البحث: يجرى الباحثان الدراسة على الهيئة القومية للبريد كأحد المنظمات الخدمية بالجهاز الحكومي للدولة (قطاع مناطق بريد وسط الدلتا والذي يضم " الإدارة العامة لبريد شمال المنوفية – الإدارة العامة لبريد جنوب المنوفية – الإدارة العامة لبريد الغربية – الإدارة العامة لبريد القليوبية –الإدارة العامة لبريد المحلة الكبرى)، والذي يضم عدد ٥٨٦٩ من العاملين.

٤/٧- عينة البحث: في ضوء مشكلة البحث وأهدافه تم تطبيق الدراسة على العاملين بقطاع مناطق بريد وسط الدلتا والبالغ عددهم ٥٨٦٩، ونظرا لاعتبارات الوقت والتكلفة سيتم الاعتماد على أسلوب العينة العشوائية البسيطة نظرا لتماثل خصائص مجتمع الدراسة، وقد اعتمدت الدراسة على اسلوب العينة العشوائية بهدف اعطاء كل مفردة من مفردات المجتمع نفس الفرصة في الاختبار كمفردة من مفردات العينة وبصورة عشوائية، وبالتالي تكون اراء الدراسة معبرة تماماً عن اراء العاملين بمجتمع الدراسة والمتمثل فى قطاع مناطق بريد وسط الدلتا ، وقد تم تحديد حجم العينة (٣٨٤) طبقاً لقانون حجم العينة بمعلومية حجم المجتمع كما يلى(Tryfos,1996) :

$$n = \frac{N(Z)^2 \; P\,(1-P)}{N\,e^{\,2} + (Z)^2\,(P)(1-P)}$$

حيث إن:

(N) = حجم المجتمع

(Z) = حدود الخطأ المعياري وهي(1.96) عند درجة ثقة ٩٥%

(P) = نسبة عدد المفردات التى تتوافر فيها الخاصية محل الدراسة وهي٥٠%

(e) = خطأ المعاينة عند (0.05)

(n) = حجم العينة

$$\textbf{حجم العينة} = \frac{[\,.5\times.5\times2(1.96)]\times5869}{[\,.5\times.5\times2(1.96)]+\;2(.5)\times5869} = 384 \text{ مفردة}$$

وتم توزيع مفردات العينة علي المناطق البريدية بالطريقة البسيطة (طريقة النسب) من خلال القانون التالي :-

حجم العينة بالمنطقة البريدية = إجمالي حجم العينة × نسبة مجتمع المنطقة الى إجمالي المجتمع ، وذلك كما هو موضح بالجدول(٣)

جدول(٣) توزيع العينة على المناطق البريدية

بيان	حجم العينة	نسبة مجتمع المنطقة الى إجمالي المجتمع	عدد العاملين
الإدارة العامة لبريد شمال لمنوفية	٣٨٤	%٢٠	٧٧
الإدارة العامة لبريد جنوب المنوفية	٣٨٤	%١٧	٦٥
الإدارة العامة لبريد الغربية	٣٨٤	%٢٩	١١١
الإدارة العامة لبريد القليوبية	٣٨٤	%٢٥	٩٦
الإدارة العامة لبريد المحلة الكبرى	٣٨٤	%٩	٣٥
الإجمالي	-----	%١٠٠	٣٨٤

المصدر: من إعداد الباحث حسب سجلات إدارات الموارد البشرية بمناطق قطاع مناطق بريد وسط الدلتا ٢٠٢٤

وبمراجعة الاستمارات الواردة فقد حصل الباحث على عدد ٣٥٢ استمارة صالحة للتحليل الاحصائي بمعدل استجابة ٩١%، وتم توزيع مفردات العينة علي المناطق البريدية محل الدراسة بالطريقة البسيطة (طريقة النسب) ، بنسبة عدد العاملين بالمنطقة البريدية الى اجمالي عدد العاملين.

٥/٧- وحدة المعاينة: تتمثل وحدة المعاينة الخاصة بالدراسة في المفردة التي تم توجيه الاستقصاء لها نظراً لتوافر الاجابات الخاصة بموضوع الدراسة والتي وقع الاختيار عليها عند تحديد حجم العينة متمثلة في العاملين بمناطق بريد قطاع وسط الدلتا.

٦/٧- أداة جمع البيانات: تمثلت أداة جمع البيانات الخاصة بالدراسة في قائمة استقصاء موجهة لمفردات عينة البحث اشتملت على جزئيين: الجزء الأول يحتوي على مجموعة من العبارات الموجهة لقياس متغيرات الدراسة (الريادة الاستراتيجية، والتميز التنظيمي)، تتمثل في (١٤) عبارة تعبر عن المتغير المستقل (الريادة الاستراتيجية)، وعدد (٢٠) عبارة تعبر عن المتغير التابع (التميز التنظيمي) ، والجزء الثاني يحتوي على مجموعة من الأسئلة الخاصة بالمتغيرات الديموجرافية حيث تم قياسها بواسطة ثلاثة أسئلة، مباشرة تتعلق بـ(النوع ، العمر، مستوى التعليم).

٨- متغيرات البحث وأساليب القياس:

تحتوي هذه الدراسة على متغيرين رئيسيين هما:

١/٨- **المتغير المستقل: الريادة الإستراتيجية** : المتغير المستقل: الريادة الإستراتيجية : وتم قياسه باستخدام مقياس (Ireland et al.,2003) ويحتوي علي الأبعاد التالية : (الثقافة الريادية، القيادة الريادية، العقلية الريادية، الادارة الاستراتيجية للموارد) ، ويتضمن هذا المقياس ١٤ عبارة تم قياس الوزن النسبي لكل منها باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، وقد تمت إعادة صياغة العبارات بما يتناسب مع مجتمع البحث الحالي.

٢/٨- **المتغير التابع :التميز التنظيمي** : وتم قياسه بالمقياس المشتق من النموذج الذي قدمته المؤسسة الأوربية لإدارة الجودة (EFQM) والذي اعتمدت عليه العديد من الدراسات السابقة كونه أكثر شيوعاً وانتشاراً (يسن،٢٠٢١ ؛ اسماعيل، طه، ٢٠٢٠ ؛ AL-abrrow et al ., 2018 ؛ العمري، ٢٠١٧؛ Qawasmeh et al.,2013) والذي يتكون من خمسة أبعاد هي: تميز القيادة، تميز المرؤوسين، تميز الهيكل التنظيمي، تميز الاستراتيجية ، تميز الثقافة التنظيمية، ويتضمن هذا المقياس ٢٠ عبارة تم قياس الوزن النسبي لكل منها باستخدام مقياس ليكرت الخماسي، وقد تمت إعادة صياغة العبارات بما يتناسب مع مجتمع البحث الحالي.

٩- أساليب التحليل الاحصائي:

تم اختيار بعض الأساليب الإحصائية المناسبة لهذا البحث وذلك في ضوء بعض المعايير من بينها عدد المتغيرات ونوع البيانات ومستوى القياس وعدد وحجم العينات وأغراض التحليل، وهذه الأساليب هي:

١/٩- معامل ألفا كرونباخ للتحقق من درجة الثبات للمقاييس المستخدمة في البحث.

٢/٩- التحليل العاملي التوكيدي وتم استخدامه للتحقق من درجة الصلاحية (الصدق) للمجموعات المختلفة من متغيرات البحث.

٣/٩- المقاييس الإحصائية الوصفية كالمتوسطات والانحراف المعياري لمتغيرات البحث، وذلك لتحليل ووصف استجابات المستقصي منهم.

٩/٤- أسلوب تحليل الارتباط البسيط والمتعدد للتعرف على مدي وجود علاقة بين المتغيرات محل البحث (الريادة الاستراتيجية ، التميز التنظيمي) كمدخل لإختبار فرضية البحث.

٩/٥- أسلوب تحليل الانحدار البسيط والمتعدد: يعتبر أسلوبا تحليل الانحدار المتعدد من أساليب التحليل التي تتعامل مع المتغيرات المتعددة، وغالباً يتم استخدام هذا الأسلوب وذلك بغرض الكشف عن نوع وقوة العلاقة بين المتغير التابع والمتغيرات المستقلة، حيث يساعد أسلوب تحليل الانحدار المتعدد على التحقق من وجود تأثير لعدد من المتغيرات المستقلة والمتغير التابع (إدريس، ٢٠٠٨). وقد قام الباحثان بالاعتماد عليهما بغرض الكشف عما إذا كانت هناك تأثير مباشر للريادة الإستراتيجية بأبعادها علي التميز التنظيمي بأبعاده، وكذلك للتعرف على نوع وقوة هذه العلاقة.

٩/٦- اعتمد الباحثان على مجموعة من الاختبارات المعلمية لاختبار فرضية البحث مثل اختبار T.Test ، واختبار F.Test الملازمين لأسلوب تحليل الانحدار المتعدد، وكذلك اختبار Wilk'sLambda وذلك من اجل التحقق من مستوى المعنوية والدلالة الإحصائية لنوع وقوة العلاقة بين المتغيرات ، ولاختبار صحة أو خطأ فرضية البحث. كما تم استخدام مجموعة من مؤشرات جودة النموذج المصاحبه لتحليل المسار مثل مؤشر جودة المطابقة ومؤشر المطابقة المقارن، ومؤشر الجذر التربيعي للبواقي، ومؤشر المطابقة النسبي، ومؤشر المطابقة المعياري، ومؤشر تاكر لويس.

١٠- تقييم الثبات والمصداقية لمقاييس البحث:

وللتحقق من ثبات ومصداقية قائمة الاستقصاء تم تقييم درجة التناسق الداخلي بين بنود المقياس ومدي قدرة المقياس على قياس ما يفترض قياسه بدقة وذلك على النحو التالي(ادريس،٢٠٠٨):

١٠/١- تقييم الثبات/ الاعتمادية للمقاييس المستخدمة في البحث: يقصد بالثبات أنه إذا ما أعيد اختبار أو سؤال مفردات عينة البحث مرة أخرى فإننا نحصل على نفس الإجابات، وبمعنى آخر أنه يمكن الاعتماد على استمارة الاستقصاء المستخدمة فى البحث من حيث ثبات النتائج التى يتم التوصل إليها إذا ما تكررت عملية القياس بنفس القائمة وتحت نفس الظروف، ونظراً للتباين الواضح بين متغيرات الدراسة، اعتمد الباحث على معامل الثبات ألفا لكرونباخ Correlation Alpha Coefficient باعتباره أكثر أساليب تحليل الاعتمادية دلالة في تقييم درجة التناسق الداخلي بين بنود المقياس الخاضع للاختبار. وقد قام الباحث بتطبيقه على عينة مكونة من ٣٥ مفردة ضمن

مجتمع البحث ، وقبل إجراء هذا التحليل، فقد تقرر إستبعاد أي متغير يحصل علي معامل إرتباط إجمالي Correlation Item-Total أقل من ٠,٣٠ بينه وبين باقي المتغيرات في المقياس نفسه (إدريس، ٢٠٠٨).

جدول (٤) تقييم درجة الاتساق الداخلي بين محتويات مقياييس متغيرات البحث باستخدام معامل الارتباط كرونباخ ألفا (مخرجات تحليل الاعتمادية Reliability Analysis)

متغيرات الدراسة	معامل الثبات (Alpha)	عدد العبارات
الثقافة الريادية	٠,٦٦٩	٣
القيادة الريادية	٠,٧٢٤	٣
العقلية الريادية	٠,٨٩٢	٤
الادارة الاستراتيجية للموارد	٠,٨٥٩	٤
معامل الثبات الكلي للريادة الاستراتيجية	٠,٩٣٠	١٤
تميز القيادة	٠,٩١٠	٤
تميز المرؤسين	٠,٨٧٠	٤
تميز الهيكل التنظيمى	٠,٩٢٥	٤
تميز الإستراتيجية	٠,٩٢٥	٤
تميز الثقافة التنظيمية	٠,٩٢٤	٤
معامل الثبات الكلى للتميز التنظيمي	٠,٩٦٨	٢٠

المصدر: من اعداد الباحثان اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي.

ويتضح من الجدول (٤) ما يلي:

(١) بالنسبة لمقياس الريادة الإستراتيجية: تبين أن معامل ألفا للمقياس ككل بلغ (٠,٩٣٠)، كما تبين أن جميع عبارات المقياس لها معامل ارتباط أكبر من ٠,٣٠، لذا تقرر عدم استبعاد اي عبارة، كما تبين أن معامل ألفا لأبعاد المقياس (الثقافة الريادية، القيادة الريادية، العقلية الريادية، الادارة الاستراتيجية للموارد) كانت (٠,٦٦٩) و(٠,٧٢٤) و(٠,٨٩٢) و(٠,٨٥٩) على التوالي، وهو ما يشير إلى تمتع المقياس بدرجة عالية من الثبات، حيث أن معامل ألفا الذي يصل إلى ٠,٦ يعتبر ذو مستوى ممتاز من الثقة والاعتمادية (إدريس، ٢٠٠٨).

(٢) بالنسبة لمقياس التميز التنظيمي: تبين أن معامل ألفا للمقياس ككل بلغ (٠,٩٦٨)، كما تبين أن جميع عبارات المقياس لها معامل ارتباط أكبر من ٠,٣٠، لذا تقرر عدم استبعاد اي عبارة، كما تبين

أن معامل ألفا لأبعاد المقياس (تميز القيادة، تميز المرؤوسين، تميز الهيكل التنظيمي، تميز الإستراتيجية، تميز الثقافة التنظيمية) كانت (٠,٩١٠) و(٠,٨٧٠) و(٠,٩٢٥) و(٠,٩٢٥) و(٠,٩٢٤) على التوالي، وهو ما يشير إلى تمتع المقياس بدرجة عالية من الثبات، حيث أن معامل ألفا الذي يصل إلى ٠,٦ يعتبر ذو مستوى ممتاز من الثقة والاعتمادية (إدريس، ٢٠٠٨).

وفي ضوء ما سبق يتضح أن النتيجة المبدئية لتقييم درجة الثبات/ الاعتمادية تعكس أن المقاييس الخاضع للاختبار يمكن الإعتماد عليها في قياس أبعاد الريادة الإستراتيجية ، وقياس أبعاد التميز التنظيمي.

٢/١٠- اختبار الصلاحية/ الصدق للمقاييس المستخدمة في الدراسة باستخدام التحليل العاملي التوكيدي:

(أ) التحليل العاملي التوكيدي للريادة الإستراتيجية:

يتم إستخدام التحليل العاملي التوكيدي (Confirmatory Factor Analysis) للتحقق من مدي مطابقة أبعاد الريادة الإستراتيجية مع البيانات التي تم جمعها من عينة الدراسة حول تلك الأبعاد، وذلك من خلال دراسة العلاقة بين أبعاد الريادة الإستراتيجية والعبارات التي تعبر عنها، ومدي قدرة تلك العبارات على التعبير عن كل بعد، وتصفية كل بعد من أخطاء القياس، وعلى ذلك فالتحليل العاملي التوكيدي يعتبر بمثابة أداة لتفسير البيانات والاجابة على السؤال الأهم وهو لماذا وكيف ترتبط العبارات بأبعادها في مجتمع الدراسة؟ وعليه تم من خلال هذا التحليل الكشف عن مدي صدق بنية ومطابقة بيانات عينة الريادة الإستراتيجية كمفهوم يتكون من أربعة أبعاد فرعية (الثقافة الريادية، القيادة الريادية، العقلية الريادية، الادارة الاستراتيجية للموارد)، ويختبر المقياس الخاص بها العلاقة بين ١٤ عبارة بواقع ٣ عبارات للثقافة الريادية، و٣ عبارات للقيادة الريادية و٤ عبارات للعقلية الريادية و٤ عبارات للإدارة الاستراتيجية للموارد، ويوضح الجدول (٤) مؤشرات مطابقة نموذج القياس الخاصة بمقياس الريادة الإستراتيجية، كما يوضح الشكل (١) المستخرج من برنامج AMOS نتائج التحليل العاملي التوكيدي لمقياس الريادة الاستراتيجية موضحاً معاملات التحميل المعيارية للعبارات على البناءات الفرعية الأساسية الخاصة بها، والارتباطات ما بين هذه البناءات .

جدول (٥) مؤشرات المطابقة الخاصة بمقياس الريادة الأستراتيجية

م	المؤشر	جودة المطابقة
١	النسبة بين قيمة كا٢ (Chi-Sqauer) ودرجات الحرية(DF)	٤,٣٨١
٢	القيمة الإحتمالية "المعنوية" (P-Value)	٠,٠٠٠
٣	مؤشر المطابقة المعياري Normed Fit Index (NFI)	٠,٩٥٣
٤	مؤشر المطابقة المقارن Comprative Fit Index(CFI)	٠,٩٦١
٥	مؤشر تاكر – لويس Tuker-Lewis Index (TLI)	٠,٩٢٧
٦	مؤشر حسن المطابقة Goodnees of Fit Index (GFI)	٠,٩٦٤
٧	مؤشر الملائمة التزايدي Incremental Fit Indices (IFI)	٠,٩٥٩
٨	مؤشر المطابقة النسبي Relative fit index (RFI)	٠,٩٢٢
٩	مؤشر الجذر التربيعي للبواقي Root Mean Square Residual (RMR)	٠,٠٣١
١٠	الجذر التربيعي لمتوسط خطأ التقارب RMSEA	٠,٠٢٢

المصدر: من اعداد الباحثان بناء على نتائج التحليل الإحصائي.

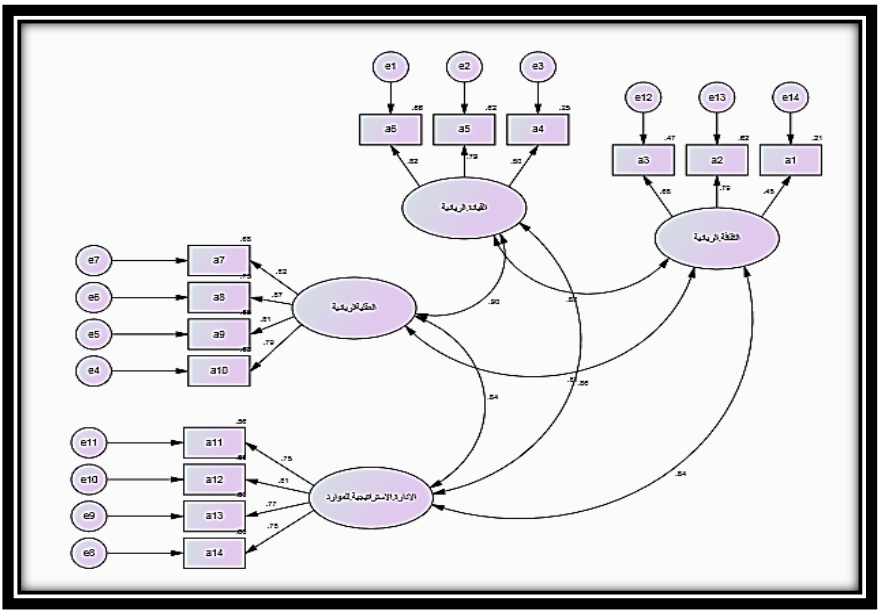
ويتضح من الجدول (٥) ما يلي :

مؤشر النسبة بين كا٢ إلي درجات الحرية بلغت قيمته ٤,٣٨١، وأن حد القبول لهذا المؤشر أقل من القيمة (٥) ليدل على إمكانية مطابقة النموذج الفعلي للنموذج المقدر، أما إذا كانت قيمة المؤشر أقل من (٢) دل ذلك على أن النموذج المقدر مطابق تماماً للبيانات المشاهرة المقدرة، ومن الممكن استخدام مستوي المعنوية المصاحب للاختبار كمقياس لجودة التوفيق حيث بلغت القيامة الإحتمالية "المعنوية" (P-Value) (٠,٠٠٠) وهو مؤشر جيد للنموذج ليدل ذلك على قبول الفرض الذي ينص على مطابقة النموذج الفعلي للنموذج المقدر.

ونظراً لتأثر الاختبار بحجم العينة، يستخدم الباحث إختبارات أخري لجودة التوفيق، كما يتضح من الجدول السابق أن قيمة مؤشر حسن المطابقة (GFI) بلغت (٠,٩٦٤)، كما بلغت قيمة مؤشر تاكي– لويس (٠,٩٢٧) وهي قيمة تدل علي مطابقة البيانات لنموذج مطابقة جيدة، بالإضافة لمؤشر الجزر التربيعي لمتوسط خطأ الإقتراب RMSEA وهو من أهم المؤشرات في النموذج البنائي والذي بلغت قيمته (٠,٠٢٢) وهي قيمة جيدة وقريبة من الصفر حيث التطابق التام، كما بلغت قيمة مؤشر جودة المطابقة المقارن

(٠.٩٦١)، وقيمة جودة المطابقة المعياري (٠,٩٥٣)، كما بلغت قيمة الجذر التربيعي للبواقي RMR (٠,٠٣١) أي أقل من (٠,٠٥) وقيمة مؤشر الملائمة التزايدي IFI (٠,٩٥٩) وهذا يشير إلي تطابق النموذج، وأخيراً قيمة مؤشر المطابقة النسبي RFI (٠,٩٢٢) وهذه القيمة جيدة للمطابقة حيث أن أفضل تطابق عندما تكون القيمة تساوي (٠,٩٥٠) ويحدث التطابق التام عندما تكون القيمة تساوي الواحد الصحيح.

وبما أن كل المؤشرات تحوز على قيم جيدة لمطابقة يتم قبول قيم معاملات الصدق للعبارات كونها ذات قيم مقبلة، كتقدير لقبول تشبع كل عبارة بالعامل الذي تنتمي إليه، إذ تشير التقديرات المعطاة بالبرنامج إلي قيم جيدة لقبول النموذج، وأيضاً إلي جودة المطابقة.



شكل (١)

التحليل العاملي التوكيدي لمقياس الريادة الاستراتيجية

المصدر: من اعداد الباحث بناء على نتائج التحليل الإحصائي.

ويتضح من الشكل (١) السابق أن معاملات التحميل المعيارية للعبارات علي أبعاد الريادة الإستراتيجية الأربعة تراوحت ما بين (٠,٦٢١) و (٠,٨٢٧)، وجميع هذه المعاملات مقبولة حيث أنها لابد أن تكون أكبر من أو مساوية (٠,٦).

(ب) التحليل العاملي التوكيدي للتميز التنظيمي:

يتم إستخدام التحليل العاملي التوكيدي (CFA) للتحقق من مدي مطابقة أبعاد التميز التنظيمي مع البيانات التي تم جمعها من عينة الدراسة حول تلك الأبعاد، وذلك من خلال دراسة العلاقة بين أبعاد التميز التنظيمي والعبارات التي تعبر عنها، ومدي قدرة تلك العبارات على التعبير عن كل بعد، وتصفية كل بعد من أخطاء القياس، وعلى ذلك فالتحليل العاملي التوكيدي يعتبر بمثابة أداة لتفسير البيانات والاجابة على السؤال الأهم وهو لماذا وكيف ترتبط العبارات بأبعادها في مجتمع الدراسة؟ وعليه تم من خلال هذا التحليل الكشف عن مدي صدق بنية ومطابقة بيانات عينة التميز التنظيمي كمفهوم يتكون من خمسة أبعاد فرعية (تميز القيادة، تميز المرؤوسين، تميز الهيكل التنظيمى، تميز الإستراتيجية، تميز الثقافة التنظيمية)، ويختبر المقياس الخاص بها العلاقة بين ٢٠ عبارة بواقع ٤ عبارات لتميز القيادة، و٤ عبارات لتميز المرؤوسين و٤ عبارات بتميز الهيكل التنظيمي و٤ عبارات لتميز الإستراتيجية ، و٤ عبارات لتميز الثقافة التنظيمية، ويوضح الجدول (٦) مؤشرات مطابقة نموذج القياس، كما يوضح الشكل (٢) المستخرج من برنامج AMOS نتائج الحليل العاملي التوكيدي لمقياس التميز التنظيمي موضحاً معاملات التحميل المعيارية للعبارات على البناءات الفرعية الاساسية الخاصة بها، والارتباطات ما بين هذه البناءات.

جدول (٦) مؤشرات المطابقة الخاصة بمقياس التميز التنظيمي

م	المؤشر	جودة المطابقة
١	النسبة بين قيمة كا٢ (Chi-Sqauer) ودرجات الحرية(DF)	٣,٩٨٢
٢	القيمة الإحتمالية "المعنوية" (P-Value)	٠,٠٠٠
٣	مؤشر المطابقة المعياري Normed Fit Index (NFI)	٠,٩٤٤
٤	مؤشر المطابقة المقارن Comprative Fit Index(CFI)	٠,٩٥٣

م	المؤشر	جودة المطابقة
٥	مؤشر تاكر – لويس Tuker-Lewis Index (TLI)	٠,٩٢٥
٦	مؤشر حسن المطابقة Goodnees of Fit Index (GFI)	٠,٩٥١
٧	مؤشر الملائمة التزايدي Incremental Fit Indices (IFI)	٠,٩٤٦
٨	مؤشر المطابقة النسبي Relative fit index (RFI)	٠,٩١٥
٩	مؤشر الجذر التربيعي للبواقي Root Mean Square Residual (RMR)	٠,٠٣٨
١٠	الجذر التربيعي لمتوسط خطأ التقارب RMSEA	٠,٠٢٥

المصدر: من اعداد الباحث بناء على نتائج التحليل الإحصائي.

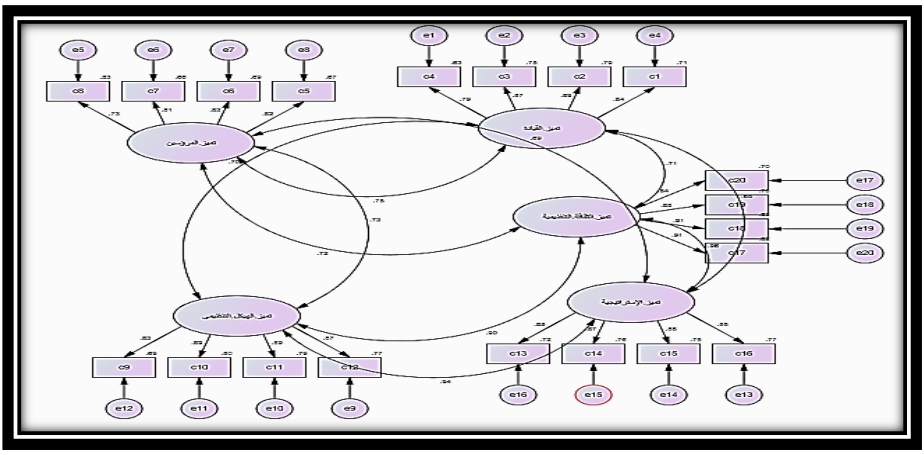
ويتضح من الجدول (٦) ما يلي:

أن مؤشر النسبة بين كا٢ إلي درجات الحرية قد بلغت قيمته ٣,٩٨٢، وأن حد القبول لهذا المؤشر أقل من القيمة (٥) ليدل على إمكانية مطابقة النموذج الفعلي للنموذج المقدر، أما إذا كانت قيمة ذلك المؤشر أقل من (٢) دل ذلك على أن النموذج المقدر مطابق تماماً للبيانات المشاهرة المقدرة، ومن الممكن استخدام مستوي المعنوية المصاحب للاختبار كمقياس لجودة التوفيق حيث بلغت القيمة الإحتمالية "المعنوية" (P-Value) (٠,٠٠٠) وهو مؤشر جيد للنموذج ليدل ذلك على قبول الفرض الذي ينص على مطابقة النموذج الفعلي للمقدر.

ونظراً لتأثر الاختبار بحجم العينة، يستخدم الباحث إختبارات أخري لجودة التوفيق، كما يتضح من الجدول السابق أن قيمة مؤشر حسن المطابقة (GFI) بلغت (٠,٩٥١)، كما بلغت قيمة موشر تاكي– لويس (٠,٩٢٥) وهي قيمة تدل علي مطابقة البيانات لنموذج مطابقة جيدة، بالإضافة لمؤشر الجزر التربيعي لمتوسط خطأ الإقتراب RMSEA وهو من أهم المؤشرات في النموذج البنائي والذي بلغت قيمته (٠,٠٣٨) وهي قيمة جيدة وقريبة من الصفر حيث التطابق التام، كما بلغت قيمة مؤشر جودة المطابقة المقارن (٠.٩٥٣)، وقيمة جودة المطابقة المعياري (٠,٩٤٤)، كما بلغت قيمة الجذر التربيعي للبواقي RMR (٠,٠٢٥) أي أقل من (٠,٠٥) وقيمة مؤشر الملائمة التزايدي IFI (٠,٩٤٦) وهذا يشر إلي تطابق النموذج، وأخيراً قيمة مؤشر المطابقة النسبي RFI

(٠,٩١٥) وهذه القيمة جيدة للمطابقة حيث أن أفضل تطابق عندما تكون القيمة تساوي (٠,٩٥٠) ويحدث التطابق التام عندما تكون القيمة تساوي الواحد الصحيح.

وبما أن كل المؤشرات تحوز على قيم جيدة لمطابقة يتم قبول قيم معاملات الصدق للعبارات كونها ذات قيم مقبلة، كتقدير لقبول تشبع كل عبارة بالعامل الذي تنتمي إليه، إذ تشير التقديرات المعطاة بالبرنامج إلي قيم جيدة لقبول النموذج، وأيضاً إلي ما يدل على جودة المطابقة.



شكل (٢)

التحليل العاملي التوكيدي لمقياس التميز التنظيمي

المصدر: من اعداد الباحث بناء على نتائج التحليل الإحصائي.

ويتضح من الشكل (٢) السابق أن معاملات التحميل المعيارية للعبارات علي أبعاد التميز التنظيمي الخمسة تراوحت ما بين (٠,٦٥٠) و (٠,٨٩٠)، وجميع هذه المعاملات مقبولة حيث أنها لابد أن تكون أكبر من أو مساوية (٠,٦).

١١- تحليل البيانات واختبارات الفروض

١/١١- التحليل الوصفي لعينة البحث وفقاً للمتغيرات الديموجرافية والوظيفية: قام الباحثان بتوصيف الخصائص الديموجرافية لعينة الدراسة والتي تم الحصول عليها من قائمة الاستقصاء، وذلك بحساب النسب المئوية لتكرارات المتغيرات الديموجرافية (النوع،

العمر، المؤهل العلمي). ويوضح الجدول (٤) توزيع مفردات العينة تبعاً لمتغيراتها الديموجرافية.

جدول (٧) توزيع مفردات العينة وفقاً للمتغيرات الديموجرافية والوظيفية

المتغير	الفئة	التكرارات	النسب المئوية
النوع	ذكور	٢٧٣	%٧٧,٦
	إناث	٧٩	%٢٢,٤
العمر	أقل من ٣٠ سنة	٦٥	%١٨,٥
	من ٣٠ لأقل من ٤٠ سنة	١٨٠	%٥١,١
	من ٤٠ لأقل من ٥٠ سنة	٩٣	%٢٦,٤
	٥٠ سنة فأكثر	١٤	%٤
المؤهل العلمي	متوسط	١١١	%٣١,٥
	جامعي	٢٠٨	%٥٩,١
	دراسات عليا	٣٣	%٩,٤

المصدر: من اعداد الباحثان اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي.

ويتضح من الجدول رقم (٧) ما يأتي:

(١) من حيث النوع: بلغ عدد المستقصي منهم (٣٥٢) مفردة، فيما بلغ عدد الذكور في العينة (٢٧٣) مفردة بينما بلغ عدد الإناث (٧٩) مفردة، وبذلك تكون نسبة الذكور من إجمالي العدد الكلي للعينة (٧٧,٦٪) ونسبة الإناث (٢٢,٤٪).

(٢) من حيث العمر: بلغ عدد المستقصى منهم الذين تقل أعمارهم عن ٣٠ سنة (٦٥) مفردة من الذكور والإناث بنسبة (١٨,٥٪)، بينما بلغ عدد المستقصى منهم الذين تتراوح أعمارهم من ٣٠ إلي اقل من ٤٠ سنة (١٨٠) مفردة من الذكور والإناث بنسبة (٥١,١٪)، فيما بلغ عدد المستقصى منهم الذين تتراوح أعمارهم من ٤٠ إلي اقل من ٥٠ سنة (٩٣) مفردة من الذكور والإناث بنسبة (٢٦,٤٪)، بينما بلغ عدد المستقصى منهم الذين تزيد أعمارهم عن ٥٠ سنة (١٤) مفردة بنسبة (٤٪).

(٣) من حيث المؤهل العلمي: بلغ أصحاب التعليم المتوسط (١١١) مفردة من بنسبة (٣١,٥٪)، فيما بلغ عدد أصحاب المؤهل الجامعي (٢٠٨) مفردة بنسبة (٥٩,١٪)، كما بلغ عدد الحاصلين على دراسات عليا (٣٣) مفردة بنسبة (٩,٤%).

٢/١١- التحليل الوصفي لمتغيرات البحث:

يعكس التحليل الوصفي لمتغيرات البحث المعلمات الاحصائية الرئيسة، والتي توضح خصائص مجتمع ومتغيرات الدراسة، وتتضمن المتوسط الحسابي والانحراف المعياري بالإضافة إلى الجداول التكرارية، ويستعرض الباحث في الجزء التالي الإحصاءات الوصفية لجميع متغيرات الدراسة عدا المتغيرات الديموجرافية، وذلك كالتالي:

١/٢/١١- التحليل الوصفي للريادة الإستراتيجية: تم تقييم مستوى الريادة الإستراتيجية بالهيئة القومية للبريد من وجهه نظر العاملين بالهيئة من خلال الإجابة عن متغيرات مقياس الريادة الإستراتيجية والمكون من ١٤ عبارة كما هو موضح بالجدول(٨)

جدول(٨)الإحصاءات الوصفية لمتغيرات الدراسة الخاصة بالريادة الإستراتيجية

م	المتغيرات	الإحصاء الوصفي	
		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١	الثقافة الريادية	٢,٧٦١	٠,٨٥٢
٢	القيادة الريادية	٢,٦٥٥	٠,٨٧٩
٣	العقلية الريادية	٢.٥٦٣	٠,٩٥٦
	الادارة الاستراتيجية للموارد	٢.٦٠٠	٠,٩١٣
المقياس العام للريادة الإستراتيجية		**٢.٦٤٥**	**٠,٧٨٥**

المصدر: من اعداد الباحثان اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي.

ويتضح من الجدول رقم (٨) ما يأتي:

(١) فيما يتعلق بالتحليل الوصفي للثقافة الريادية: يتضح إنخفاض مستوي إنتشار الثقافة الريادية من وجهه نظر العاملين بالهيئة القومية للبريد محل البحث، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذا البعد (٢,٧٦) وذلك بانحراف معياري قدره (٠,٨٥٢). مما يعنى أنه وإن كانت هيئة البريد تولي اهتمام لتطوير الخدمات ولكنه لم يأتي بالمستوي المطلوب من حيث الافكار المبتكرة التى تلبي حاجات العملاء.

(٢) وفيما يتعلق بالتحليل الوصفي للقيادة الريادية: يتضح إنخفاض مستوي تبني القيادة الريادية من وجهه نظر العاملين بالهيئة القومية للبريد محل البحث، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذا البعد (٢,٦٥) وذلك بانحراف معياري قدره (٠,٨٧٩). مما يعنى أن هناك حالة من إضطراب العلاقات الشخصية داخل البريد الأمر الذي يؤثر على جودة العلاقات ومستوي الثقة والقدرة على الاقناع.

(٣) وفيما يتعلق بالتحليل الوصفي للعقلية الريادية: يتضح إنخفاض مستوي تبني العقلية الريادية من وجهه نظر العاملين بالهيئة القومية للبريد محل البحث، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذا البعد (٢,٥٦) وذلك بانحراف معياري قدره (٠,٩٥٦). مما يعنى أن هناك قصور فى إكتشاف واستغلال الفرص المتاحة فى السوق أمام البريد وكذلك فى استقطاب ذوي الخبرة ممن يساعدون على تحقيق أهداف الهيئة.

(٤) وفيما يتعلق بالتحليل الوصفي للادارة الاستراتيجية للموارد: يتضح تراجع مستوي الادارة الاستراتيجية للموارد من وجهه نظر العاملين بالهيئة القومية للبريد محل البحث، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذا البعد (٢,٦٠) وذلك بانحراف معياري قدره (٠,٩١٣). مما يعنى أن هناك عدم وجود رؤية واضحة استغلال الاستراتيجي للموارد المتاحة من اجل تعزيز العمليات الداخلية وتحسين الموقف التنافسي للبريد فى السوق.

ومن إستعراض التحليل الوصفي لمتغير الريادة الإستراتيجية تبين أن المستوى العام للريادة الإستراتيجية من وجهه نظر العاملين بالهيئة القومية للبريد موضع الدراسة كان منخفض. حيث بلغ الوسط الحسابي له (٢,٦٤) بإنحراف معياري قدره (٠,٧٨٥). وهذا يعنى أن هناك خلل في العلاقات الشخصية داخل البريد مما يؤثر على الثقة وتقديم الافكار الابتكارية والريادية، الامر الذي يؤثر على الاستغلال الامثل للموارد لتعزيز الموقف التنافسي.

٢/٢/١١- التحليل الوصفي للتميز التنظيمي: تم تقييم مستوى التميز التنظيمي بالهيئة القومية للبريد المصري محل الدراسة وفقاً لأراء العاملين من خلال الإجابة عن متغيرات مقياس التميز التنظيمي والمكون من ٢٠ عبارة تغطي أبعاد التميز التنظيمي، كما يوضح الجدول(٩):

جدول (٩) الإحصاءات الوصفية لمتغيرات الدراسة الخاصة بالتميز التنظيمي

م	المتغيرات	الإحصاء الوصفي	
		الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١	تميز القيادة	٢,٤١٥	١,٠٦٢
٢	تميز المرؤسين" (الموارد البشرية)	٢,٦٧١	٠,٩٦٢
٣	تميز الهيكل التنظيمي	٢,٣٢٧	١,٠٥٥
٤	تميز الاستراتيجية	٢,٣٠١	١,٠٤٨
٥	تميز الثقافة	٢,٢٣٥	١,٠٩٤
	المقياس العام للتميز التنظيمي	**٢,٣٩٠**	**٠,٩٢٥**

المصدر: من اعداد الباحثان اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي.

ويتضح من الجدول (٩) ما يأتي:

(١) فيما يتعلق بالتحليل الوصفي لتميز القيادة: يتضح تراجع مستوي تميز القيادة من وجهه نظر العاملين بالهيئة القومية للبريد محل البحث، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذا البعد (٢,٤١) وذلك بانحراف معياري قدره (١,٠٦٢). مما يعنى أن هناك الادارة العليا بالبريد غير مهتمة بشكل كاف بتطوير مهارات العاملين والاستماع لمقترحاتهم وآرائهم مما يفقدها دورها كقدوة بالعمل.

(٢) وفيما يتعلق بالتحليل الوصفي لتميز المرؤوسين: يتضح انخفاض مستوي تميز المرؤوسين من وجهه نظر العاملين بالهيئة القومية للبريد محل البحث، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذا البعد (٢,٦٧) وذلك بانحراف معياري قدره (٠,٩٦٢). مما يعنى أن هؤلاء العاملين يفتقدون للحيوية والحماس خلال العمل، كم انهم يفتقدون للتعاون التام فيما بينهم الأمر الذي يؤثر على كيفية اداء مهامهم الوظيفية.

(٣) وفيما يتعلق بالتحليل الوصفي لتميز الهيكل التنظيمي: يتضح تراجع مستوي تميز الهيكل التنظيمي من وجهه نظر العاملين بالهيئة القومية للبريد محل البحث، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذا البعد (٢,٣٢) وذلك بانحراف معياري قدره (١,٠٥٥). مما يعنى أن الهيكل التنظيمي لا يوضح بشكل كاف السلطة والمسئولية وطرق الاتصال بين الرؤساء.

(٤) وفيما يتعلق بالتحليل الوصفي لتميز الاستراتيجية: يتضح تراجع مستوي تميز الاستراتيجية من وجهه نظر العاملين بالهيئة القومية للبريد محل البحث، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذا البعد (٢,٣٠) وذلك بانحراف معياري قدره (١,٠٤٨). مما يعنى أن تلك رؤية ورسالة الهيئة لم تتم تحديها بشكل مستمر في ضوء التغيرات المستحدثة.

(٥) وفيما يتعلق بالتحليل الوصفي لتميز الثقافة: يتضح انخفاض مستوي تميز الاستراتيجية من وجهه نظر العاملين بالهيئة القومية للبريد محل البحث، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذا البعد (٢,٢٣) وذلك بانحراف معياري قدره (١,٠٩٤). مما يعنى أن الثقافة المنتشرة بالهيئة لا تشجع بشكل كامل على التعاون والعمل الجماعي الفعال والاستقلالية، الامر الذي يوجد حالة من عدم الثقة وقلة الاحترام والتقدير الكافي بمكان العمل.

ومن إستعراض التحليل الوصفي لمتغير التميز التنظيمي تبين للباحث أن المستوى العام للتميز التنظيمي بالهيئة القومية للبريد محل الدراسة وفقا لإدراكات العاملين كان منخفضاً. حيث بلغ الوسط الحسابي له (٢,٣٩) بانحراف معياري قدره (٠,٩٢٥). وهذا يعنى أن الهيئة تفتقر لثقافة تشجع على العمل الجماعي والتعاون المثمر كما ان هناك حالة من تداخل بين السلطات والصلاحيات للعاملين مما يؤثر على الاستقلالية بالعمل الامر الذي ينتج حالة من التضارب خاصة فى وجود قيادات لا تهتم بالشكل الكافي باراء العاملين.

٣/١١- تحليل الإرتباط لمتغيرات البحث:

قام الباحث بإستخدام معامل ارتباط بيرسون لتوصيف طبيعة العلاقة بين متغيرات البحث (الريادة الإستراتيجية ، التميز التنظيمي). ويُظهر الجدول (١٠) نتائج إستخدام معامل ارتباط بيرسون والخاصة بالعلاقات بين المتغيرات. مع التأكيد على أنه كلما اقتربت قيمة معامل الارتباط من الواحد الصحيح يُعتبر ذلك دليلاً على قوة الارتباط بين المتغيرين، وتدل الإشارة الموجبة على أن العلاقة طردية، فيما تدل الإشارة السالبة على أن العلاقة عكسية، والجدول (١٠) يوضح مصفوفة معاملات الارتباط بين متغيرات البحث:

جدول (١٠)مصفوفة معاملات الارتباط بين متغيرات الدراسة

المتغيرات	١	٢	٣	٤	٥	٦	٧	٨	٩	١٠	١١
١. الثقافة الريادية	١										
٢. القيادة الريادية	٠,٦٥٣	١									
٣. العقلية الريادية	٠,٦٣٥	٠,٧٣٤	١								
٤. الادارة الاستراتيجية للموارد	٠,٦٢١	٠,٦٨٥	٠,٧٤٥	١							
٥. الريادة الاستراتيجية	٠,٨٢٨	٠,٨٨٠	٠,٨٩٩	٠,٨٧٨	١						
٦. تميز القيادة	٠,٥٣٨	٠,٦٥٩	٠,٧١٧	٠,٧٠٦	٠,٧٥٤	١					
٧. تميز المرؤوسين	٠,٥٥٧	٠,٦٥٦	٠,٥٩١	٠,٦٠٣	٠,٦٩٠	٠,٦٨٦	١				
٨. تميز الهيكل التنظيمي	٠,٤٧٠	٠,٥٥٧	٠,٥٣٣	٠,٦١٢	٠,٦٢٤	٠,٦٤٨	٠,٦٩٩	١			
٩. تميز الإستراتيجية	٠,٤٨٧	٠,٥١٨	٠,٥٥٨	٠,٥٨٢	٠,٦١٦	٠,٦٣٥	٠,٦٦١	٠,٨٧٥	١		
١٠. تميز الثقافة التنظيمية	٠,٥٢٦	٠,٥٤٤	٠,٥٥٥	٠,٥٨٢	٠,٦٣٣	٠,٦٥٩	٠,٦٨٥	٠,٨٤٤	٠,٨٩٣	١	
١١. التميز التنظيمي	٠,٥٨٢	٠,٦٦١	٠,٦٦٧	٠,٦٩٧	٠,٧٤٩	٠,٨٣٠	٠,٨٣٧	٠,٩٢٠	٠,٩٢١	٠,٩٢٥	١

المصدر : من اعداد الباحثان اعتماداً على نتائج التحليل الاحصائي.　　جميع القيم معنوية عند مستوي دلالة ٠,٠

ويتضح من الجدول (١٠) النتائج التالية:

(١) وجود علاقة ارتباط طردية معنوية بين جميع أبعاد الريادة الإستراتيجية، حيث تراوحت معاملات الارتباط بين (٠,٦٢١) و (٠,٧٤٥) عند مستوى معنوية ٠,٠١ مما يؤكد على ثبات وصدق العبارات المستخدمة بقياس أبعاد الريادة الإستراتيجية وأنها مرتبطة ارتباطاً حقيقياً غير راجع للصدفة.

(٢) وجود علاقة ارتباط طردية معنوية بين جميع أبعاد التميز التنظيمي، حيث تراوحت معاملات الارتباط بين (٠,٦٣٥) و (٠,٨٩٣) عند مستوى معنوية ٠,٠١، مما يؤكد على ثبات وصدق العبارات المستخدمة بقياس أبعاد التميز التنظيمي وأنها مرتبطة ارتباطاً حقيقياً غير راجع للصدفة.

(٣) وجود إرتباط معنوي طردي بين الريادة الإستراتيجية بجميع أبعادها والتميز التنظيمي بجميع ابعاده وفقاً للآراء العاملين بالهيئة القومية للبريد المصري محل البحث، وقد تراوحت معاملات الإرتباط بين (٠,٤٧٠) و(٠,٧١٧) عند مستوى معنوية ٠,٠١.

وبناء على النتائج السابقة، يتضح وجود علاقة إرتباط معنوية بين الريادة الاستراتيجية بجميع أبعادها وبين التميز التنظيمي بجميع أبعاده.

٤/١١- تحليل اختبار فرضية البحث:

١/٤/١١ تحليل ومناقشة النتائج الخاصة بصحة فرضية البحث:

تناقش فرضية البحث مدى وجود تأثير معنوي للريادة الإستراتيجية بأبعادها المختلفة على التميز التنظيمي للعاملين بالهيئة القومية للبريد المصري، والذي ينص على " **توجد علاقة معنوية بين الريادة الإستراتيجية بأبعادها(العقلية الريادية، القيادة الريادية، الثقافة الريادية ، ادارة الموارد بشكل استراتيجي) وبين التميز التنظيمي بأبعاده (تميز القيادة ، تميز المرؤوسين، تميز الهيكل التنظيمي ، تميز الاستراتيجية، تميز الثقافة التنظيمية)**"، ولإختبار صحة هذه الفرضية تم الاعتماد على تحليل الإنحدار البسيط للتعرف على تاثير الريادة الإستراتيجية ككل على التميز التنظيمي ككل، وذلك على النحو الموضح بالجدول(١١)

جدول(١١)نتائج تحليل الانحدار البسيط لتأثير الريادة الاستراتيجية ككل على التميز التنظيمي ككل

المتغير التابع	المتغير المستقل	معامل الإنحدار	قيمة ت	المعنوية	الدلالة
التميز التنظيمي	الريادة الاستراتيجية	٠,٧٤٩	٢١,١٢٤	٠,٠٠٠	معنوي
معامل الإرتباط R = ٠,٧٤٩			التباين F= ١٤٦,٢٣٥		
معامل التحديد R^2 =٠,٥٦٠			المعنوية p= ٠,٠٠٠		

المصدر: من اعداد الباحثان اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي.

ويتضح من الجدول(١١) النتائج التالية:

(١) صلاحية النموذج المستخدم في اختبار العلاقة التأثيرية في التميز التنظيمي، حيث بلغت قيمة F (١٤٦,٢٣٥) بمستوى معنوية (٠.٠٠٠) وهى أقل من (١%) مما يعني أن النموذج بمتغيراته المستقلة صالح للتنبؤ بقيم المتغير التابع.

(٢) أما فيما يتعلق بالقدرة التفسيرية لهذا النموذج، والتي توضح نسبة التغير في المتغير التابع (التميز التنظيمي) التي ترجع الى تغير المتغير المستقل (الريادة الاستراتيجية)، فقد تبين أن مُعامل الارتباط المتعدد بينهما بلغ (٠,٧٤٩) ومعامل التحديد بلغ (٠,٥٦٠) وهذا يعني أن المتغير المستقل (الريادة الاستراتيجية) يفسر ما مقداره (٥٦٪) فقط من التغير الحاصل في المتغير التابع (التميز التنظيمي).

ويتضح من الجدول(١١) النتائج التالية:

(١) صلاحية النموذج المستخدم في اختبار العلاقة التأثيرية في التميز التنظيمي، حيث بلغت قيمة F (١٤٦,٢٣٥) بمستوى معنوية (٠.٠٠٠) وهى أقل من (١%) مما يعني أن النموذج بمتغيراته المستقلة صالح للتنبؤ بقيم المتغير التابع.

(٢) أما فيما يتعلق بالقدرة التفسيرية لهذا النموذج، والتي توضح نسبة التغير في المتغير التابع (التميز التنظيمي) التي ترجع الى تغير المتغير المستقل (الريادة الاستراتيجية)، فقد تبين أن مُعامل الارتباط المتعدد بينهما بلغ (٠,٧٤٩) ومعامل التحديد بلغ (٠,٥٦٠) وهذا يعني أن المتغير المستقل (الريادة الاستراتيجية) يفسر ما مقداره (٥٦٪) فقط من التغير الحاصل في المتغير التابع (التميز التنظيمي).

(٣) يتضح أن الريادة الاستراتيجية تؤثر تأثيراً طردياً "إيجابياً" معنوياً في التميز التنظيمي حيث بلغت قيمة معامل الانحدار (٠,٧٤٩).

ولمزيدا من التفسير والإيضاح حول تأثير أبعاد الريادة الاستراتيجية على التميز التنظيمي، قام الباحث باستخدام أسلوب تحليل الانحدار المتعدد لما له من القدرة على بيان أثر علاقة متغير مستقل أو أكثر على متغير تابع، وقد تم استخدام اختبار تحليل الانحدار المتعدد عند مستوى معنوية ١٪ ويوضح الباحث فيما يأتي نتائج هذا التحليل بطريقة الانحدار المتعدد لتأثير المتغيرات المستقلة (أبعاد الريادة الاستراتيجية) على التميز التنظيمي ككل، وذلك على النحو الموضح بالجدول(١٢)

جدول (١٢)نتائج تحليل الانحدار المتعدد لأبعاد الريادة الاستراتيجية على التميز التنظيمي

المتغير التابع	المتغيرات المستقلة	معامل الإنحدار	قيمة ت	المعنوية	الدلالة	الترتيب	VIF	Tol
التميز التنظيمي	الثقافة الريادية	٠,١١٠	٢,٢١١	٠,٠٢٨	معنوي	٤	١,٩٩٨	٠,٥٠١
	القيادة الريادية	٠,٢٢٥	٣,٩٤٧	٠,٠٠٠	معنوي	٢	٢,٦١٦	٠,٣٨٢
	العقلية الريادية	٠,١٧٦	٢,٩١١	٠,٠٠٤	معنوي	٣	٢,٩٤٧	٠,٣٣٩
	الادارة الاستراتيجية للموارد	٠,٣٤٣	٦,٠٦٣	٠,٠٠٠	معنوي	١	٢,٥٨٢	٠,٣٨٧
معامل الإرتباط R = ٠,٧٥٥ معامل التحديد R^2 =٠,٥٦٩				التباين F= ١١٤,٦٧١ المعنوية p= ٠,٠٠٠				

المصدر: من اعداد الباحثان اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي.

ويتضح من الجدول(١٢) النتائج التالية:

(١) صلاحية النموذج المستخدم في اختبار العلاقة التأثيرية في التميز التنظيمي، حيث بلغت قيمة F (١١٤,٦٧١) بمستوى معنوية (٠.٠٠٠) وهى أقل من (١%) مما يعني أن النموذج بمتغيراته المستقلة صالح للتنبؤ بقيم المتغير التابع.

(٢) أما فيما يتعلق بالقدرة التفسيرية لهذا النموذج، والتي توضح نسبة التغير في المتغير التابع (التميز التنظيمي) التي ترجع الى تغير المتغيرات المستقلة (أبعاد الريادة الاستراتيجية)، فقد تبين أن مُعامل الارتباط المتعدد بينهما بلغ (٠,٧٥٥) ومعامل التحديد بلغ (٠,٥٦٩) وهذا يعني أن المتغيرات المستقلة (أبعاد الريادة الاستراتيجية) يفسر ما مقداره (٥٦,٩٪) فقط من التغير الحاصل في المتغير التابع(التميز التنظيمي).

(٣) يتضح أن جميع أبعاد الريادة الاستراتيجية تؤثر تأثيراً طردياً "إيجابياً" معنوياً في التميز التنظيمي، وكانت أكثر الابعاد تأثيرا في التميز التنظيمي هو الادارة الاستراتيجية للموارد حيث بلغت قيمة معامل الإنحدار (٠,٣٤٣) بمستوي معنوية أقل من (١%)، يليه القيادة الريادية حيث بلغت قيمة معامل الإنحدار (٠,٢٢٥) بمستوي معنوية أقل من (١%)، ثم العقلية الريادية حيث بلغت قيمة معامل الإنحدار (٠,١٧٦) بمستوي معنوية أقل من (١%)، وأخيراً الثقافة الريادية حيث بلغت قيمة معامل الإنحدار (٠,١١٠) بمستوي معنوية أقل من (٥%).

(٤) جميع نسبة تضخم التباين VIF اقل من ٥، كما أن قيم التفاوف (Tolerance) أكبر من (٠,١) لكل متغير، مما يعني أنه لا توجد علاقة خطية متعددة بين المتغيرات المستقلة بالنموذج الحالي بحيث يمكن الاعتماد على نتائج هذا النموذج، وكما تبين أن قيمة Mahalanobis تساوي ٣,٩٨٩ وهي اقل من القيمة الجدولية ل Chi-sqaured التي تساوي ٤,٤٥١ عند مستوي ١%، وكذلك تبين ان قيمة Cook'sDistance تساوي ٠,٠٨١ وهي اقل من الواحد الصحيح وهذا يؤكد على تبعية البواقي (الأخطاء) للتوزيع الطبيعي.

ولتحديد الأهمية النسبية لكل بُعد من أبعاد الريادة الإستراتيجية من حيث تأثيره على كل بُعد من أبعاد التميز التنظيمي منفرداً، قام الباحثان باستخدام أسلوب تحليل الانحدار

المتعدد، وذلك لما له من القدرة على بيان أثر علاقة متغير مستقل أو أكثر على متغير تابع، وقد تم استخدام اختبار تحليل الانحدار المتعدد عند مستوى معنوية ٥٪، ويوضح الباحثان فيما يأتي نتائج تحليل الانحدار المتعدد المتدرج لتأثير المتغيرات المستقلة (أبعاد الريادة الإستراتيجية) علي كل بُعد من أبعاد التميز التنظيمي منفرداً كمتغير تابع.

جدول (١٣)نتائج تحليل الإنحدار المتعدد لأبعاد الريادة الاستراتيجية على تميز القيادة

المتغير التابع	المتغيرات المستقلة	معامل الإنحدار	قيمة ت	المعنوية	الدلالة	الترتيب	VIF	Tol
تميز القيادة	الثقافة الريادية	٠,٠٠٢	٠,٠٣٣	٠,٩٧٤	غير معنوي	–	١,٩٩٨	٠,٥٠١
	القيادة الريادية	٠,١٩٠	٣,٦١٣	٠,٠٠٠	معنوي	٣	٢,٣٨٩	٠,٤١٩
	العقلية الريادية	٠,٣٣٥	٥,٨٢٢	٠,٠٠٠	معنوي	١	٢,٨٥٢	٠,٣٥١
	الادارة الاستراتيجية للموارد	٠,٣٢٦	٥,٠٦٩	٠,٠٠٠	معنوي	٢	٢,٤٧٨	٠,٤٠٣
معامل الإرتباط R = ٠,٧٧٢ معامل التحديد R^2 =٠,٥٩٦				التباين F= ١٧٠,٩٤٤ المعنوية p= ٠,٠٠٠				

المصدر: من اعداد الباحثان اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي.

ويتضح من الجدول(١٣) النتائج التالية:

(١) صلاحية النموذج المستخدم في اختبار العلاقة التأثيرية في تميز القيادة، حيث بلغت قيمة F (١٧٠,٩٤٤) بمستوى معنوية (٠,٠٠٠) وهى أقل من (١%) مما يعني أن النموذج بمتغيراته المستقلة صالح للتنبؤ بقيم المتغير التابع.

(٢) أما فيما يتعلق بالقدرة التفسيرية لهذا النموذج، والتي توضح نسبة التغير في المتغير التابع (تميز القيادة) التي ترجع الى تغير المتغيرات المستقلة (أبعاد الريادة الاستراتيجية)، فقد تبين أن مُعامل الارتباط المتعدد بينهما بلغ (٠,٧٧٢) ومعامل التحديد بلغ (٠,٥٩٦) وهذا يعني أن المتغيرات المستقلة (أبعاد الريادة الاستراتيجية) يفسر ما مقداره (٥٩,٦٪) فقط من التغير الحاصل في المتغير التابع (تميز القيادة).

(٣) جميع أبعاد الريادة الاستراتيجية (عدا الثقافة الريادية) تؤثر تأثيراً طردياً "إيجابياً" معنوياً في تميز القيادة، وكانت أكثر الابعاد تأثيرا في تميز القيادة هو العقلية الريادية حيث بلغت قيمة معامل الإنحدار (٠,٣٣٥) بمستوي معنوية أقل من (١%)، يليه الادارة

الاستراتيجية للموارد حيث بلغت قيمة معامل الإنحدار (٠,٣٢٦) بمستوي معنوية أقل من (١%)، وأخيراً القيادة الريادية حيث بلغت قيمة معامل الإنحدار (٠,١٩٠) بمستوي معنوية أقل من (١%)، فيما تبين عدم وجود تأثير معنوي للثقافة الريادية على تميز القيادة.

(٤) جميع نسبة تضخم التباين VIF اقل من ٥، كما أن قيم التفاوف (Tolerance) أكبر من (٠,١) لكل متغير، مما يعني أنه لا توجد علاقة خطية متعددة بين المتغيرات المستقلة بالنموذج الحالي بحيث يمكن للباحث الاعتماد على نتائج هذا النموذج، وكما تبين أن قيمة Mahalanobis تساوي ٢,٩٩١ وهي اقل من القيمة الجدولية ل Chi-sqaured التي تساوي ٤,٤٥١ عند مستوي ١%، وكذلك تبين ان قيمة Cook's Distance تساوي ٠,٠٩٥ وهي اقل من الواحد الصحيح وهذا يؤكد على تبعية البواقي (الأخطاء) للتوزيع الطبيعي.

جدول (١٤)نتائج تحليل الإنحدار المتعدد لأبعاد الريادة الاستراتيجية على تميز المرؤوسين

المتغير التابع	المتغيرات المستقلة	معامل الإنحدار	قيمة ت	المعنوية	الدلالة	الترتيب	VIF	Tol
تميز المرؤوسين	الثقافة الريادية	٠,١٥٢	٢,٨٥٠	٠,٠٠٥	معنوي	٣	١,٩٣٤	٠,٥١٧
	القيادة الريادية	٠,٣٩١	٦,٨٠٧	٠,٠٠٠	معنوي	١	٢,٢٣٩	٠,٤٤٧
	العقلية الريادية	٠,٠٨١	١,٢٢٣	٠,٢٢٢	غير معنوي	–	٢,٩٤٧	٠,٣٣٩
	الادارة الاستراتيجية للموارد	٠,٢٤١	٤,٣٤٢	٠,٠٠٠	معنوي	٢	٢,٠٩٠	٠,٤٧٨
معامل الإرتباط R = ٠,٦٩٨ معامل التحديد R^2 =٠,٤٨٧				التباين F= ١٠٩,٩٩٨ المعنوية p= ٠,٠٠٠				

المصدر: من اعداد الباحثان اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي.

ويتضح من الجدول(١٤) النتائج التالية:

(١) صلاحية النموذج المستخدم في اختبار العلاقة التأثيرية في تميز المرؤوسين، حيث بلغت قيمة F (١٠٩,٩٩٨) بمستوى معنوية (٠,٠٠٠) وهى أقل من (١%) مما يعني أن النموذج بمتغيراته المستقلة صالح للتنبؤ بقيم المتغير التابع.

(٢) أما فيما يتعلق بالقدرة التفسيرية لهذا النموذج، والتي توضح نسبة التغير في المتغير التابع (تميز المرؤوسين) التي ترجع الى تغير المتغيرات المستقلة (أبعاد الريادة

الاستراتيجية)، فقد تبين أن مُعامل الارتباط المتعدد بينهما بلغ (٠,٦٩٨) ومعامل التحديد بلغ (٠,٤٨٧) وهذا يعني أن المتغيرات المستقلة (أبعاد الريادة الاستراتيجية) يفسر ما مقداره (٤٨,٧٪) فقط من التغير الحاصل في المتغير التابع (تميز المرؤوسين).

(٣) جميع أبعاد الريادة الاستراتيجية (عدا العقلية الريادية) تؤثر تأثيراً طردياً "إيجابياً" معنوياً في تميز المرؤوسين ، وكانت أكثر الابعاد تأثيرا في تميز المرؤوسين هو القيادة الريادية حيث بلغت قيمة معامل الإنحدار (٠,٣٩١) بمستوي معنوية أقل من (١%)، يليه الادارة الاستراتيجية للموارد حيث بلغت قيمة معامل الإنحدار (٠,٢٤١) بمستوي معنوية أقل من (١%)، وأخيراً الثقافة الريادية حيث بلغت قيمة معامل الإنحدار (٠,١٥٢) بمستوي معنوية أقل من (١%)، فيما تبين عدم وجود تأثير معنوي للعقلية الريادية على تميز المرؤوسين.

(٤) جميع نسبة تضخم التباين VIF اقل من ٥، كما أن قيم التفاوف (Tolerance) أكبر من (٠,١) لكل متغير، مما يعني أنه لا توجد علاقة خطية متعددة بين المتغيرات المستقلة بالنموذج الحالي بحيث يمكن للباحثان الاعتماد على نتائج هذا النموذج، وكما تبين أن قيمة Mahalanobis تساوي ٢,٩٩١ وهي اقل من القيمة الجدولية ل Chi-sqaured التي تساوي ٤,٤٥١ عند مستوي ١%، وكذلك تبين ان قيمة Cook's Distance تساوي ٠,٠٩٢ وهي اقل من الواحد الصحيح وهذا يؤكد على تبعية البواقي (الأخطاء) للتوزيع الطبيعي.

جدول (١٥)

نتائج تحليل الإنحدار المتعدد لأبعاد الريادة الاستراتيجية على تميز الهيكل التنظيمي

المتغير التابع	المتغيرات المستقلة	معامل الإنحدار	قيمة ت	المعنوية	الدلالة	الترتيب	VIF	Tol
تميز الهيكل التنظيمي	الثقافة الريادية	٠,٠٦١	١,٠٥٩	٠,٢٩٠	غير معنوي	–	١,٩٣٤	٠,٥١٧
	القيادة الريادية	٠,٢٦٠	٤,٦٠١	٠,٠٠٠	معنوي	٢	١,٨٨٣	٠,٥٣١
	العقلية الريادية	٠,٠٥٣	٠,٧٦٩	٠,٤٤٢	غير معنوي	–	٢,٨٥٢	٠,٣٥١
	الادارة الاستراتيجية للموارد	٠,٤٣٤	٧,٦٩٩	٠,٠٠٠	معنوي	١	١,٨٨٣	٠,٥٣١
معامل الإرتباط R = ٠,٦٤١ معامل التحديد R^2 =٠,٤١٠				التباين F= ١٢١,٤٢٢ المعنوية p= ٠,٠٠٠				

المصدر: من اعداد الباحثان اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي.

ويتضح من الجدول(١٥) النتائج التالية:

(١) صلاحية النموذج المستخدم في اختبار العلاقة التأثيرية في تميز الهيكل التنظيمي، حيث بلغت قيمة F (١٢١,٤٤٢) بمستوى معنوية (٠,٠٠٠) وهى أقل من (١%) مما يعني أن النموذج بمتغيراته المستقلة صالح للتنبؤ بقيم المتغير التابع.

(٢) أما فيما يتعلق بالقدرة التفسيرية لهذا النموذج، والتي توضح نسبة التغير في المتغير التابع (تميز الهيكل التنظيمي) التي ترجع الى تغير المتغيرات المستقلة (أبعاد الريادة الاستراتيجية)، فقد تبين أن مُعامل الارتباط المتعدد بينهما بلغ (٠,٦٤١) ومعامل التحديد بلغ (٠,٤١٠) وهذا يعني أن المتغيرات المستقلة (أبعاد الريادة الاستراتيجية) يفسر ما مقداره (٤١٪) فقط من التغير الحاصل في المتغير التابع (تميز الهيكل التنظيمي).

(٣) جميع أبعاد الريادة الاستراتيجية (عدا الثقافة الريادية والعقلية الريادية) تؤثر تأثيراً طردياً "إيجابياً" معنوياً في تميز الهيكل التنظيمي، وكانت أكثر الابعاد تأثيرا في تميز الهيكل التنظيمي هو الادارة الاستراتيجية للموارد حيث بلغت قيمة معامل الإنحدار (٠,٤٣٤) بمستوي معنوية أقل من (١%)، يليه القيادة الريادية حيث بلغت قيمة معامل

الإنحدار (٠,٢٦٠) بمستوي معنوية أقل من (١%)، فيما تبين عدم وجود تأثير معنوي لكل من الثقافة الريادية والعقلية الريادية على تميز الهيكل التنظيمي.

(٤) جميع نسبة تضخم التباين VIF اقل من ٥، كما أن قيم التفاوف (Tolerance) أكبر من (٠,١) لكل متغير، مما يعني أنه لا توجد علاقة خطية متعددة بين المتغيرات المستقلة بالنموذج الحالي بحيث يمكن للباحث الاعتماد على نتائج هذا النموذج، وكما تبين أن قيمة Mahalanobis تساوي ١,٩٩٤ وهي اقل من القيمة الجدولية ل Chi-sqaured التي تساوي ٤,٤٥١ عند مستوي ١%، وكذلك تبين ان قيمة Cook's Distance تساوي ٠,٠٤٨ وهي اقل من الواحد الصحيح وهذا يؤكد على تبعية البواقي (الأخطاء) للتوزيع الطبيعي.

جدول (١٦)نتائج تحليل الإنحدار المتعدد لأبعاد الريادة الاستراتيجية على تميز الاستراتيجية

المتغير التابع	المتغيرات المستقلة	معامل الإنحدار	قيمة ت	المعنوية	الدلالة	الترتيب	VIF	Tol
تميز الاستراتيجية	الثقافة الريادية	٠,١٤٣	٢,٥١٧	٠,٠١٢	معنوي	٣	١,٨٢٥	٠,٥٤٨
	القيادة الريادية	٠,٠٩٧	١,٤٣٤	٠,١٥٢	غير معنوي	–	٢,٦١٦	٠,٣٨٢
	العقلية الريادية	٠,٢٢٤	٣,٣٥١	٠,٠٠١	معنوي	٢	٢,٥٢٢	٠,٣٩٧
	الادارة الاستراتيجية للموارد	٠,٣٢٦	٤,٩٥١	٠,٠٠٠	معنوي	١	٢,٤٥٠	٠,٤٠٨
معامل الإرتباط R = ٠,٦٢٠ معامل التحديد R^2 =٠,٣٨٤				التباين F= ٧٢,٣٥٧ المعنوية p= ٠,٠٠٠				

المصدر: من اعداد الباحثان اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي.

ويتضح من الجدول (١٦) النتائج التالية:

(١) صلاحية النموذج المستخدم في اختبار العلاقة التأثيرية في تميز الاستراتيجية، حيث بلغت قيمة F (٧٢,٣٥٧) بمستوى معنوية (٠,٠٠٠) وهى أقل من (١%) مما يعني أن النموذج بمتغيراته المستقلة صالح للتنبؤ بقيم المتغير التابع.

(٢) أما فيما يتعلق بالقدرة التفسيرية لهذا النموذج، والتي توضح نسبة التغير في المتغير التابع (تميز الاستراتيجية) التي ترجع الى تغير المتغيرات المستقلة (أبعاد الريادة

الاستراتيجية)، فقد تبين أن المتغيرات المستقلة (أبعاد الريادة الاستراتيجية) يفسر ما مقداره (٣٨,٤٪) فقط من التغير الحاصل في المتغير التابع (تميز الاستراتيجية).

(٣) جميع أبعاد الريادة الاستراتيجية (عدا القيادة الريادية) تؤثر تأثيراً طردياً "إيجابياً" معنوياً في تميز الاستراتيجية، وكانت أكثر الابعاد تأثيرا فى تميز الاستراتيجية هو الادارة الاستراتيجية للموارد ، يليه العقلية الريادية ، يليه الثقافة الريادية ، فيما تبين عدم وجود تأثير معنوي للقيادة الريادية على تميز الاستراتيجية.

(٤) جميع نسبة تضخم التباين VIF اقل من ٥، كما أن قيم التفاوف (Tolerance) أكبر من (٠,١) لكل متغير، مما يعني أنه لا توجد علاقة خطية متعددة بين المتغيرات المستقلة بالنموذج الحالي بحيث يمكن للباحث الاعتماد على نتائج هذا النموذج، وكما تبين أن قيمة Mahalanobis تساوي ٢,٩٩١ وهي اقل من القيمة الجدولية ل Chi-sqaured التي تساوي ٤,٤٥١ عند مستوي ١%، وكذلك تبين ان قيمة Cook's Distance تساوي ٠,٠٤٨ وهي اقل من الواحد الصحيح وهذا يؤكد على تبعية البواقي (الأخطاء) للتوزيع الطبيعي.

جدول (١٧)نتائج تحليل الإنحدار المتعدد لأبعاد الريادة الاستراتيجية على تميز الثقافة

المتغير التابع	المتغيرات المستقلة	معامل الإنحدار	قيمة ت	المعنوية	الدلالة	الترتيب	VIF	Tol
تميز الثقافة	الثقافة الريادية	٠,١٩٧	٣,٤١٥	٠,٠٠١	معنوي	٢	١,٩٣٤	٠,٥١٧
	القيادة الريادية	٠,١٨٩	٣,٠٤٥	٠,٠٠٣	معنوي	٣	٢,٢٣٩	٠,٤٤٧
	العقلية الريادية	٠,١٣١	١,٨٣٩	٠,٠٦٧	غير معنوي	–	٢,٩٤٧	٠,٣٣٩
	الادارة الاستراتيجية للموارد	٠,٣٣٠	٥,٤٩٧	٠,٠٠٠	معنوي	١	٢,٠٩٠	٠,٤٧٨
معامل الإرتباط R = ٠,٦٣٢ معامل التحديد R^2 =٠,٣٩٩				التباين F= ٧٧,٠٦٨ المعنوية p= ٠,٠٠٠				

المصدر: من اعداد الباحثان اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي.

ويتضح من الجدول(١٧) النتائج التالية:

(١) صلاحية النموذج المستخدم في اختبار العلاقة التأثيرية في تميز الثقافة، حيث بلغت قيمة F (٧٧,٠٦٨) بمستوى معنوية (٠,٠٠٠) وهى أقل من (١%) مما يعني أن النموذج بمتغيراته المستقلة صالح للتنبؤ بقيم المتغير التابع.

(٢) أما فيما يتعلق بالقدرة التفسيرية لهذا النموذج، والتي توضح نسبة التغير في المتغير التابع (تميز الثقافة) التي ترجع الى تغير المتغيرات المستقلة (أبعاد الريادة الاستراتيجية)، فقد تبين أن مُعامل الارتباط المتعدد بينهما بلغ (٠,٦٣٢) ومعامل التحديد بلغ (٠,٣٩٩) وهذا يعني أن المتغيرات المستقلة (أبعاد الريادة الاستراتيجية) يفسر ما مقداره (٣٩,٩٪) فقط من التغير الحاصل في المتغير التابع (تميز الثقافة).

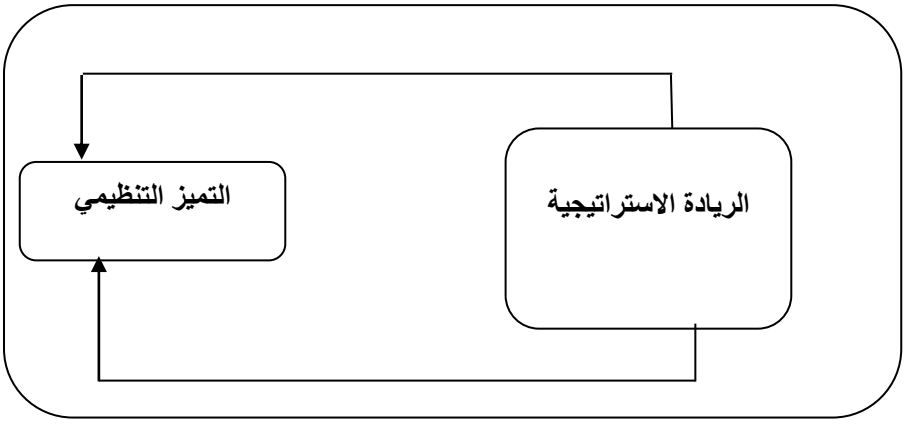
(٣) جميع أبعاد الريادة الاستراتيجية (عدا العقلية الريادية) تؤثر تأثيراً طردياً "إيجابياً" معنوياً في تميز الثقافة، وكانت أكثر الابعاد تأثيرا فى تميز الثقافة هو الادارة الاستراتيجية للموارد حيث بلغت قيمة معامل الإنحدار (٠,٣٣٠) بمستوي معنوية أقل من (١%)، يليه الثقافة الريادية حيث بلغت قيمة معامل الإنحدار (٠,١٩٧) بمستوي معنوية أقل من (١%)، يليه القيادة الريادية حيث بلغت قيمة معامل الإنحدار (٠,١٨٩) بمستوي معنوية أقل من (١٥%)، فيما تبين عدم وجود تأثير معنوي لعقلية الريادية على تميز الثقافة.

(٤) جميع نسبة تضخم التباين VIF اقل من ٥، كما أن قيم التفاوف (Tolerance) أكبر من (٠,١) لكل متغير، مما يعني أنه لا توجد علاقة خطية متعددة بين المتغيرات المستقلة بالنموذج الحالي بحيث يمكن للباحث الاعتماد على نتائج هذا النموذج، وكما تبين أن قيمة Mahalanobis تساوي ٢,٩٩١ وهي اقل من القيمة الجدولية ل Chi-sqaured التي تساوي ٤,٤٥١ عند مستوي ١%، وكذلك تبين ان قيمة Cook's Distance تساوي ٠,٠٦٩ وهي اقل من الواحد الصحيح وهذا يؤكد على تبعية البواقي (الأخطاء) للتوزيع الطبيعي.

وبناء على النتائج السابقة، يتضح وجود تأثير معنوي إيجابي مباشر للريادة الإستراتيجية بأبعادها المختلفة على التميز التنظيمي بالهيئة القومية للبريد المصري محل الدراسة، الأمر الذي يترتب عليه **ثبوت صحة فرضية البحث** والتي تنص على "توجد علاقة معنوية بين الريادة الإستراتيجية بأبعادها(العقلية الريادية، القيادة الريادية، الثقافة الريادية، ادارة الموارد بشكل استراتيجي) وبين التميز التنظيمي بأبعاده (تميز القيادة، تميز المرؤوسين، تميز الهيكل التنظيمي، تميز الاستراتيجية، تميز الثقافة التنظيمية" بشكل جزئي ، وذلك

بعدما تبين وجود تأثير معنوي لعدد من أبعاد الريادة الإستراتيجية علي عدد من أبعاد التميز التنظيمي.

ويمكن توضيح ذلك التأثير المباشر وغير المباشر فى الشكل (٣).



شكل(٣)

التأثيرات المباشرة وغير المباشرة للريادة الإستراتيجية على التميز التنظيمي

المصدر: من اعداد الباحثان اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي.

١٢- نتائج البحث:

استهدف البحث توضيح دور الريادة الإستراتيجية في تحقيق التميز التنظيمي للعاملين في الهيئة القومية للبريد المصري محل البحث، وقد توصلت نتائج البحث الى:

١- انخفاض المستوي العام للريادة الاستراتيجية للعاملين في البريد المصري محل البحث ، وكانت أكثر أبعاد الريادة الاستراتيجية انخفاضاً هي العقلية الريادية ، تليها الادارة الاستراتيجية للموارد ، تليها القيادة الريادية، وأخيراً الثقافة الريادية، حيث تلاحظ:

- إنخفاض مستوي إنتشار الثقافة الريادية من وجهه نظر العاملين بالهيئة القومية للبريد محل البحث، مما يعنى أنه وإن كانت الهيئة القومية البريد تولي اهتمام لتطوير الخدمات ولكنه لم يأتي بالمستوي المطلوب من حيث الافكار المبتكرة التي تلبي حاجات العملاء.

– إنخفاض مستوي تبني القيادة الريادية من وجهه نظر العاملين بالهيئة القومية للبريد محل البحث، مما يعنى أن هناك حالة من إضطراب العلاقات الشخصية داخل البريد المصري الأمر الذي يؤثر على جودة العلاقات ومستوي الثقة والقدرة على الاقناع.

– إنخفاض مستوي تبني العقلية الريادية من وجهه نظر العاملين بالهيئة القومية للبريد محل البحث، مما يعنى أن هناك قصور في إكتشاف واستغلال الفرص المتاحة في السوق أمام البريد المصري وكذلك في استقطاب ذوي الخبرة ممن يساعدون على تحقيق أهداف الهيئة.

– تراجع مستوي الادارة الاستراتيجية للموارد من وجهه نظر العاملين بالهيئة القومية للبريد محل البحث، مما يعنى أن هناك عدم وجود رؤية واضحة استغلال أمثل للموارد المتاحة من أجل تعزيز العمليات الداخلية وتحسين الموقف التنافسي للبريد في السوق.

٢– انخفاض المستوي العام للتميز التنظيمي للعاملين بالبريد المصري محل البحث، حيث كانت أكثر أبعاد التميز التنظيمي انخفاضاً هي تميز الثقافة يليها تميز الاستراتيجية، ثم يأتي بعد ذلك تميز الهيكل التنظيمي، تميز القيادة وأخيراً تميز الموارد البشرية، وهذا يعنى أن الهيئة تفتقر لثقافة تشجع على العمل الجماعي والتعاون المثمر كما أن هناك حالة من التداخل بين السلطات والصلاحيات للعاملين مما يؤثر على الاستقلالية بالعمل الأمر الذي ينتج عنه حالة من التضارب خاصة في وجود ضعف في الإهتمام بالشكل الكافي بآراء العاملين، حيث تلاحظ:

– تراجع مستوي تميز القيادة من وجهه نظر العاملين بالهيئة القومية للبريد محل الدراسة، مما يعنى أن الادارة العليا بالبريد غير مهتمة بشكل كاف بتطوير مهارات العاملين والاستماع لمقترحاتهم وآرائهم مما يفقدها دورها كقدوة في العمل.

– انخفاض مستوي تميز المرؤوسين من وجهه نظر العاملين بالهيئة القومية للبريد محل الدراسة، مما يعنى أن هؤلاء العاملين يفتقدون للحيوية والحماس خلال العمل، كم انهم يفتقدون للتعاون التام فيما بينهم الأمر الذي يؤثر على كيفية أداء مهامهم الوظيفية.

– تراجع مستوي تميز الهيكل التنظيمي من وجهه نظر العاملين بالهيئة القومية للبريد محل البحث، مما يعنى أن الهيكل التنظيمي لا يوضح بشكل كاف السلطة والمسئولية وطرق الاتصال بين الرؤساء والمرؤوسين مما يجعله عقبه في سبيل انسيابية التواصل الفعال مع التحديات والمستجدات في العمل.

– تراجع مستوي تميز الاستراتيجية من وجهه نظر العاملين بالهيئة القومية للبريد محل البحث، مما يعنى أن رؤية ورسالة الهيئة لم يتم تحديثها بشكل مستمر في ضوء التغيرات المستحدثة، فضلاً عن وجود تعارض أو عدم تناسق بينها وبين الأساليب المستخدمة لتحقيقها.

– انخفاض مستوي تميز الثقافة من وجهه نظر العاملين بالهيئة القومية للبريد محل الدراسة، مما يعنى أن الثقافة المنتشرة بين العاملين بالهيئة لا تشجع بشكل كامل على التعاون والعمل الجماعي الفعال والاستقلالية، الأمر الذي يؤدي الى حالة من عدم الثقة ونشوب الصراع بين العاملين.

(٣) وجود علاقة بين الريادة الاستراتيجية والتميز التنظيمي حيث توصلت النتائج الى وجود تأثير معنوي إيجابي مباشر للريادة الإستراتيجية بأبعادها المختلفة على التميز التنظيمي عند مستويات معنوية مختلفة ، حيث تبين أن : جميع أبعاد الريادة الاستراتيجية تؤثر تأثيراً طردياً "إيجابياً" معنوياً في التميز التنظيمي، وكانت أكثر الابعاد تأثيرا في التميز التنظيمي هو الادارة الاستراتيجية للموارد يليه القيادة الريادية، ثم العقلية الريادية ، وأخيراً الثقافة الريادية، وقد اتفقت نتائج الدراسة الحالية مع بعض نتائج الدراسات السابقة (AlHalaseh et al.,2021 ؛ المحادين،٢٠٢١ ؛ العتيبي، القرشي ، ٢٠١٨)، كما تلاحظ أن:

– جميع أبعاد الريادة الاستراتيجية (عدا الثقافة الريادية) تؤثر تأثيراً طردياً "إيجابياً" معنوياً في تميز القيادة، وكانت أكثر الابعاد تأثيرا في تميز القيادة هو العقلية الريادية ، يليه الادارة الاستراتيجية للموارد ، وأخيراً القيادة الريادية ، فيما تبين عدم وجود تأثير معنوي للثقافة الريادية على تميز القيادة.

– جميع أبعاد الريادة الاستراتيجية (عدا العقلية الريادية) تؤثر تأثيراً طردياً "إيجابياً" معنوياً في تميز المرؤوسين ، وكانت أكثر الابعاد تأثيرا في تميز المرؤوسين هو القيادة الريادية ، يليه الادارة الاستراتيجية للموارد ، وأخيراً الثقافة الريادية حيث بلغت قيمة معامل الإنحدار ، فيما تبين عدم وجود تأثير معنوي للعقلية الريادية على تميز المرؤوسين.

– جميع أبعاد الريادة الاستراتيجية (عدا الثقافة الريادية والعقلية الريادية) تؤثر تأثيراً طردياً"إيجابياً" معنوياً في تميز الهيكل التنظيمي، وكانت أكثر الابعاد تأثيرا فى تميز الهيكل التنظيمي هو الادارة الاستراتيجية للموارد حيث بلغت قيمة معامل الإنحدار (٠,٤٣٤) بمستوي معنوية أقل من (١%)، يليه القيادة الريادية حيث بلغت قيمة معامل الإنحدار

(٠,٢٦٠) بمستوي معنوية أقل من (١%)، فيما تبين عدم وجود تأثير معنوي لكل من الثقافة الريادية والعقلية الريادية على تميز الهيكل التنظيمي.

– جميع أبعاد الريادة الاستراتيجية (عدا القيادة الريادية) تؤثر تأثيراً طردياً "إيجابياً" معنوياً في تميز الاستراتيجية، وكانت أكثر الابعاد تأثيرا فى تميز الاستراتيجية هو الادارة الاستراتيجية للموارد ، يليه العقلية الريادية ، يليه الثقافة الريادية ، فيما تبين عدم وجود تأثير معنوي للقيادة الريادية على تميز الاستراتيجية.

– جميع أبعاد الريادة الاستراتيجية (عدا العقلية الريادية) تؤثر تأثيراً طردياً "إيجابياً" معنوياً في تميز الثقافة، وكانت أكثر الابعاد تأثيرا فى تميز الثقافة هو الادارة الاستراتيجية للموارد ، يليه الثقافة الريادية ، يليه القيادة الريادية ، فيما تبين عدم وجود تأثير معنوي لعقلية الريادية على تميز الثقافة.

١٣– توصيات البحث:

فى ضوء نتائج البحث يمكن للباحثان تقديم التوصيات التالية وذلك وفقاً لأهداف البحث وكيفية تطبيق نتائجه، فقد تناول الباحث توصيات البحث من خلال التركيز على(النتيجة، التوصية، المسئول عن تنفيذها،آليات التنفيذ) وذلك على النحو المبين بالجدول (١٨)

جدول(١٨)**توصيات البحث**

النتيجة	التوصية	المسئول عن تنفيذها	آلية التنفيذ
انخفاض المستوي العام للريادة الإستراتيجية وأكثر الأبعاد انخفاضاً هي العقلية الريادية تليها الادارة الاستراتيجية للموارد تليها القيادة الريادية وأخيراً الثقافة الريادية	–ضرورة الإهتمام بإدارة الموارد الإستراتيجية للهيئة القومية للبريد المصري بالكفاءة والفعالية المطلوبة، وأن تتمتع قياداتها بالمهارات الريادية، وأن يكون لدي العاملين بعا عقلية	–الادارة العليا بالهيئة القومية للبريد المصري	– استقطاب مواهب وخبراء قادرين على اكتشاف الفرص الجديدة واقتناصها. –الاستعانة بالقيادات التي تتمتع بالمهارات الدبلوماسية والقدرة على الإقناع ، وأصحاب العلاقات الشخصية القوية –تطوير الخدمات الحالية وتحويل الأفكار الجديدة الى خدمات تحقق أرباح. –تشجيع العاملين على تقديم الأفكار الابتكارية والريادية و تقديم حوافز مادية لمن يكتشف فرص جديدة تحقق ميزة

النتيجة	التوصية	المسئول عن تنفيذها	آلية التنفيذ
	ريادية وثقافة ريادية		تنافسية.
انخفاض المستوي العام للتميز التنظيمي وأكثر الأبعاد انخفاضاً هي تميز الثقافة تليها تميز الاستراتيجية، ثم تميز الهيكل التنظيمي، تميز القيادة وأخيراً تميز الموارد البشرية	تفعيل عناصر التميز التنظيمي	قطاع التطوير المؤسسي – قطاع الجودة- قطاع شئون المناطق	– تنمية وتطوير مهارات وقدرات العاملين من خلال التعليم والتدريب المستمر. – زيادة حماس العاملين للعمل من خلال تحفيزهم مادياً ومعنوياً. -تصميم هيكل تنظيمي مرن وفعال يوضح خطوط السلطة والمسئولية ويتمتع بسهولة وانسيابية الاتصالات بين الرؤساء والمرؤسين.
توجد علاقة معنوية بين الريادة الإستراتيجية وبين التميز التنظيمى	أن تتضمن رؤية الهيئة القومية للبريد المصري التأكيد على أن أحد الركائز الأساسية لتحقيق التميز هي اكتشاف الفرص الريادية واقتناصها.	– الادارة العليا بالهيئة القومية للبريد المصري- قطاع التطوير المؤسسي	عقد لقاءات تواصل مع العاملين من أجل توضيح رؤية الهيئة القومية للبريد المصري من أجل: (١) التأكيد على أن أحد الركائز الأساسية لتحقيق التميز هي خلق الفرص الريادة واقتناصها. (٢) التأكيد على أهمية العمل الجماعي وفرق العمل وادارة الضغوط وذلك تفادياً لأي صراعات والقضاء عليها.

البحوث المستقبلية:

تناولت الدراسة الحالية دور الريادة الاستراتيجية في تحقيق التميز التنظيمي من وجهة نظر العاملين بالهيئة القومية للبريد المصري، ويقترح الباحث:

١- تطبيق نفس الدراسة على عملاء البريد المصري بالإضافة الى المنظمات الخدمية والحكومية الأخرى.

٢- دراسة دور وساطة العلامة التجارية للبريد المصري بين الريادة الاستراتيجية والتميز التنظيمي.

٣- دراسة دور جودة الخدمة الالكترونية فى الاحتفاظ بالعملاء.

٤- دراسة دور التميز التنظيمي فى تحقيق الميزة التنافسية المستدام.

المراجع

أولاً: المراجع العربية:

١- إبراهيم، محمد عبدالمنعم محمد، الزيادي، بسنت عادل رمضان، و علي، علا كمال الدين حسن(٢٠٢٤)، أثر الفخر التنظيمي على التميز التنظيمي: دراسة مقارنة بين البنوك التجارية بالقطاع العام والقطاع الخاص، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، كلية التجارة، جامعة عين شمس، ع٤.

٢- إدريس، ثابت عبدالرحمن(٢٠٠٨)،" بحوث التسويق:أساليب القياس والتحليل واختبار الفروض"،(الاسكندرية: الدار الجامعية).

٣- إسماعيل، عمار فتحي موسي؛ طه، مني حسنين السيد(٢٠٢٠)، دور الجدارات الجوهرية للجامعات المصرية في تحقيق التميز التنظيمي، المجلة العلمية للبحوث التجارية، كلية التجارة، جامعة المنوفية، السنة السابعة، ع٣٠.

٤- البنا، آية علاء أحمد الشربيني (٢٠٢٤)، العلاقة بين ادارة الموارد البشرية الخضراء والتميز التنظيمي: دراسة تطبيقية على العاملين بالجمعية المصرية للتأمين التعاوني، رسالة ماجستير مهني غير منشورة ، كلية التجارة ، جامعة المنصورة.

٥- الدهيمي، فهد(٢٠٢١)،أثر التمكين الوظيفي في التميز التنظيمي: دراسة ميدانية في البنوك التجارية القطرية، مجلة رماح للبحوث والدراسات، الأردن، ع٥٩.

٦- الرماضنة، خلود صبري عيسي(٢٠٢١)، القيادة الريادية وأثرها فى التميز التنظيمي: الدور الوسيط للتماثل التنظيمي فى أمانة الكبري، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عمان العربية، عمان.

٧- الرواجفة، فيصل شوكت(٢٠٢١)، درجة ممارسة مديري المدارس الحكومية لمهارات الريادة الاستراتيجية فى ظل التعلم عن بعد من وجهة نظر المعلمين فى عمان، مجلة العلوم الانسانية الطبيعية، مج٢،ع٦.

٨- العباس، مني العلي(٢٠٢٠)، دور الريادة الاستراتيجية كمدخل تطويري للمنظمات: دراسة تطبيقية علي المنظمات السورية العاملة في تركيا،مجلة ريحان للنشر العلمي، سوريا، ع٥

٩- العتيبي، أروي ابراهيم، القرشي، سوزان(٢٠١٨) ،أثر استراتيجيات الريادة على تحقيق التميز المؤسسي للمؤسسات العامة، المجلة العلمية للبحوث التجارية، كلية التجارة، جامعة المنوفية، ع٤

١٠- العمار، عبدالله علي(٢٠٢٠) ،أثر التعزيز النفسي على التميز التنظيمي ،مجلة العلوم التربوية والدراسات الانسانية، جامعة تعز، اليمن، ع١٠.

١١- العمري، محمد بن سعيد(٢٠١٧)، أثر التغيير التنظيمي على التميز التنظيمي: دراسة تطبيقية فى القطاع الخاص السعودي، المجلة العربية للادارة، المنظمة العربية للتنمية الادارية، مج٣٧،ع٤.

١٢- المغيرية، يسرى بنت محمد بن سليم، العمرى، أيمن أحمد، اسماعيل، عمر هاشم(٢٠٢٢) ، دور ادارة المواهب في تحقيق الريادة الاستراتيجية في الجامعات الحكومية بسلطنة عمان، المجلة الدولية للدراسات التربوية والنفسية، مج١١، ع٤ .

١٣- بديار، أمينة(٢٠١٩) ، المسئولية الاجتماعية كتوجه استراتيجى لتحقيق التميز التنظيمى فى المؤسسة الاقتصادية- دراسة استطلاعية لأراء عينة من العاملين فى مؤسسة سونلغاز وحدة غليزان ، مجلة اقتصاد المال والاعمال ، جامعة الشهيد حمه الأخضر بالوادي، الجزائر، ، المجلد ٤ ، العدد١.

١٤- بوبكر، ساخي؛ تيغزة، أمحمد(٢٠٢١) ، عمليات ادارة المعرفة وعلاقتها بالتميز التنظيمي، مجلة دراسات وأبحاث، جامعة الجلفة، الجزائر، مج١٣، ع١.

١٥- حسن، حنان صلاح محمد(٢٠٢٤)، أثر التفكير الإبداعي القيادي علي بناء التميز التنظيمي الإداري: دراسة ميدانية بالتطبيق علي الجامعات الحكومية المصرية، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، كلية التجارة ، جامعة قناة السويس، مجلد ١٥، عدد٢.

١٦- رضوان، طارق رضوان محمد(٢٠١٤) ، أثر محددات الرشاقة الاستراتيجية علي التميز التنظيمي: دراسة تطبيقية علي قطاع الاتصالات في مصر، مجلة التجارة والتمويل، كلية التجارة، جامعة طنطا، مصر، ع٣ .

١٧- زهرة، أحمد(٢٠٢٣)، مدي توافر أبعاد الريادة الاستراتيجية ودورها فى تحيقي التميز المؤسسي ، مجلة جامعة البعث، مج ٤٥، ع٢٣.

١٨- سيد، أحمد حازم أبوزيد(٢٠٢٤)، أثر التوجه الريادي على سلوك مشاركة المعرفة وتحقيق التميز التنظيمي : دراسة تطبيقية على مؤسسات الأعمال الصغيرة والمتوسطة فى مصر، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، كلية التجارة، جامعة قناة السويس، مج١٥ ، ع١.

١٩- عبدالجواد، صباح معز ابراهيم(٢٠٢٤)، قياس أثر جودة العلاقة التبادلية بين القادة والمرؤسين على التميز التنظيمي : بالتطبيق على العاملين بالشركة المصرية للمنظفات ، رسالة ماجستير مهني غير منشورة، كلية التجارة، جامعة المنصورة.

٢٠- عبداللطيف، سمر عبدالله؛ علي، وليد محمد عبدالحليم(٢٠١٨) ، حدائق التكنولوجيا مدخل لتعزيز الريادة الاستراتيجية بجامعة بني سويف: رؤية مقترحة، مجلة كلية التربية، جامعة طنطا، مصر، مج٧١، ع٣ .

٢١- كركود، أحلام(٢٠٢١) ، القيادة الابداعية كأحد متطلبات التميز التنظيمي: حالة المؤسسة الوطنية للدهنENAP، المجلة العلمية المستقبل الاقتصادي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس، الجزائر، مج٩، ع١ .

٢٢- محمد، عبدالعالم محمد(٢٠٢١)، أثر التسويق الداخلي في تحقيق التميز التنظيمي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بمحافظة شقراء – المملكة العربية السعودية، مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، مج٦، ع١.

٢٣- ميهوب، سماح(٢٠٢٢) ، أثر استراتيجية الريادة علي الميزة التنافسية قي المصارف: دراسة ميدانية علي مصارف مدينة قسنطينة ، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والادارية، الجزائر، مج٩، ع١ .

٢٤- ناصر الدين، أحمد يعقوب(٢٠٢٠)، أثر الريادة الاستراتيجية فى الأداء المستدام للجامعات الخاصة فى المملكة الأردنية الهاشمية: التفكير الرشيق متغيراً وسيطاً، رسالة دكتوراة غير منشورة، جامعة مؤتة، كلية الدراسات العليا

٢٥- يسن، مصطفي محمد عبدالنبي(٢٠٢١) ، القيادة الخادمة ودورها في تحقيق التميز التنظيمي في المنظمات الخدمية : دراسة تطبيقية على شركة مصر القابضة للتأمين، مجلة البحوث المالية والتجارية ، كلية التجارة ، جامعة بورسعيد ، مصر، ع٣ .

ثانياً: المراجع الأجنبية:

1. Abu-Hamour, H. M. J. (2024). The impact of strategic entrepreneurship on organisational excellence in Jordanian telecommunications companies. ***International Journal of Productivity and Quality Management, 43(2)***.
2. Abu Naser, S. S & Al Shobaki, M. J.(2017).Organizational Excellence and the Extent of Its Clarity in the Palestinian Universities from the Perspective of Academic Staff. ***International Journal of Information Technology and Electrical Engineering, 6(2), 47-59.***
3. Ahmed, K.(2019). Developing a hierarchical model to enhance business excellence in hotel industryof Bangladesh, ***International Journal of Contemporary Hospitality Management, 31 (4),1836-1856.***
4. AL-Abrrow, H. & Nadia, A . (2018) Effect of organisational integrity and leadership behaviour on organisational excellence Mediator role of work engagement", ***International Journal of Organizational Analysis,Vol. 27 No. 4.***
5. Alayoubi, M.M., Al Shobaki, M.J., & Abu-Naser, S.S. (2020). Requirements for Applying the Strategic Entrepreneurship as an Entry Point to Enhance Technical Innovation: ***Case Study - Palestine Technical College- Deir al-Balah.***
6. Al-Damen, R.A. (2009).Developing an Excellence Assessment Model for Jordanian Businesses (EAMJB), ***Dirasat,Administrative Sciences, 36(1), 218-245.***
7. Al-Dhaafri, H.S. & Alosani, M.S. (2020).Impact of total quality management, organizationalexcellence and entrepreneurial orientation on organizational performance: empirical evidencefrom the public sector in UAE", Benchmarking: ***An International Journal, 27 (9), 2497-2519***
8. AlHalaseh,R.,& Ayoub,Z.(2021). Strategic Flexibility Mediating the Impact of Entrepreneurial Orientation on Organizational Excellence, ***International Review of Management and Marketing11(6)*.**
9. Al-Hammadi, R. A. (2021). The impact of change management on organizational excellence Analytical study of a number of government banks in Thi-Qar Governorate",***Turkish Journal of Computer and Mathematics Education Vol.12 No.12*** .

10. Al-Momani, M. A. M. (2023). The Impact of the Strategic Entrepreneurship on the Organizational Excellence: A Case Study of Greater Amman Municipality , ***(Unpublished Master's Thesis). Zarqa University, Zarqa.***
11. Al-Musawi, Mohammed. (2022). The Role Of Entrepreneurial Strategies In Organizational Excellence***. The Journal of Business. Volume 5 .***
12. Alnadi, M., & Altahat, S. (2024). Artificial intelligence applications for enhancing organizational excellence: Modifying role of supply chain agility. ***Problems and Perspectives in Management, 22(2) .***
13. Altarawneh,R.M.(2023). the impact of strategic Entrepreneurship on organizational excellence , the mediating role of organizational improvisation,***Seybold journal, 371, V 1 8.***
14. Antony, J.P., & Bhattacharyya, S. (2010), Measuring Organizational performance and organizational excellence of SMEs-Part 2:an empirical study on SMEs in India, ***measuring Business Excellence, 14,(3) 44-52.***
15. Bani Hani, S. I. (2023). The Role of Strategic Vigilance as an Entrance to Achieving the Strategic Leadership Saudi Universities ,***Journal of Educational and Psychological Sciences, 7(1).***
16. Carvalho, M., Sá, J. C., Marques, P. A., Santos, G., & Pereira, A. M. (2023). Development of a conceptual model integrating management systems and the Shingo Model toward operational excellence. ***Total Quality Management & Business Excellence, 34(3-4), 397-420***.
17. Chang, H.J., & Wang, H.B., (2013). A Case Study on the Model Of Strategic Entrepreneurship, ***The International Journal of Organizational Innovation, 5(4).***
18. Covin, JG & Slevin, D. (1989). Strategic Management of Small Businesses in Hostile and Benign Environments. ***Journal of Strategic Management, 10, 75-87.***
19. David Courpasson & FranÃ§oise Dany & Ignasi MartÃ, 2016. "Organizational Entrepreneurship as Active Resistance: A Struggle against Outsourcing," ***Entrepreneurship Theory and Practice, , vol. 40(1), pages 131-160, January.***
20. El Shiffa, N. A., Rahmiati, F., Santoso, A. S.& Yustina, A. I.(2021). Strategic entrepreneurship for achieving customers repurchase intention amidst pandemic COVID-19 on digital multi-sided platform: A case of

Travelok , Sixth Information Systems ***International Conference (ISICO 2021), Procedia Computer Science 197 (2022) 247–255.***

21. Esubalew, A.A. and Adebisi, S.A. (2024), The mediating effect of greed on the relationship between strategic entrepreneurship and entrepreneurial success: does gender of the entrepreneur matter?, ***Management Matters, Vol. 21 No. 2 .***
22. Faisal, M., & Kadhem, H. (2023). The Effect of Strategic Foresight on Achieving Strategic Entrepreneurship: Applied Research 1.***international journal of research in social sciences & humanties.13.10.***
23. Hill, C.W.L. & Jones, G.R., (2008). Strategic Management : an Integrated Approach, *8th ed.*, ***Houghton Mifflin Company, Boston Company, Boston Cop any New York***.
24. Hijjawi, G. (2021). The effeect of entrepreneurship on organizational excellence: The mediating role of visionary leadership. ***Management Science Letters, 11*(1), 57-66.**
25. Hitt, M. A., Ireland, R. D., Camp, S. M., &Sexton, D. L. (2001). Strategic Entrepreneurship:Entrepreneurial Strategies forWealth Creation. ***Strategic Management Journal. (Special Issue)*.**
26. Ireland, R.D., Hitt, M.A. and Sirmon, D.G. (2003), "A model of strategic entrepreneurship: the constructand its dimensions", ***Journal of Management, 296*.**
27. Jamil, M., Stephens, S.,& Md Fadzil, A.F. (2024). Sustainability in family business settings: a strategic entrepreneurship perspective, ***Journal of Family Business Management, Vol. ahead-of-print.***
28. Jelenc, L.,& Pisapia, J. 2015. Individual entrepreneurial behavior in Croatian IT firms: The contribution of strategic thinking skills. ***Journal of Information and Organizational Sciences*,39(2): 163-182.**
29. Kyrgidou, L., & Hughes, M. (2010). Strategic entrepreneurship: Origins, core elements and research directions. ***European Business Review. 22. 43-63.***
30. Luu, T.D. (2023), Fostering strategic entrepreneurship of SMEs: the role of organisational change forces, ***Management Decision, 61 (3).***
31. Mansour M., Alayoubi , Mazen J., Al Shobaki , Samy S.,& Abu-Naser.(2020).Requirements for Applying the StrategicEntrepreneurship

as an Entry Point to Enhance Technical Innovation: Case Study – PalestineTechnical College- Deir al-Balah. ***Op.cit.P.6.***

32. Martin, S. L. & Javalgi, R.R.G. (2016). Entepreneurial orientation, marketing capabilities and performance: The moderating role of competitive intensity on Latin American international new ventures. ***Journal of Business Research*, 69(6):2040-2051.**
33. Miller, D. (2011). Miller (1983) Revisited: A Reflection on EO Research and Some Suggestions for the Future. ***Entrepreneurship Theory and Practice, 35(5), 873-894.***
34. Mintzberg, H.(1973). Strategy making in modes. ***California Management Review, 16(2), 44-53***
35. Mohamad Noor Al-Jedaiah and Rokaya Albdareen (2020). The effect of strategic human resources management (SHRM) on organizational excellence. ***Problems and Perspectives in Management, 18(4), 49-58.***
36. Nielsen, J. E., Spasenić, A. T., & Stevanović, A. (2024). Designing an organizational structure as aprerequisite for achieving business excellence in manufa acturing companies. ***Ekonomski Horizonti, 26(1).***
37. Omoshagba, P.O., Adeyeye, M.M., & Sajuyigbe, A.S. (2021). Strategic entrepreneurship and performance of Nigerianbanks: ***A Quantitative Approach. International Entrepreneurship Review, 7(2), 21-30***
38. Paek .,B & Lee , H.(2018) Strategic entrepreneurship and competitive advantage of established firms: evidence from the digital TV industry . ***International Entrepreneurship and Management Journal, 14***.
39. Proença ,S . & Soukiazis , E . (2022) .The Importance of Entrepreneurship on Economic Development.Evidence From the OECD Countries, ***Proceedings of the 17th European Conference on Innovation and Entrepreneurship,17(1),416-422***
40. Qawasmeh, M.F., Darqal, N. & Qawasmeh, I.F. (2013),The Role of Organization Culture in Achieving Organizational Excellence: Jadara University as a Case Study , ***International Journal of Economics and Management Sciences , 2 , (7).***
41. Rookhandeh,N.,&Ahmadi, K. (2016) Exploring the Relationship between Applying Information Technology and Achieving Organizational Excellence in State Banks, ***International Journal of Management, Accounting and Economics,3(2), 105-122.***

42. Shakhour, N. H. T., Obeidat, B. Y., Jaradat, M. O.,& Alshurideh, M.(2021). Agile- Minded Organizational Excellence: Empirical Investigation. ***(Academy of Strategic Management Journal), Volume 20, Special Issue 6 .***
43. Shamkhi, M. Y., & Saleh, K. M. (2023). The Impact of Strategic Thinking on Organizational Excellence an Analytical Model for the National Security Advisory. ***Revista De Gestão Social E Ambiental, 17(7)***
44. Scheibel, O., Osiyevskyy, O. and Radnejad, A.B. (2024), "Strategic entrepreneurship in VUCA environment: the competing forces of outcome variability", ***Management Research Review, Vol. ahead-of-print .***
45. Sokolova, L. (2011). The influence of strategic Entrepreneurship on firm performance, ***Unpublished Master's thesis, St. Petersburg State University, Russia.***
46. Tryfos, P. (1996). Sampling Methods for Applied Research: Text and Cases.
47. Yaghoubi, N. M., & Sargazi, A. A. (2014). Investigating the effect of office automation on organizational excellence. ***International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, 4(8), 367***
48. Ziyae, B. & Vagharmousavi, M. (2021),Linking strategic entrepreneurship to business growth in Iranian IoT-based companies, ***Kybernetes, 50 (7), 2155-2178.***

هل يُمكن للشمول المالي أن يُسهم في تحقيق الحياد الكربوني في مصر؟ دور كفاءة الطاقة

د. أميرة تهامى الطيب*

د. نسمة محمد روحى **

(*) د. أميرة تهامى الطيب:

Email: amira_eltayb@zu.edu.eg

(**) د. نسمة محمد روحى:

Email: nmibrahiem@commerce.zu.edu.eg

- **الملخص**

تتزايد أهمية العلاقة بين الشمول المالي وانبعاثات الكربون، نظرًا للوعي المتزايد بالآثار السلبية لتغير المناخ وانبعاثات الكربون على البيئة وصحة الإنسان. ولذلك، تُقيّم هذه الورقة البحثية ما إذا كان الشمول المالي، إلى جانب تحسين كفاءة الطاقة، قادرًا على التخفيف من انبعاثات ثاني أكسيد الكربون في مصر باستخدام إطار STIRPAT خلال الفترة (١٩٨٠-٢٠٢٣). و تم استخدام نموذج NARDL لتحليل أثر الشمول المالي البنكي، ونموذج ARDL لدراسة أثر الشمول المالي السوقي على انبعاثات الكربون. وتشير النتائج إلى وجود علاقة غير خطية تتطابق مع منحنى كوزنتس البيئي AKC، حيث يأخذ شكل حرف U مقلوب بين الشمول المالي للمؤسسات المالية وانبعاثات الكربون للفرد في مصر. بينما تُظهر النتائج أن الشمول المالي للأسواق المالية يُعزز أخطار المناخ من خلال زيادة انبعاثات الكربون، وهذا يتضمن أن سياسات تعزيز الشمول المالي للأسواق المُطبقة في مصر لا تُحقق أهدافها المتعلقة بالرفاهية البيئية. وفي المقابل، يُسهم تحسين كفاءة الطاقة وزيادة حصة الطاقة المتجددة في إجمالي استهلاك الطاقة في الحد من انبعاثات ثاني أكسيد الكربون. علاوة على ذلك، تُخفف مكاسب كفاءة الطاقة من الارتباط بين الشمول المالي والانبعاثات من خلال خفض انبعاثات الكربون وزيادة الشمول المالي معًا. وأخيرًا، تشير النتائج إلى أن النمو الاقتصادي والتجارة الدولية والتوسع الحضري تحد من أخطار المناخ من خلال تقليل معدلات الانبعاثات.

الكلمات الدالة: الشمول المالي للمؤسسات، الشمول المالي للأسواق ، الحياد الكربوني، كفاءة الطاقة، المخاطر البيئية.

١. المقدمة

في السنوات الأخيرة، أصبح المجتمع العالمي يشعر بقلق متزايد إزاء الانبعاثات الكربونية المفرطة، وخاصة أن اقتصاديات العالم تجد صعوبةً نسبيةً في تسريع معدلات نموها الاقتصادي دون التسبب في وفورات بيئية سلبية. علاوة على اعتمادها بشكل كبير على إمدادات الوقود الأحفوري لتلبية احتياجاتها من الطاقة، وهو ما يسبب أضراراً بيئية مرتبطة بتغير المناخ.

وقد تجلّت أهمية خفض انبعاثات الكربون بشكل أكبر بعد المبادرات الأخيرة، مثل مؤتمر الأمم المتحدة السادس والعشرين لتغير المناخ (COP26)، وقانون باريس لتغير المناخ، ومشروع قانون الطاقة، وغيرها. وتحث أهداف التنمية المستدامة للأمم المتحدة (SDGs) الدول على اتخاذ إجراءات جادة لمكافحة تغير المناخ وآثاره من خلال خفض انبعاثات الكربون. وخلال مؤتمر COP26، اتفق المشاركون على أن الانتقال إلى الحياد الكربوني والاستدامة البيئية أمر مستحيل دون تحسين الخدمات المالية والموارد والأسواق (Hussain, *et al.*, 2023).

ومن هنا أصبح دراسة تأثير الشمول المالي على الاستدامة البيئية أمر يستحق التحليل، حيث يُسهم الشمول المالي بشكل أساسي في تحقيق اقتصاد اكثر استدامة من خلال توفير رأس المال للمشاريع منخفضة الكربون. والاستجابة للتكاليف الحتمية لتغير المناخ والتدهور البيئي لتحقيق الانتعاش الاقتصادي الضروري (UNFCCC, 2021). كما تدعم البنوك وصناديق الاستثمار المشتركة والمستثمرون وشركات التأمين الاستدامة من خلال تحسين إدارة تعرضها للمخاطر البيئية، وتمويل مشاريع الطاقة المستدامة، بما في ذلك استثمارات الطاقة المتجددة وتكنولوجيا كفاءة الطاقة، وإصدار أدوات دين مبتكرة جديدة تُستخدم بشكل رئيسي لتمويل مشاريع الإنتاج المستدام مثل السندات الخضراء (Bilgili, *et al.*, 2025).

على الرغم من أن تقارير السياسات تُسلّط الضوء على أهمية الشمول المالي في تقليل الآثار السلبية للصعوبات الاقتصادية والبيئية، بل وعكسها، فقد توصلت العديد من الدراسات التي تبحث في العلاقة بين الشمول المالي والحد من أخطار المناخ إلى نتائج متباينة في بلدان مختلفة، وفي البلد نفسه، خلال فترات زمنية مختلفة. ومع ذلك، تختلف نتائجها التجريبية في الغالب بسبب التحليل طويل الأجل وقصير الأجل، ومتغيرات التحكم المُستخدمة. لذلك تتيح هذه التناقضات في الأدبيات التجريبية فرصة لإعادة النظر في العلاقة التجريبية بين النظام المالي الشامل وانبعاثات ثاني أكسيد الكربون.

و تُعد مصر حالة مثالية لفحص هذه العلاقة، نظرًا لما تشهده من تحولات هيكلية في القطاع المالي والاقتصادي، بالتوازي مع التزاماتها البيئية وفقًا لاتفاق باريس للمناخ وخطة الاستراتيجية الوطنية لتغير المناخ ٢٠٥٠. فعلى الرغم من أن مساهمة مصر في الانبعاثات الكربونية العالمية لا

تزال محدودة نسبيًا، إذ بلغت نحو ٠.٦٩% من الإجمالي العالمي في عام ٢٠٢٢، فإن كمية الانبعاثات الفعلية لا يمكن تجاهلها، حيث سجلت حوالي ٢٤٩ مليون طن متري من ثاني أكسيد الكربون في عام ٢٠٢٣، مقارنة بـ٢٤٧ مليون طن في عام ٢٠٢٢، وفقًا لأحدث البيانات (Worldometer, 2023; TheGlobalEconomy.com, 2024). ويُثير هذا النمو المتواصل في الانبعاثات تساؤلات جوهرية حول كفاءة الأدوات والسياسات الحالية في تحقيق التوازن بين النمو والاستدامة.

في المقابل، أظهرت مؤشرات الشمول المالي في مصر تحسنًا ملحوظًا، إذ ارتفعت نسبة البالغين الذين يمتلكون حسابًا ماليًا (بنك، بريد، تمويل صغير، أو محفظة إلكترونية) من ٦٤.٨% في عام ٢٠٢٢ إلى ٧٠.٧% في نهاية عام ٢٠٢٣، بما يعادل ٤٦.٥ مليون شخص (Central Bank of Egypt, 2023). ويُعزى هذا التقدم إلى جهود البنك المركزي في تيسير الوصول إلى الخدمات المالية، وتعزيز الثقافة المالية، وتوسيع البنية التحتية الرقمية، خصوصًا في المناطق المهمشة. ومن ثم، يثور التساؤل حول مدى قدرة هذا التوسع في الشمول المالي على التأثير إيجابيًا في تقليص الانبعاثات الكربونية، لا سيما من خلال رفع كفاءة الطاقة و تحفيز الاستثمارات الخضراء وتقليل الاعتماد على أنشطة ملوثة.

وقد حظى دور الشمول المالي باهتمام كبير من صانعي السياسات والباحثين (Dong et al., 2022). إلى جانب دور الشمول المالي في التقدم التكنولوجي والنمو الاقتصادي المستدام، يُجادل الباحثون المعاصرون بأن النظام المالي الشامل قد أثّر بالقدر نفسه على جودة البيئة، وخاصةً انبعاثات الكربون(Yang et al., 2022) . من الناحية النظرية، توجد علاقة غير قاطعة بين الشمول المالى والاستدامة البيئية(Le et al., 2020) ؛ Renzhi & Baek, 2020) ؛ حيث جادل فريق من الباحثين بأن الشمول المالي يُعزز الاستدامة البيئية ويُقلل من انبعاثات ثاني أكسيد الكربون من خلال زيادة الإنفاق على البحث والتطوير والابتكارات التكنولوجية Fareed et al., 2022؛ Shahbaz et al., 2022). وبشكل أكثر تحديدًا، تميل الحكومات والشركات إلى تبني تقنيات صديقة للبيئة تُقلل من انبعاثات الكربون وتُعزز الاستدامة البيئية نظرًا لانخفاض تكلفة الاقتراض (Qin et al., 2021). على العكس من ذلك، تُجادل فرق أخرى من الدراسات بأن

النظام المالي المُيسّر والمُزوّد بتمويل مُيسّر يُعزز الأنشطة الصناعية والتصنيعية، مما يزيد من انبعاثات ثاني أكسيد الكربون ويُضر بجودة البيئة (Chang et al., 2022). بالإضافة إلى ذلك، تدعم الدراسات الحالية أيضًا العلاقة غير الخطية بين انبعاثات الكربون وتنمية القطاع المالي[(Chaudhry et al., 2022)(Renzhi & Baek, 2020) . كما وجد (Shahbaz et al., 2022) تأثيرًا غير مُتكافئ للشمول المالي على ثاني أكسيد الكربون يختلف جغرافيًا. علاوة على ذلك، يكون التدهور البيئي واسع النطاق إذا كانت الدولة في مرحلة مبكرة من التنمية. في المقابل، يُعزز النمو الاقتصادي الحفاظ على البيئة في مرحلة التنمية اللاحقة. تجريبيًا، وجد (Chaudhry et al., 2022؛Acheampong, 2019) علاقة على شكل حرف U مقلوب بين الشمول المالى وانبعاثات ثاني أكسيد الكربون. وبالمثل، لاحظ (Renzhi & Baek, 2020) علاقة غير خطية بين انبعاثات الكربون وتنمية القطاع المالي.

ومع ذلك، جادلوا بأن عدم الخطية بين جودة البيئة والنظام المالي الشامل مرتبطة بآلية حوكمة قوية. لذلك، فإن الالتزام الصارم باللوائح البيئية القائمة على البيئة والمجتمع والحوكمة (ESG) هو مفتاح ضمان التنمية المستدامة. بعبارة أخرى، قد لا تكون هذه العلاقة غير خطية في البلدان أو المناطق ذات آليات الحوكمة الضعيفة المتعلقة بالبيئة والمجتمع والحوكمة. وبالتالي، قد يختلف الارتباط غير الخطي بين الاستدامة البيئية والشمول المالي باختلاف مستويات التنمية الاقتصادية وآليات الحوكمة. تُتيح هذه التناقضات في الأدبيات التجريبية فرصةً لإعادة النظر في العلاقة التجريبية بين النظام المالي الشامل وانبعاثات ثاني أكسيد الكربون.

وقد سعت هذه الورقة البحثية إلى معالجة أوجه القصور في الأدبيات السابقة من خلال تغطية فترة زمنية طويلة نسبيًا (١٩٨٠-٢٠٢٣) مع التركيز على مصر كدراسة حالة، مما أتاح تفسيرًا أكثر شمولًا للعلاقات المدروسة يعكس التعقيدات والخصوصيات المحلية التي تغفلها غالبًا الدراسات المعتمدة على بيانات Panel. كما تميزت الدراسة بتناولها لتأثير الشمول المالي من منظورين مختلفين: المؤسسات البنكية والأسواق المالية، على انبعاثات الكربون.

و لتحقيق هدف البحث سوف يتم الاعتماد على *i*) المنهج الوصفي التحليلي-Descriptive) Analytical Approach): من خلال الرسومات البيانية التي تصف تطور الشمول المالي و

انبعاثات ثاني أكسيد الكربون و كذلك العلاقة بين المتغيرين محل الدراسة خلال الفترة (١٩٨٠-٢٠٢٣). *ii*) المنهج التحليلي الكمي:(Analytical Quantitative Approach) باستخدام نموذج STIRPAT (Stochastic Impacts by Regression on Population, Affluence, and Technology) لدراسة تأثير الشمول المالي على انبعاثات الكربون خلال فترة الدراسة.

وقد تم تنظيم هذه الورقة البحثية على النحو التالي: في القسم الثاني، يتم استعراض تطور الادبيات السابقة المرتبطة بهدف البحث. في القسم الثالث، يتم تقديم تحليل بياني لتطور الشمول المالي والمخاطر البيئية في مصر. أما في القسم الرابع، فتتم مناقشة المواصفات التجريبية للنماذج البحثية المستخدمة، مع توضيح المتغيرات ومنهجية التقدير المتبعة. في القسم الخامس، يتم عرض النتائج التجريبية، بينما يتناول القسم السادس مناقشة النتائج بالإضافة إلى الاستنتاجات وانعكاساتها على السياسات الاقتصادية.

٢. الأدبيات السابقة

قدّم الباحثون وجهات نظر متباينة حول تأثير الشمول المالي على انبعاثات الكربون؛ فهناك من يرى أن الشمول المالي يؤثر إيجابياً على انبعاثات ثاني اكسيد الكربون، وبالتالي فهو يعزز أخطار المناخ. فقد أظهرت دراسة (Muhammad et al., 2020) أن زيادة الشمول المالي بنسبة 1% ستُسرّع انبعاثات الكربون بنسبة 0.499%، 1.204% في دول مجموعة الثماني النامية (D8) والثماني الصناعية (G8) على التوالي على المدى الطويل، مع آثار ضئيلة على المدى القصير.

وقد تعددت القنوات التي يؤثر بها الشمول المالي إيجابياً على انبعاثات ثاني اكسيد الكربون؛ فيجادل (Le et al., 2020) بأن الشمول المالي سيؤدي إلى تفاقم انبعاثات الكربون في دول آسيا، بسبب الزيادة الهائلة في الأجهزة المنزلية المسببة للتلوث. وفسر (Jiang et al., 2022) ذلك بقولهم أن الشمول المالي يُسهل الحصول على الائتمان والقروض الاستهلاكية، التي تزيد من القدرة الشرائية للأفراد، وبالتالي زيادة استهلاك السلع الفاخرة، مثل السيارات ومكيفات الهواء، المسؤولة عن التلوث البيئي.

كما يرى البعض أن الشمول المالي الفعال ممكن أن يوسع قنوات التمويل ويُمكن الشركات من الحصول على رأس مال بتكاليف أقل، مما يسهل توسيع الانتاج وتشجيع الاستثمارات في القطاعات ذات البصمة الكربونية العالية، فرأت دراسة (Gul et al., 2022) أن الشمول المالي يعزز الأنشطة الصناعية والتصنيعية من خلال توفير تمويل ميسور التكلفة، مما يزيد من انبعاثات ثاني أكسيد الكربون ويضر بجودة البيئة. وتوصلت دراسة (Cetin & Bakirtas, 2020) الى أنه كلما ارتفعت حصة ائتمانات القطاع الخاص التي تقدمها البنوك في الناتج المحلي الإجمالي بنسبة 1%، زادت انبعاثات ثاني أكسيد الكربون على المدى الطويل في هذه الدول بنحو 0.8%. وأيدهم في ذلك دراسة (Faisal et al., 2020) الذين وجدو أدلة على عدم فعالية الشمول المالي في التخفيف من انبعاثات ثاني أكسيد الكربون؛ و وجدوا أن الشمول المالي يُعزز كفاءة السوق والأنشطة التجارية من خلال تسهيل عمل جميع الأطراف المشاركة في الأنشطة الاقتصادية التي تُعزز النمو الاقتصادي. وبالتالي، تحفيز استخدام الوقود الأحفوري وزيادة انبعاثات ثاني أكسيد الكربون، مع ما يترتب على ذلك من آثار بيئية وخيمة. ومع ذلك، يرى البعض أنه في حالة ارتفاع معدل انتشار الإنترنت ، يمكن للشمول المالي الحد من الانبعاثات بشكل فعال.

كما وجد (Qin et al., 2021) عند تطبيقهم على الاقتصادات السبع الناشئة (E7)، أن زيادة الشمول المالي تؤدي إلى زيادة تكوين رأس المال الثابت الإجمالي، مما يؤدي بدوره إلى زيادة الطلب على الطاقة، مما يؤدي إلى تدهور جودة البيئة. كما توصل (B. Zhao & Yang, 2020) إلى نتائج مماثلة بالنسبة للصين. وتوصل (Zaidi et al., 2021) لنفس النتائج بالنسبة لـ ٢٣ دولة من دول منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD). وكذلك (Chaudhry, *et al.*, 2022) بالنسبة لدول منظمة التعاون الإسلامي (OIC).

وعلى الجانب الآخر، يدعم بعض الباحثين الاستنتاج المعارض القائل بأن الشمول المالي يؤثر سلبياً على انبعاثات ثاني أكسيد الكربون، وبالتالي يُساعد في تسهيل تحقيق ذروة الكربون والحياد الكربوني. فقد أظهرت دراسة (Shahbaz, *et al.*, 2022) في الصين أن زيادة الشمول المالي بنسبة 1% يؤدى إلى خفض انبعاثات ثاني أكسيد الكربون بنسبة 0.124%. علاوة على ذلك،

سيؤدي تحسين التنمية الاقتصادية والتصنيع، والاستثمار في الحد من الملوثات، إلى التخفيف من التلوث وتأثير الاحتباس الحراري.

وقد تعددت القنوات التي يؤثر بها الشمول المالي سلبياً على انبعاثات ثاني اكسيد الكربون أيضاً، فيجادل البعض بأن الشمول المالي يعزز الاستدامة البيئية ويقلل من انبعاثات ثاني أكسيد الكربون من خلال زيادة الإنفاق على البحث والتطوير والابتكارات التكنولوجية (Khan et al., 2021). وبشكل أكثر تحديدًا، يساعد الشمول المالي الشركات على تكييف التقنيات المتقدمة منخفضة الكربون، حيث تميل الحكومات والشركات إلى تبني تقنيات صديقة للبيئة تقلل من انبعاثات الكربون وتعزز الاستدامة البيئية نظرًا لانخفاض تكلفة الاقتراض، وبالتالي يعمل كأداة فعالة للإدارة البيئية (Usman et al., 2021).

بالإضافة إلى خفض انبعاثات ثاني أكسيد الكربون من خلال الابتكار التقني، يُعزز الشمول المالي أيضًا خفض انبعاثات الكربون من خلال التخفيف من فقر الطاقة. وعلى وجه التحديد، فحص (Koomson & Danquah, 2021) تأثير الشمول المالي في القضاء على فقر الطاقة في غانا، ووجدوا أن الشمول المالي لديه القدرة على القضاء على فقر الوقود في غانا. كما أثبت (J. Zhao et al., 2021) تجريبيًا العلاقة الإيجابية بين فقر الطاقة وتأثير الاحتباس الحراري. وتوصل باحثون آخرون، مثل (Renzhi & Baek, 2020) إلى نتيجة مماثلة.

بالإضافة إلى الرابط الخطي المذكور أعلاه، قد توجد أيضًا علاقة غير خطية بين الشمول المالي وانبعاثات ثاني اكسيد الكربون. فأشارت دراسة (Renzhi & Baek, 2020) إلى أن الشمول المالي مرتبط عكسيًا على شكل حرف U مع انبعاثات ثاني أكسيد الكربون. إذ تُظهر وجود مراحل مختلفة للشمول المالي، وأن تأثيره على انبعاثات ثاني أكسيد الكربون يختلف عبر هذه المراحل. كما تؤكد أبحاث أخرى هذه النتيجة مثل (Acheampong et al., 2020). ومع ذلك، فقد جادلوا بأن عدم الخطية بين الجودة البيئية والنظام المالي الشامل يرتبط بآلية حوكمة قوية. لذلك، فإن الالتزام الصارم باللوائح البيئية القائمة على الحوكمة البيئية والاجتماعية والحوكمة (ESG) هو مفتاح ضمان التنمية المستدامة. بعبارة أخرى، قد يختلف الارتباط غير الخطي بين الاستدامة البيئية والشمول المالي عبر مستويات مختلفة من التنمية الاقتصادية وآليات الحوكمة.

كما تُظهر نتائج دراسة (Ben Cheikh & Rault, 2024) أن الشمول المالي يؤثر على تلوث الهواء تبعًا لمستويات التنمية الاقتصادية، وهو ما يتوافق مع EKC. وبينما يزيد الشمول المالي من انبعاثات ثاني أكسيد الكربون في الأنظمة ذات الدخل المنخفض، يبدو أن جودة البيئة تتعزز مع زيادة الشمول في مراحل لاحقة من التنمية. ففي البلدان ذات الدخل المنخفض، يهتم الأفراد أكثر بتحسين مستوى معيشتهم؛ وبالتالي، فإن أي تحسن في القدرة على تحمل تكاليف المنتجات والخدمات المالية سيؤدي إلى زيادة الاستهلاك وانبعاثات ملوثات أكبر. ومع ذلك، فبعد تجاوز مستوى دخل معين، يمكن للشمول المالي أن يُساعد الأفراد على تحسين مستويات معيشتهم، ويتيح لهم الوصول إلى فرص استثمارية جديدة، بما في ذلك الفرص المسئولة بيئيًا.

وبناءً على الأدبيات المذكورة أعلاه، نفترض ما يلي:

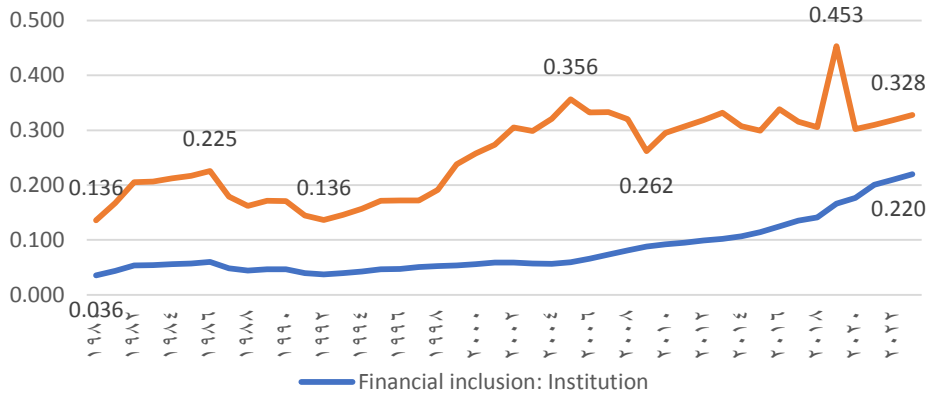
H_1 : توجد علاقة إيجابية بين الشمول المالى و زيادة انبعاثات ثاني أكسيد الكربون.

H_2 : تقلل كفاءة الطاقة من التأثير الايجابى بين الشمول المالى وزيادة انبعاثات ثانى اكسيد الكربون.

٣. الشمول المالي والمخاطر البيئية في مصر

بالنسبة للشمول المالي في مصر، فنلاحظ من (الشكل رقم١) أن مسار الشمول المالي للمؤسسات البنكية خلال الفترة من ١٩٨٠ إلى ٢٠٢٣ يتبع نمطًا مستقرًا ومتدرجًا في النمو، حيث ارتفع من مستوى منخفض للغاية (٠.٠٣٥ في ١٩٨٠) إلى نحو ٠.٢٢ بحلول عام ٢٠٢٣. هذا الاتجاه التصاعدي يعكس تطورًا تدريجيًا في وصول الأفراد والشركات إلى الخدمات البنكية الرسمية، ما يشير إلى تحسن بنية النظام المصرفي المصري بشكل مستدام، مدفوعًا بالإصلاحات المالية وتوسع الخدمات الرقمية والسياسات التنظيمية المشجعة للاندماج المالي.

Figure 1. Development of the financial inclusion in Egypt, 1980–2023



وفي المقابل، يُظهر مؤشر الشمول المالي للأسواق المالية رغم أنه أعلى من نظيره البنكي في معظم السنوات، تقلبًا ملحوظًا على مدار العقود. فقد شهد فترات من الارتفاع السريع مثل الفترة من ١٩٩٨ إلى ٢٠٠٦، تبعها انخفاضات في بعض السنوات مثل ٢٠٠٩ (بسبب الأزمة المالية العالمية)، ما يعكس حساسية هذا المؤشر للعوامل الاقتصادية والسياسية المحلية والعالمية. هذا التذبذب يشير إلى أن الوصول إلى الأسواق المالية في مصر مرتبط بشكل أكبر بتقلبات السوق والاستثمار الأجنبي والسياسات المالية، مما يجعله أقل استقرارًا مقارنةً بالشمول المالي البنكي.

وبالانتقال إلى المخاطر البيئية، فيتضح من (الشكل رقم٢) أن نصيب الفرد من انبعاثات الكربون في مصر قد شهد ارتفاعًا تدريجيًا ومستقرًا منذ أوائل الثمانينيات وحتى منتصف العقد الثاني من الألفية، حيث ارتفع من حوالي ١ طن للفرد في عام ١٩٨٠ إلى ما يزيد عن 2.5 طن للفرد في ٢٠١٧. هذا النمو يعكس توسع النشاط الاقتصادي والصناعي، وزيادة الاعتماد على مصادر الطاقة الأحفورية مثل الغاز الطبيعي والنفط، إلى جانب التوسع العمراني والسكاني. لكن بدءًا من 2018 وحتى ٢٠٢٣، يظهر منحنى الانبعاثات تباطؤًا واضحًا، بل وتراجعًا نسبيًا في بعض السنوات، وهو ما قد يرتبط بإجراءات التحول نحو الطاقة النظيفة، وتنامي الوعي البيئي، وكذلك تأثيرات جائحة كوفيد-١٩ على النشاط الاقتصادي. هذا النمط يُشير إلى أن مصر تمرّ حاليًا بمرحلة انتقالية من النمو المعتمد على الكربون إلى نماذج تنموية أكثر استدامة، إلا أن الوصول إلى انخفاضات مستدامة يتطلب سياسات بيئية أكثر حسمًا وتنوعًا في مصادر الطاقة.

كما تُظهر بيانات عام ٢٠٢٣ (الشكل رقم ٣) أن القطاع الأكبر مساهمة في انبعاثات الكربون للفرد في مصر هو قطاع الكهرباء والطاقة، حيث بلغ نصيبه نحو 0.78 طن للفرد، وهو ما يعادل حوالي 36% من إجمالي الانبعاثات الفردية. يليه قطاع النقل بـ 0.45 طن للفرد تقريبًا، ثم العمليات الصناعية والاحتراق الصناعي بنصيب مشترك يقارب 0.60 طن للفرد، مما يعكس وزنًا كبيرًا للقطاع الصناعي في البصمة الكربونية. أما القطاع السكني/المباني فيُسهم بحوالي 0.15 طن للفرد، وهو أقل نسبيًا، في حين أن مساهمة الزراعة والانبعاثات المتسربة كانت محدودة نسبيًا، وكلٌ منها أقل من 0.17 طن للفرد.

اللافت للنظر هو أن القطاع الصناعي والطاقة والنقل مجتمعين يشكلون أكثر من 80% من إجمالي الانبعاثات، مما يشير بوضوح إلى أن جهود خفض الكربون في مصر يجب أن تركز أولًا على تحسين كفاءة الطاقة، وتبني بدائل أنظف في الصناعة والنقل، وتوسيع الاعتماد على مصادر الطاقة المتجددة .أما انبعاثات الزراعة والنفايات فتمثل جزءًا ضئيلًا، لكنها ما زالت تستحق الاهتمام في إطار التنمية المستدامة المتكاملة.

Figure 2. Timeline of CO2 emission per capita in Egypt, 1980–2023

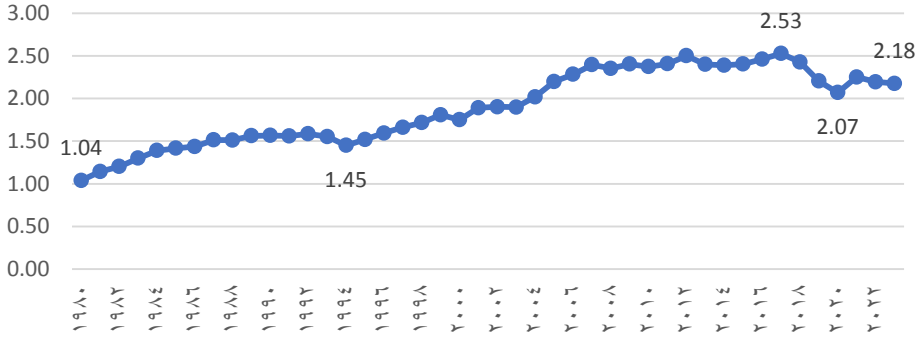
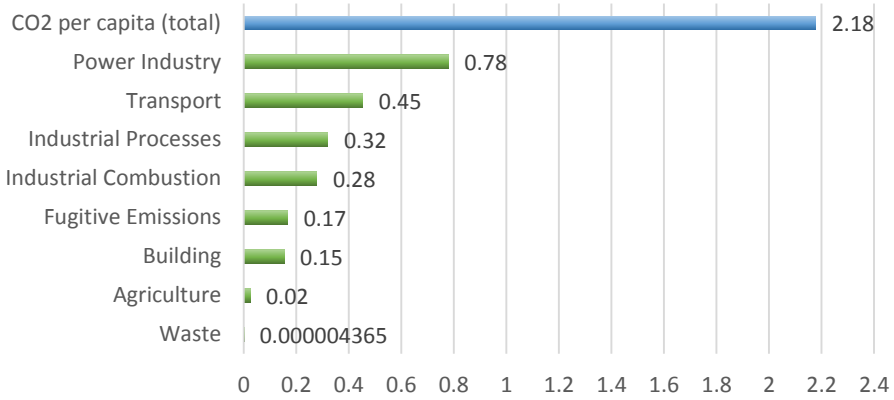


Figure 3. CO2 emission per capita in the sectors in 2023

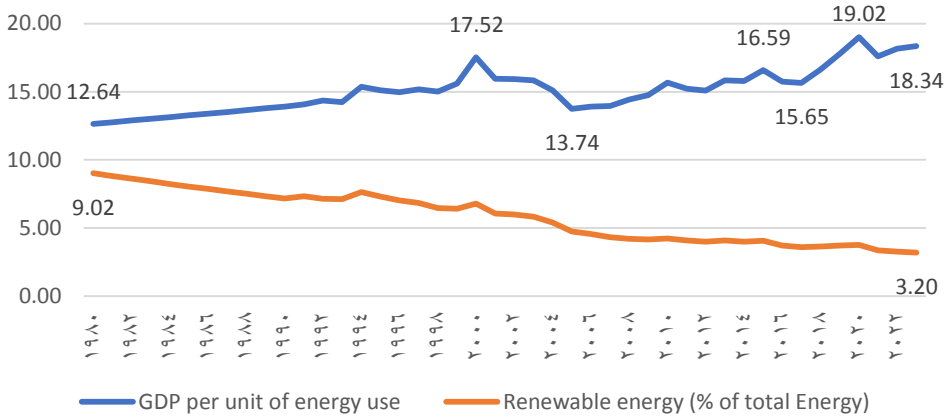


ومن خلال تحليل تطور كفاءة استخدام الطاقة ونسبة الطاقة المتجددة في مصر من ١٩٨٠ إلى ٢٠٢٣ بالشكل ٤، يمكن ملاحظة اتجاهين متناقضين. أولاً، شهدت كفاءة استخدام الطاقة تحسنًا مستمرًا خلال هذه الفترة، حيث ارتفعت من نحو ١٢.٦٤ دولار لكل كغم من مكافئ النفط في عام ١٩٨٠ إلى ١٨.٣٤ دولار في عام ٢٠٢٣، مع تسجيل أعلى قيمة في عام ٢٠٢٠. يعكس هذا التحسن زيادة قدرة الاقتصاد المصري على استخدام الطاقة بكفاءة أكبر، وهو ما يرتبط بتحسينات تكنولوجية في قطاعات عدة مثل الصناعة والتحسينات في استهلاك الطاقة.

على النقيض من ذلك، تراجعت نسبة الطاقة المتجددة والنفايات القابلة للاحتراق من إجمالي الطاقة المستهلكة في مصر بشكل مستمر، حيث انخفضت من 9.02% عام ١٩٨٠ إلى 3.19% عام ٢٠٢٣. هذا التراجع قد يكون مرتبطًا بالنمو الكبير في حجم الاقتصاد المصري وزيادة استهلاك الطاقة بشكل عام. على الرغم من أن كمية الطاقة المتجددة المنتجة قد تكون قد زادت بشكل مطلق، إلا أن الطلب المتزايد على الطاقة بسبب التوسع في القطاعات الاقتصادية مثل الصناعة والنقل أدى إلى أن النسبة المئوية للطاقة المتجددة من إجمالي استهلاك الطاقة تراجعت، حيث أصبح استهلاك الطاقة التقليدية (مثل النفط والغاز الطبيعي) هو المهيمن لتلبية الاحتياجات المتزايدة للطاقة. هذا التفسير يعكس التحديات التي تواجهها مصر في تعزيز الطاقة المتجددة لتلبية النمو الاقتصادي

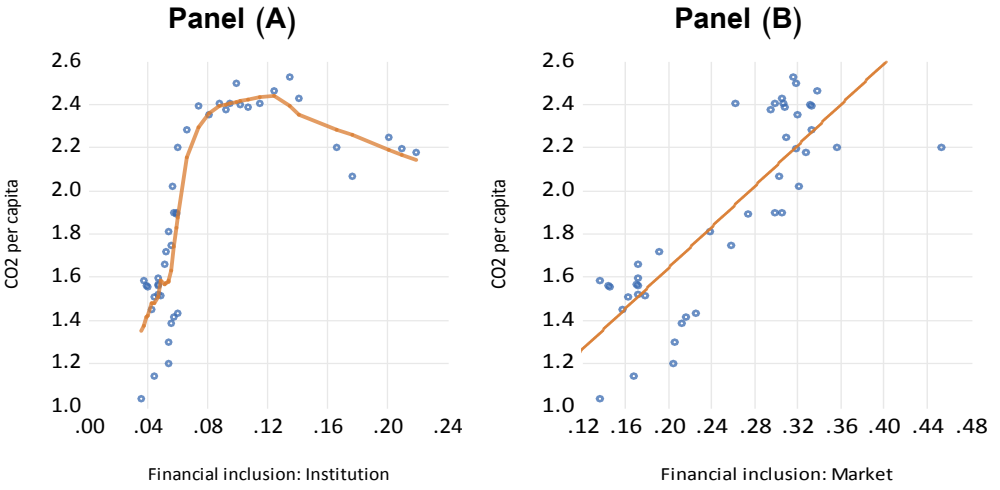
السريع، ويؤكد على أهمية تكثيف الجهود والاستثمارات في هذا القطاع لضمان استدامة النمو الاقتصادي مع تقليل الانبعاثات الكربونية وتحقيق أهداف التحول إلى الطاقة النظيفة.

Figure 4. Timeline of Energy use efficiency and Renewable energy in Egypt, 1980–2023



وأخيراً، في (الشكل رقم ٥)، نجد رسمة انتشارية تظهر العلاقة بين الشمول المالي ونصيب الفرد من انبعاثات الكربون في مصر خلال الفترة من ١٩٨٠ إلى ٢٠٢٣. الرسمة مقسمة إلى لوحين: اللوحة (A)تظهر العلاقة بين الشمول المالي للمؤسسات المالية ونصيب الفرد من انبعاثات الكربون في مصر. هنا، نلاحظ علاقة غير خطية تأخذ شكل حرف "U"مقلوب. في البداية، مع زيادة الشمول المالي للمؤسسات، تزداد انبعاثات الكربون بشكل تدريجي. لكن بعد فترة من النمو المستمر، تبدأ هذه العلاقة في الانخفاض تدريجيًا، ما يشير إلى أن الشمول المالي للمؤسسات قد يؤدي في البداية إلى زيادة الانبعاثات ولكن مع مرور الوقت واستخدام تقنيات وأنظمة طاقة أكثر كفاءة، تبدأ الانبعاثات في التراجع. قد تعكس هذه الديناميكية التغييرات في التكنولوجيا والسياسات البيئية على مدار السنين.

Figure 5. Scatter plot between financial inclusion and CO2 per capita in Egypt, 1980–2023



أما اللوحة (B) تمثل العلاقة بين الشمول المالي للأسواق المالية ونصيب الفرد من انبعاثات الكربون. هنا، نلاحظ أن العلاقة تأخذ الشكل الخطي، حيث تزداد انبعاثات الكربون بشكل مستمر مع زيادة الشمول المالي للأسواق. هذا يشير إلى أن توسع الأسواق المالية قد يؤدي إلى زيادة في الأنشطة الصناعية التي تستهلك المزيد من الطاقة، وبالتالي تساهم في زيادة انبعاثات الكربون. قد تكون هذه الزيادة مرتبطة بتوسع الاستثمار في مشاريع صناعية واستهلاك طاقة أكثر. وبالتالي، من خلال هذا التحليل، يمكن استنتاج أن الشمول المالي للمؤسسات المالية يسهم في تحول تدريجي قد يؤدي إلى تقليل الانبعاثات على المدى البعيد، بينما يشير التوسع في الشمول المالي للأسواق إلى علاقة مستمرة مع زيادة انبعاثات الكربون، مما يعكس الدور الكبير الذي تلعبه الأسواق في دعم الصناعات عالية الاستهلاك للطاقة.

٤. النموذج التجريبي والبيانات والمنهجية

٤.١ النموذج التجريبي

لقد تناولت العديد من الدراسات التجريبية المحددات المختلفة للرفاهية البيئية في الأدبيات السابقة، حيث سعى عدد كبير منها إلى استقصاء المحددات الاقتصادية الكلية لانبعاثات ثاني أكسيد الكربون من خلال تطبيق النموذج التجريبي لفرضية منحنى كوزنتس البيئي (EKC). ومع ذلك، فقد تعرض هذا النموذج لانتقادات متزايدة في السنوات الأخيرة (Hamid, *et al.*, 2022; Murshed, *et al.*, 2022b)، الأمر الذي دفع بعض الباحثين إلى تبني نماذج بديلة أكثر ملاءمة. وانطلاقًا من هذا التوجه، تعتمد هذه الدراسة على نموذج Li, *et al.* (2022) وتوظف نموذج التأثيرات العشوائية بالانحدار على السكان والثراء والتكنولوجيا (STIRPAT)، الذي طوّره Dietz & Rosa (1997)، كأساس منهجي لتحليل محددات انبعاثات ثاني أكسيد الكربون. ويُعد نموذج STIRPAT تطويرًا عشوائيًا للنموذج الأصلي المعروف باسم IPAT، الذي صاغه Ehrlich & Holdren (1971). وبناءً على ذلك، يتم استخدام الصيغة الأساسية لنموذج STIRPAT في هذه الدراسة لتفسير محددات انبعاثات ثاني أكسيد الكربون في مصر، عل النحو التالي:

$$\ln CO2E_t = \beta_0 + \beta_1 \ln FI_t + \beta_2 \ln EE_t + \beta_3 \ln RE_t + \beta_4 \ln Y_t + \beta_5 \ln TO_t + \beta_6 \ln URB_t + \varepsilon_t$$

في المعادلة (١)، يُشير الرمز t إلى الفترة الزمنية الخاصة بالتحليل، بينما يُمثل ε حد الخطأ العشوائي بصفاته المعتادة. أما β_0 فهو ثابت الدالة، وتمثل المعاملات $\beta_i (i = 1,2,..,6)$ معاملات المرونة المطلوب تقديرها. وبالنظر إلى أخطار المناخ، فإن هذه الدراسة تتبنى انبعاثات ثاني أكسيد الكربون كمؤشر رئيسي لها؛ إذ يُعد ارتفاع مستويات هذه الانبعاثات دلالة على تصاعد حدة المخاطر المناخية، وذلك استنادًا إلى ما هو متفق عليه في الأدبيات الحالية، والتي تؤكد أن انبعاثات ثاني أكسيد الكربون تمثل السبب الأساسي وراء ظاهرة التغير المناخي (Razzaq, *et al.*, 2023). بناءً على ذلك، فإن ظهور معاملات المرونة بإشارات سالبة (أو موجبة) يُفسر على أن الصدمات الإيجابية في المتغيرات المستقلة المعنية تؤدي إلى تقليص (أو تعزيز) المخاطر المناخية، من خلال خفض (أو زيادة) انبعاثات ثاني أكسيد الكربون. وقد تم تحويل هذا المتغير، إلى جانب المتغيرات التفسيرية الأخرى، إلى الصورة اللوغاريتمية الطبيعية، بهدف صياغة نموذج تجريبي بدالة

لوغاريتمية مزدوجة، مما يسمح بقياس مرونة انبعاثات ثاني أكسيد الكربون بسهولة استجابة لتغير بنسبة 1% في المتغيرات المستقلة بسهولة.

ومن بين المتغيرات التفسيرية في هذه الدراسة، يُمثل مؤشر الشمول المالي (FI) المتغير الرئيس محل الاهتمام. ونظرًا لتضارب النتائج الواردة في الدراسات السابقة بشأن الآثار البيئية المرتبطة بالشمول المالي، فإنه من الصعب التنبؤ بإشارة معامل المرونة المقابل (β_1) بشكل مسبق. ثانيًا، يُعبّر المتغير $\ln EE$ عن اللوغاريتم الطبيعي لمستوى كفاءة استخدام الطاقة السنوي في مصر، والذي يُجسد الجانب التكنولوجي في نموذج STIRPAT، حيث يُنظر إلى كفاءة الطاقة كنتاج للتقدم التكنولوجي، إذ يُفترض أن إدخال تقنيات حديثة يسهم في تعزيز كفاءة استهلاك الطاقة (Chen, *et al.*, 2021b). ثالثًا، يُشير المتغير $\ln RE$ إلى اللوغاريتم الطبيعي لمستوى الطاقة المتجددة. ولا يعكس هذا المتغير الوضع الراهن لقطاع الطاقة المتجددة في مصر فحسب، بل يلتقط كذلك البعد التكنولوجي في إطار نموذجSTIRPAT (Alam, *et al.*, 2022). وفي هذا السياق، تشير الأدبيات إلى أن ضعف التقدم التكنولوجي يُعد عائقًا رئيسًا أمام التحول من مصادر الطاقة التقليدية إلى الطاقة المتجددة (Boulogiorgou & Ktenidis, 2020). وبالتالي، فإن الزيادة في حصة الطاقة المتجددة ضمن مزيج الطاقة الوطني يمكن تفسيرها كدلالة على الابتكار التكنولوجي داخل قطاع الطاقة.

رابعًا، يأخذ النموذج الموضح في المعادلة (١) في الاعتبار أثر الوفرة من خلال تضمين اللوغاريتم الطبيعي لمستوى دخل الفرد، والمشار إليه بالرمز $(\ln Y)$. وبحسب فرضية منحنى كوزنتس البيئي (EKC)، فإن النمو الاقتصادي قد يسهم في تفاقم أو تقليص المخاطر المناخية، إما من خلال زيادة انبعاثات ثاني أكسيد الكربون أو تقليصها على التوالي (Alola & Ozturk, 2021)، مما يجعل من غير الممكن تحديد إشارة معامل المرونة المرتبط بهذا المتغير مسبقًا. خامسًا، يُمثل اللوغاريتم الطبيعي للانفتاح التجاري $(\ln TO)$ أحد المتغيرات التفسيرية الأخرى المستخدمة في النموذج، والذي يعكس درجة انخراط الدولة في التجارة الدولية. وأخيرًا، يُشير المتغير $(\ln URB)$ إلى معدل التحضر، والذي يُفترض في إطار نموذج STIRPAT أنه يُمثل أحد أوجه

تأثير النمو السكاني؛ حيث إن ازدياد الكثافة السكانية في المناطق الحضرية غالبًا ما يُصاحب بضغوط بيئية متزايدة (Abbasi, *et al.*, 2021).

وعلاوة على دراسة التأثيرات المباشرة والمعزولة لكل من كفاءة استخدام الطاقة والشمول المالي على انبعاثات ثاني أكسيد الكربون $(CO2E)$، تتناول هذه الدراسة أيضًا الأثر التفاعلي أو غير المباشر لهذين المتغيرين على مستويات انبعاثات $CO2E$ في مصر. وبناءً على ذلك، يتم توسيع النموذج الأساسي الموضح في المعادلة (١) من خلال إدراج مصطلح تفاعلي بين كفاءة الطاقة والشمول المالي، بما يُمكّن من تطوير نموذج إضافي يأخذ في الاعتبار هذا التأثير المشترك، كما هو موضح أدناه:

$$\ln CO2E_t = \alpha_0 + \alpha_1 \ln FI_t + \alpha_2 \ln EE_t + \alpha_3 (ln\, FI_t \times ln\, EE_t) + \alpha_4 \ln RE_t + \alpha_5 \ln Y_t + \alpha_6 \ln TO_t + \alpha_7 \ln URB_t + \varepsilon_t \quad (2)$$

في المعادلة (٢)، يُمثل المتغير $ln\, FI_t \times ln\, EE_t$ مصطلح التفاعل بين كفاءة استخدام الطاقة والشمول المالي. ومن ثم، يُظهر معامل المرونة α_3 تأثير هذه المتغيرات مجتمعة على مستويات انبعاثات ثاني أكسيد الكربون في مصر. يُعتبر التحليل الذي يتضمن مصطلح التفاعل ذا أهمية خاصة، حيث أدركت وكالة الطاقة الدولية الدور المحوري لتحسين كفاءة استخدام الطاقة في الحد من أخطار المناخ، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر (IEA, 2019).

٤.٢ البيانات

لتشغيل نموذج الدراسة سيتم استخدام بيانات سلاسل زمنية لمصر خلال الفترة (١٩٨٠-٢٠٢٣) بإجمالي ٤٤ مشاهدة سنوية. وقد تم اختيار تلك الفترة بناء على مدي توافر بيانات الشمول المالي. وفي هذا السياق، يُمثل المتغير التابع $CO2E$ اللوغاريتم الطبيعي لنصيب الفرد من انبعاثات ثاني أكسيد الكربون السنوية (مقاسة بالطن المتري)، والتي يتم الحصول عليها من مؤشرات التنمية العالمية للبنك الدولي (WB). وبالنسبة للشمول المالي FI (المتغير المستقل) فتم استخدام مؤشري الوصول للمؤسسات البنكية والأسواق المالية الصادر عن صندوق النقد الدولي (IMF)، والذي تتراوح قيمته بين الصفر والواحد الصحيح.

Table 1. *Description of the study variables*

Variables (symbols)	Description	Source
Climate Risks (CO2E)	Carbon dioxide (CO2) emissions excluding LULUCF per capita (t CO2e/capita)	WB
Financial inclusivity (FI_I)	Financial Institutions Access Index	IMF
Financial inclusivity (FI_M)	Financial Markets Access Index	IMF
Energy use efficiency (EE)	Energy use efficiency GDP per unit of energy use (constant 2021 PPP $ per kg of oil equivalent)	WB
Renewable Energy (RE)	Combustible renewables and waste (% of total energy)	WB
Income level (Y)	GDP per capita (constant 2015 US$)	WB
Trade Openness (TO)	Trade (% of GDP)	WB
Urbanization rate (URBR)	Urban population (% of total population)	WB

فبالنسبة لمؤشر الوصول الخاص بالمؤسسات المالية فهو يقيس مدى سهولة وصول الأفراد والشركات إلى البنوك والمؤسسات المالية، مثل البنوك التجارية، شركات التمويل، البريد المالي، وغيرها. وهو مؤشر مركب من أربع مؤشرات فرعية وهي، *i*) عدد فروع البنوك لكل ١٠٠ ألف بالغ، *ii*) عدد أجهزة الصراف الآلي لكل ١٠٠ ألف بالغ، *iii*) نسبة السكان الذين لديهم حسابات بنكية، *iv*) عدد العملاء لكل فرع أو جهاز. أما مؤشر الوصول الخاص بالأسواق المالية فهو يركز على مدى قدرة المؤسسات والشركات الكبيرة وحتى الأفراد على الوصول إلى الأسواق المالية الرسمية، مثل البورصة وأسواق السندات. ويتكون من؛ *i*) عدد الشركات المدرجة في سوق الأوراق المالية لكل مليون نسمة، *ii*) القيمة السوقية للأسهم كنسبة من الناتج المحلي الإجمالي، *iii*) عدد إصدارات السندات (خاصة وعامة)، *iv*) مدى استخدام الأدوات المالية كالسندات والأسهم من قبل الشركات والمؤسسات.

وبالنسبة للمتغيرات الضابطة، فتم حساب كفاءة استخدام الطاقة EE من خلال قسمة قيمة الناتج المحلي الإجمالي السنوي على مستوى استهلاك الطاقة السنوي المقابل. وذلك لأن الاستخدام الأكثر كفاءة للطاقة مرادف لزيادة الإنتاج لكل وحدة طاقة مستخدمة. وبالنسبة للطاقة المتجددة RE فتُشير إلى حصة الطاقة المتجددة في إجمالي مستوى الاستهلاك النهائي للطاقة. ونظرًا لأن مستوى الدخل القومي Y يُشير إلى مستوى نمو الاقتصاد، فقد استخدمت العديد من الدراسات مستوى نصيب الفرد

من الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي كمؤشر على النمو الاقتصادي/الوفرة (Aslam, *et al.*, 2021). والانفتاح التجاري TO والذي يُعطى من خلال النسبة المئوية لحصة الصادرات والواردات في الناتج المحلي الإجمالي للدول الناشئة المعنية وفي الأدبيات الحالية، يُستخدم هذا المتغير على نطاق واسع كمؤشر للتجارة الدولية (Das, *et al.*, 2022). وأخيراً، نحصل على معدل التحضر URB من خلال النسبة المئوية لسكان الحضر من إجمالي سكان الدولة، وقد تم الحصول على كافة المتغيرات الضابطة من مؤشرات التنمية العالمية للبنك الدولي. ويُبيّن الجدول ١ وحدات القياس ومصادر بيانات هذه المتغيرات. بينما يبين الجدولين ٢، ٣ التوصيف الإحصائي لمتغيرات الدراسة ومصفوفة الارتباط بينهم على الترتيب.

Table 2. *Descriptive summary statistics, 1980-2023*

	Unit	*Obs.*	*Mean*	*Median*	*Std. Dev.*	*Min*	*Max*	*Normality test*
Dependent Variable:								
CO2 per capita	(t CO2e/capita)	44	1.896	1.895	0.437	1.040	2.527	[3.3002]
Independent Variables:								
Financial inclusion Institution	(Scale 0 - 1)	44	0.082	0.058	0.049	0.036	0.220	[18.130]***
Financial inclusion Market	(Scale 0 - 1)	44	0.254	0.268	0.077	0.136	0.453	[1.2965]
Control Variables:								
Energy use efficiency	(2021 PPP $)	44	15.09	15.10	1.598	12.64	19.02	[2.5406]
Renewable energy	(% of Energy)	44	5.837	6.018	1.841	3.197	9.024	[4.0108]
Real GDP per capita	(2015 US$)	44	2600.5	2495.3	757.4	1431.4	4111.2	[2.9351]
Trade openness	(% of GDP)	44	48.45	46.15	11.64	29.86	74.46	[2.4683]
Urbanization	(% of Population)	44	43.14	42.99	0.432	42.66	43.95	[6.7320]**

***Note*:** ***, **, * indicate significance at 1%, 5% and 10% respectively.

تشير بيانات الفترة ١٩٨٠–٢٠٢٣ إلى أن انبعاثات ثاني أكسيد الكربون للفرد الواحد بقيت عند مستويات معتدلة (بمتوسط ١.٨٩٦ طن/فرد)، ما يعكس بنية اقتصادية لم تصل بعد إلى مستويات صناعية عالية الكثافة الكربونية. ومع ذلك، فإن التباين (٠.٤٣٧) يشير إلى وجود فترات شهدت تغيرًا ملموسًا، ربما بفعل النمو الاقتصادي أو التحول في مزيج الطاقة. وبالنظر إلى مؤشري الشمول المالي، نجد أن مؤشر المؤسسات (بمتوسط ٠.٠٨٢) منخفض جدًا، ما يعكس هشاشة البنية التحتية

المالية من حيث التغطية الجغرافية أو عدد المؤسسات المالية المتاحة للفرد. في المقابل، فإن متوسط مؤشر السوق (٠.٢٥٤) أعلى نسبيًا، مما قد يشير إلى تطور أدوات التمويل والخدمات المالية، دون أن يصاحب ذلك توسع مؤسسي. هذا الانفصال بين الجانبين قد يُشير جزئيًا إلي ضعف كفاءة الشمول المالي في مصر.

من جهة أخرى، فإن كفاءة استخدام الطاقة (١٥.٠٩ دولار ناتج/وحدة طاقة) تشير إلى مستوى إنتاجي مقبول نسبيًا، لكن القيم الدنيا (١٢.٦٤) توحي بوجود فترات أو قطاعات منخفضة الكفاءة، ربما بسبب الاعتماد على مصادر تقليدية أو تقنيات قديمة. ارتباط ذلك بانبعاثات الكربون يُحتمل أن يكون مباشرًا، حيث الكفاءة المنخفضة غالبًا ما ترتبط بارتفاع الانبعاثات. أما الطاقة المتجددة فتمثل نسبة ضئيلة من إجمالي الاستهلاك (متوسط 5.84%)، وهي إشارة واضحة إلى بطء تبني مصادر الطاقة النظيفة خلال العقود الماضية. هذا الضعف في التحول الطاقي يعكس غياب استراتيجيات حازمة في سياسة الطاقة، رغم وجود إمكانيات قد تكون متاحة. ويُحتمل أن يكون هذا أحد العوامل المفسّرة لاستقرار نسبي في معدلات الانبعاثات، بدلًا من انخفاضها.

وبالنسبة إلى الناتج المحلي الإجمالي للفرد (٢٦٠٠ دولار)، فهو يعكس مستوى دخل متوسط إلى منخفض، ويتسق مع مستويات متوسطة من الانبعاثات والاعتماد على الوقود التقليدي. أما الانفتاح التجاري بمعدل 48.5% من الناتج المحلي يُعد مرتفعًا نسبيًا، ما يشير إلى اقتصاد منفتح على التجارة الدولية، وهو ما قد تكون له آثار مزدوجة: فمن جهة يمكن أن يجذب التكنولوجيا النظيفة، ومن جهة أخرى قد يؤدي إلى "تسرب الكربون" إذا أصبحت البلاد وجهة للصناعات الملوثة. أما التحضر الذي استقر عند حوالي 43% فهو مؤشر على بنية ديموغرافية ما زالت شبه ريفية، ما قد يُفسر محدودية الضغط الكربوني نسبيًا، لكن في الوقت نفسه يُشير إلى تحديات مستقبلية محتملة حال تسارعت وتيرة التحضر دون بنية تحتية مستدامة.

Table 3. *Correlation matrix between study variables, 1980-2023*

		(1)	*(2)*	*(3)*	*(4)*	*(5)*	*(6)*	*(7)*	*(8)*
ln CO2 per capita	**(1)**	1							
ln Fin. inclusion: Institution	**(2)**	0.739	1						
ln Fin. inclusion: Market	**(3)**	0.830	0.779	1					
ln Energy use efficiency	**(4)**	0.633	0.751	0.573	1				
ln Renewable energy	**(5)**	-0.933	-0.906	-0.833	-0.721	1			
ln Real GDP per capita	**(6)**	0.933	0.898	0.826	0.824	-0.982	1		
ln Trade openness	**(7)**	-0.407	-0.575	-0.384	-0.683	0.434	-0.522	1	
ln Urbanization	**(8)**	-0.711	-0.450	-0.486	-0.762	0.642	-0.726	0.422	1

***Note*:** All correlation coefficients are statistically significant at the 1% level..

وهنا تكشف مصفوفة الارتباط بالجدول ٣ إلى أن انبعاثات CO_2 للفرد ترتبط بشكل إيجابي قوي بكل من الشمول المالي المؤسسي (73.9%) وشمول السوق المالي (83%). هذه العلاقة تعكس أن توسع النشاط المالي لم يترافق مع سياسات بيئية موازية؛ بل قد يكون قد ساهم في توسيع أنشطة اقتصادية عالية الانبعاث، مثل التوسع العمراني غير المستدام أو التمويل الموجَّه نحو مشاريع ذات كثافة طاقية مرتفعة. هذا النمط يتناقض مع التوجهات التي ترى في الشمول المالي أداة لتمويل الطاقة المتجددة والمشاريع النظيفة.

وبالنسبة للمتغيرات الضابطة، فنجد أن أكثر المتغيرات الضابطة ارتباطاً بانبعاثات الكربون هي الناتج المحلي للفرد (93.3%) هذه العلاقة القوية جداً تشير إلى نمط تقليدي من النمو الاقتصادي المصحوب بارتفاع التلوث، وهو ما يتوافق مع المراحل الأولى من "منحنى كوزنتس البيئي" دون بلوغ نقطة التحول البيئية. كذلك الطاقة المتجددة (93.3%−) هذه العلاقة السلبية القوية تُظهر أن تبني مصادر الطاقة النظيفة كان له تأثير كبير في تقليل الانبعاثات، وهو ما يبرز أهمية التحول إلى الطاقة المتجددة لتحقيق أهداف خفض الكربون. يليهم معدل التحضر بعلاقة سلبية قوية (71.1%−) وبالتالي فالتحضر قد يكون أدى إلى تقليل الانبعاثات بفضل تحسن الكفاءة في النقل واستخدام الطاقة في المدن مقارنة بالمناطق الريفية. ثم كفاءة استخدام الطاقة بعلاقة إيجابية (63.3%) وهذا قد يُفسر بظاهرة "أثر الاسترجاع"، حيث تؤدي الكفاءة لتحفيز النشاط الاقتصادي وزيادة الاستهلاك، مما يرفع الانبعاثات بدلاً من خفضها. وأخيراً، الانفتاح التجاري (40.7%−) هذه العلاقة السلبية توحي بإمكانية تأثير إيجابي للتجارة عبر استيراد التكنولوجيا أو نقل الصناعات الملوثة إلى الخارج.

٤.٤ المنهجية

نظرًا لما أظهره الشكل ٥ من وجود عدم تجانس في العلاقة بين الشمول المالي وانبعاثات الكربون للفرد في مصر، فإن الورقة البحثية تتبنّى منهجيات تحليلية مختلفة لالتقاط طبيعة العلاقة بدقة. فقد أوضح الشكل أن العلاقة بين الشمول المالي من خلال المؤسسات البنكية وانبعاثات الكربون تتخذ شكلًا غير خطي (على هيئة حرف U مقلوب) كما فيPanel A ، في حين أن العلاقة بين الشمول المالي للأسواق المالية وانبعاثات الكربون تبدو خطية كما في Panel B. وبناءً عليه، تم اختيار نماذج قياسية تتلاءم مع طبيعة كل علاقة، حيث سيتم استخدام نموذج NARDL لتحليل أثر الشمول المالي للمؤسسات البنكية على انبعاثات الكربون، نظرًا لطبيعة العلاقة غير الخطية، في حين سيتم توظيف نموذج ARDL لتحليل العلاقة بين الشمول المالي للأسواق المالية والانبعاثات، لملاءمته مع العلاقات الخطية.

فيُعد نموذج ARDL (Autoregressive Distributed Lag Model)، كما طوّره Pesaran, *et al.* (2001)، من أبرز الأدوات القياسية لتحليل العلاقات الديناميكية بين المتغيرات الاقتصادية في الأجلين القصير والطويل، مع تجاوز القيود المرتبطة بنماذج التكامل المشترك التقليدية مثل Engle–Granger، Johansen. ويتميز النموذج بعدة خصائص تجعله شائع الاستخدام في الدراسات التطبيقية، أبرزها: *i*) المرونة في التكامل، حيث يمكن استخدامه عندما تكون المتغيرات متكاملة من الدرجة الأولى I(1) أو غير متكاملة I(0)، شرط ألا تكون من الدرجة الثانية I(2). *ii*) إدراج فترات إبطاء كافية (Lags) مما يساعد في تتبع التأثيرات الديناميكية للعلاقات الاقتصادية. *iii*) الكفاءة في العينات الصغيرة :حيث يمكنه تقديم نتائج موثوقة دون الحاجة إلى حجم عينة كبير. *iv*) القدرة على تقدير الأجلين القصير والطويل في إطار واحد. وأخيراً، *v*) استخراج نموذج تصحيح الخطأ (ECM) بشكل مباشر، لقياس سرعة التعديل إتجاة التوازن في الأجل الطويل.

أما إسلوب NARDL (Nonlinear Autoregressive Distributed Lag Model)، كما طوّرها Shin, *et al.* (2014)، فهي امتداد غير خطي لمنهجية ARDL، وتسمح بتحليل العلاقات غير المتماثلة بين المتغيرات، سواء على المدى القصير أو الطويل، حتى في وجود تباين في درجات التكامل. وتتمثل الفكرة الرئيسة للنموذج في تفكيك المتغير المستقل إلى مكونين يعكسان التغيرات الإيجابية والسلبية بشكل منفصل، ما يتيح اختبار ما إذا كانت زيادات المتغير المستقل تؤدي إلى نتائج مختلفة عن الانخفاضات. وتُعد هذه الخاصية ذات أهمية خاصة في تحليل العلاقات الاقتصادية التي لا تكون دائمًا متماثلة من حيث التأثير. ومن الناحية الإجرائية، تبدأ تطبيقات NARDLباختبار تماثل العلاقة باستخدام اختبارات مثل Wald أو BDS، يلي ذلك تقسيم

المتغير إلى مركّباته الإيجابية والسلبية التراكمية. ثم يتم استخدام اختبار الحدود للتحقق من وجود علاقة طويلة الأجل، وفي حال ثبوتها، يمكن تقدير الأثر غير المتماثل للتغيرات الصاعدة والهابطة في كل من الأجلين.

وبناءً على ذلك، فإن اعتماد أسلوبين مختلفتين (ARDL، NARDL) يعكس ملاءمة النماذج مع خصائص العلاقات موضوع الدراسة، ويضمن الحصول على تقديرات أكثر دقة وواقعية.

٥. النتائج والمناقشة

بعد التحقق من سكون السلاسل الزمنية والتأكد من عدم وجود أي متغيرات في النموذج درجة تكاملها I(2)، وهو شرط تطبيق ARDL، NARDL. بالإضافة إلي التحقق من جودة النماذج المستخدمة في التحليل وخلوها من مشاكل القياس المختلفة، وذلك للاطمئنان إلى النتائج المتحصلة. تم تقدير نموذجي الدراسة سواء للمؤسسات أو الأسواق في الجدول ٤ والذي يوضح نتائج الأجل الطويل والقصير ومعامل تصحيح الخطأ، بالإضافة إلى الإحصاءات العامة، واختبار الحدود للتكامل المشترك، واختبار عدم التماثل بالنسبة للعلاقات غير الخطية، وأخيراً حجم الأثر (الدلالة العملية) لعلاقة الشمول المالي بالمخاطر البيئية.

ومن أسفل الجدول ٤ يتضح أن قيمة إحصائية F المحسوبة لاختبار الحدود جاءت دالة إحصائياً عند 1% للأربع انحدارات مما يفيد وجود علاقة توازنيه طويلة الأجل بين الشمول المالي (للمؤسسات أو الأسواق) وباقي المتغيرات المفسرة وبين انبعاثات الكربون للفرد (المخاطر البيئية)، أي هناك علاقة تكامل مشترك عند مستوى 1%. مما يمكننا من تحليل العلاقات طويلة وقصيرة الأجل بين المتغيرات.

ومن نتائج النموذج الأول الخاص ببحث أثر الشمول المالي للمؤسسات البنكية على انبعاثات الكربون باستخدام نموذج NARDL، يتضح وجود عدم تماثل واضح في تأثير الشمول المالي للمؤسسات على انبعاثات الكربون للفرد في مصر في الأجلين الطويل والقصير، فجاءت قيمة معامل CUMDP للتغيرات الإيجابية في الشمول المالي بالأجل الطويل 0.863−، مما يُشير إلى أن الزيادات في الشمول المالي للمؤسسات البنكية تؤدي إلى انخفاض كبير في انبعاثات الكربون على المدى الطويل. بعبارة أخرى، تحسين الوصول إلى الخدمات البنكية يسهم في تقليل الانبعاثات الكربونية، ربما من خلال دعم الاستثمارات في التقنيات النظيفة أو تحسين الكفاءة المالية والاقتصادية. وفي المقابل، جاءت قيمة معامل CUMDN للتغيرات السلبية في الشمول المالي 0.540، هذا يعني أن الانخفاض في الشمول المالي يرتبط بزيادة انبعاثات الكربون على المدى الطويل، مما يدل على أن التراجع في تغطية أو كفاءة المؤسسات البنكية قد يؤدي إلى آثار بيئية

سلبية. كما أن كِلا الأثرين أقوى في الأجل القصير من حيث القيمة المطلقة مقارنة بالأجل الطويل، ما يشير إلى استجابة بيئية أكثر حدة وسرعة للتغيرات الفورية في الشمول المالي.

Table 4. *Financial inclusivity and climate risks: Econometric results*

Dependent Variable: *ln CO2 per capita*

	Financial inclusion: Institution		*Financial inclusion: Market*	
	Model (1)	*Model (2)*	*Model (1)*	*Model (2)*
Long-run coefficients:				
CUMDP (ln Financial inclusion)	-0.863 [-31.11]***	0.731 [3.459]***	-0.103 [-1.169]	3.197 [3.449]***
CUMDN (ln Financial inclusion)	0.540 [16.96]***	1.659 [9.577]***		
ln (FI × EE)		-0.487 [-7.275]***		-1.073 [-3.167]**
ln Energy use efficiency (EE)	0.370 [4.719]***	-0.904 [-4.524]***	-1.502 [-3.059]***	-0.892 [-2.123]***
ln Renewable energy (RE)	-1.038 [-20.77]***	-1.202 [-10.81]***	-1.724 [-4.004]***	-2.032 [-3.748]***
ln Real GDP per capita (Y)	1.395 [21.79]***	-0.043 [-3.889]***	1.109 [3.757]***	0.670 [1.781]*
ln Trade openness (ITO)	-0.045 [-3.652]***	0.618 [5.256]***	-0.296 [-7.034]***	-0.053 [-1.723]*
ln Urbanization (URB)	-8.439 [-25.61]***	-6.233 [-8.394]***	-22.75 [-9.711]***	-16.62 [-7.603]***
Constant	23.64 [18.45]***	20.36 [7.031]***		
Trend			-0.059 [-5.330]***	-0.071 [-5.745]***
Error correction coefficient:				
ECM(-1)	-3.986 [-18.87]***	-1.448 [-15.43]***	-0.528 [-15.47]***	-0.626 [-20.75]***
Short-run coefficients:				
ln CO2 per capita	-3.986 [-10.19]***	-1.448 [-9.709]***	-0.528 [-5.284]***	-0.626 [-10.44]***
CUMDP (ln Financial inclusion)	-3.441 [-9.951]***	1.059 [3.683]***	-0.054 [-1.400]	2.003 [4.082]***
CUMDN (ln Financial inclusion)	2.153 [8.334]***	2.404 [8.006]***		
ln (FI × EE)		-0.705 [-6.930]***		-0.672 [-3.692]***
ln Energy use efficiency (EE)	1.473 [4.376]***	-1.309 [-4.978]***	-0.793 [-3.276]***	-0.559 [-2.138]**
ln Renewable energy (RE)	-4.138 [-9.523]***	-1.740 [-6.575]***	-0.910 [-3.577]***	-1.273 [-4.276]***
ln Real GDP per capita (Y)	5.559 [9.078]***	-0.063 [-3.583]***	0.585 [3.544]***	0.419 [1.613]
ln Trade openness (ITO)	-0.179 [-3.580]***	0.895 [4.555]***	-0.156 [-5.977]***	-0.033 [-1.774]*
ln Urbanization (URB)	-33.64 [-9.119]***	-9.029 [-5.900]***	-12.01 [-6.056]***	-10.41 [-7.791]***
Constant	94.21 [8.598]***	29.50 [5.327]***	45.95 [5.672]***	41.38 [7.161]***
Trend			-0.031 [-4.420]***	-0.044 [-6.094]***
		Key Regression Statistics		
Method	**NARDL**	**NARDL**	**ARDL**	**ARDL**
***F*-Bounds test**	18.4664***	16.6559***	19.4451***	35.4889***
Selected model	(3,3,4,3,3,3,3)	(0,2,0,2,1,0,0,0)	(3,3,2,2,0,3,2)	(1,0,0,2,0,2,2,0)
Symmetry test (χ^2 stats.)	93.7177***	44.8740***		
Adjusted R-squared	97.4%	93.4%	99.9%	99.6%
Fisher test (*F* stats.)	45.8981***	30.6657***	1033.18***	579.042***
		Effect Size for Financial inclusion: Cohen's d		
CUMDP (ln Financial inclusion)	-25.399 [Large]	1.5467 [Large]	-0.6751 [Medium]	1.4706 [Large]
CUMDN (ln Financial inclusion)	13.845 [Large]	4.2829 [Large]		
ln (FI × EE)		-3.2533 [Large]		-1.3505 [Large]

***Note*:** ***, **, * indicate significance at 1%, 5% and 10% respectively.

وقد جاءت إحصائية χ^2 لاختبار عدم التماثل (93.718) دالة إحصائياً عند 1%، مما يدل على وجود أثر غير متماثل في العلاقة بين الشمول المالي وانبعاثات الكربون، مما يبرر استخدام نموذج NARDL. فالزيادة في الشمول المالي تؤدي إلى تحسن بيئي (تقليل الانبعاثات)، بينما التراجع فيه يؤدي إلى تدهور بيئي (زيادة الانبعاثات)، وهو ما يتسق مع أدبيات تربط الشمول المالي بالتنمية المستدامة والتحول نحو الاقتصاد الأخضر.

وبالنسبة للمتغيرات الضابطة فتشير النتائج إلى أن تحسن كفاءة استخدام الطاقة يؤدي إلى زيادة في انبعاثات الكربون للفرد على المدي الطويل (0.370)، وهو ما قد يبدو مفاجئًا، ولكنه قد يُعزى إلى "أثر الارتداد (rebound effect)"، حيث يُؤدي تحسّن الكفاءة إلى زيادة الاستهلاك الكلي للطاقة. كما أن النمو الاقتصادي مرتبط بزيادة الانبعاثات الكربونية في الأجل الطويل (1.395)، مما يدعم فرضية أن التنمية الاقتصادية في مصر ما زالت تعتمد على أنشطة ملوِّثة للبيئة. وفي المقابل، نجد أن زيادة الاعتماد على الطاقة المتجددة، والانفتاح التجاري، والتحضر تؤدي إلى انخفاض ملحوظ في انبعاثات الكربون. مما يؤكد على أهمية الطاقة النظيفة في دعم التحول البيئي المستدام، مع انتقال التكنولوجيا أو تحسن الكفاءة البيئية عبر التجارة، وتوافر خدمات النقل الجماعي وكفاءة البنية التحتية في المدن الكبرى مقارنة بالمناطق الريفية. وقد جاءت نتائج الأجل القصير متسقة مع نتائج الأجل الطويل. كما أن التغير في انبعاثات الكربون في الأجل القصير يساهم في الحد من الانبعاثات في الأجل القصير.

كما أن معامل تصحيح الخطأ (ECM) جاء سالباً ودال إحصائياً عند 1%، مما يُشير إلى وجود علاقة توازنيه طويلة الأجل بين المتغيرات، ويعني أن حوالي 399% من الانحراف عن التوازن يتم تصحيحه في فترة واحدة، وهي سرعة تصحيح عالية جدًا تشير إلى استجابة سريعة للمتغيرات نحو التوازن.

وبالانتقال للنموذج الثاني الخاص ببحث أثر الدور التفاعلي (غير المباشر) للشمول المالي للمؤسسات وكفاءة استخدام الطاقة على انبعاثات الكربون باستخدام نموذج NARDL، فنكتشف وجود تأثير سلبي للمتغير التفاعلي $(FI \times EE)$ على انبعاثات الكربون للفرد، وهذا يتضمن أن الشمول المالي عندما يكون مصحوبًا بكفاءة أعلى في استخدام الطاقة، فإن الأثر البيئي يصبح أكثر إيجابية (أي أن الانبعاثات تنخفض). وهذا يعكس أهمية التكامل بين السياسات المالية وسياسات الطاقة لتحقيق أهداف الاستدامة. وبالتالي فالعلاقة بين الشمول المالي والانبعاثات الكربونية ليست فقط غير خطية، ولكنها مشروطة بمستوى كفاءة الطاقة. فالتحسين في الشمول المالي قد لا يكون كافيًا لخفض الانبعاثات إذا لم يُقترن بكفاءة عالية في استخدام الطاقة. فالمتغير التفاعلي يمثل نقطة محورية لصانعي السياسات، فدعم الشمول المالي يجب أن يتم عبر آليات صديقة للبيئة مثل تمويل

الطاقة النظيفة أو مشاريع الكفاءة الطاقية. كما أن التفاعل قد أظهر تأثير سلبي لكفاءة استخدام الطاقة على انبعاثات الكربون للفرد، وهذا يعزز من صحة السياسات التي تُشجع على الابتكار التكنولوجي، وتحديث البنية التحتية الطاقية، وتقليل الفاقد في الإنتاج والاستهلاك.

وبالنسبة للشمول المالي للأسواق المالية، أوضح النموذج الأول الخاص ببحث أثر الشمول المالي للأسواق المالية على انبعاثات الكربون باستخدام نموذج ARDL، إلى عدم وجود أي تأثير للشمول المالي للمؤسسات على انبعاثات الكربون للفرد، ما يشير إلى أن تحسن الوصول إلى الأسواق المالية لا يؤثر بشكل مباشر أو جوهري على الانبعاثات الكربونية في الأجلين الطويل والقصير. وبالنسبة للمتغيرات الضابطة، فتكشف نتائج النموذج أن تحسين كفاءة الطاقة، وزيادة استخدام الطاقة المتجددة، والتوسع في الانفتاح التجاري والتحضر يخفض انبعاثات الكربون بشكل كبير، مما يؤكد على أهمية برامج ترشيد الطاقة وتحديث تقنياتها، ودور التحول نحو مصادر الطاقة النظيفة، وتحسن التكنولوجيا أو نقل ممارسات أكثر كفاءة بيئيًا من خلال التجار، ودور البنية التحتية المتطورة في المدن في خفض الكثافة الكربونية، أو تحسين كفاءة النقل والطاقة. بينما زيادة دخل الأفراد يؤدي إلى زيادة الانبعاثات، مما يعكس أن العلاقة التقليدية بين التنمية الاقتصادية والتأثير البيئي (منحني كوزنتس البيئي) قد تنطبق جزئيًا. كما أن الاتجاه العام لتطور الانبعاثات الكربونية خلال فترة الدراسة كان تنازليًا، مما يدل على تقدم في السياسات البيئية والتكنولوجية التي ساهمت في الحد من الانبعاثات.

بينما أوضح النموذج الثاني الخاص ببحث أثر الدور التفاعلي (غير المباشر) للشمول المالي للأسواق المالية وكفاءة استخدام الطاقة على انبعاثات الكربون باستخدام نموذج ARDL، إلي وجود تأثير سلبي للمتغير التفاعلي على انبعاثات الكربون في الأجلين الطويل والقصير. وبالتالي فتحسن كفاءة الطاقة مع زيادة الشمول المالي يؤدي إلى تقليل الانبعاثات، وهذا يعزز أهمية تحسين كفاءة الطاقة مع التوسع في الوصول إلى الأسواق المالية. كما أدي التفاعل إلي إظهار تأثير إيجابي مباشر للشمول المالي للأسواق على انبعاثات الكربون للفرد بالأجلين الطويل والقصير، وهذا يعني أن زيادة الشمول المالي قد يرتبط بزيادة في انبعاثات الكربون، وربما يشير إلى أن توسع الوصول إلى الخدمات المالية يؤدي إلى استهلاك أكبر للطاقة والموارد.

وأخيراً، تُشير الإحصاءات العامة إلى ارتفاع قيمة معامل التحديد المعدل ($\overline{R}^2$) والتي تتراوح م بين 93.4% – 99.9%، مما يُشير لارتفاع القوة التفسيرية للنماذج. كما يشير اختبار فيشر (Fisher) إلى رفض الفرض العدمي وقبول الفرض البديل بوجود دلالة إحصائية للنماذج المستخدمة ككل عند مستوى معنوية 1%.

- **مناقشة النتائج**

يُعدّ التخفيف من أخطار المناخ مصدر قلق كبير للاقتصادات الناشئة، نظرًا لتوقعات هذه الدول بتحقيق نمو اقتصادي سريع، والذي قد يُؤدي في الوقت نفسه إلى تدهور البيئة. وفي هذا الصدد، تُشير نتائجنا، إلي عدم وجود تجانس في تأثير الشمول المالي على انبعاثات الكربون للفرد بناءً على ما إذا كان الشمول المالي للمؤسسات البنكية أو الأسواق المالية. فتشير نتائج نموذج NARDLإلى وجود علاقة غير خطية على شكل حرف U مقلوب بين الشمول المالي للمؤسسات المالية وانبعاثات الكربون للفرد في مصر. ويعكس هذا النمط غير الخطي أن أثر الشمول المالي على البيئة لا يسير في اتجاه واحد، بل يتغير حسب مستوى الشمول المالي ذاته. ففي المرحلة الأولى، حيث يكون مستوى الشمول المالي منخفضًا، تؤدي الزيادة في الشمول المالي إلى ارتفاع في انبعاثات الكربون. ويرجع ذلك إلى أن المؤسسات التي تدخل النظام المالي حديثًا غالبًا ما تستخدم التمويل في توسيع أنشطتها الإنتاجية بالاعتماد على مصادر الطاقة التقليدية وتقنيات قديمة تفتقر إلى الكفاءة البيئية، مما يؤدي إلى زيادة الانبعاثات. وقد أشار Shahbaz, *et al.* (2015) إلى أن التوسع المالي في مراحله الأولى قد يؤدي إلى آثار بيئية سلبية نتيجة استخدام الموارد المالية في أنشطة ملوثة.

ولكن مع استمرار تحسن الشمول المالي وبلوغ المؤسسات مستوى أعمق من الاندماج في النظام المالي، تبدأ آثاره البيئية في التغير. ففي هذه المرحلة، تستثمر المؤسسات بشكل أكبر في التقنيات النظيفة وتحسين كفاءة الطاقة، كما يُمكنها الوصول إلى أدوات تمويل خضراء وممارسات تشغيل أكثر استدامة، مما يؤدي إلى تراجع تدريجي في انبعاثات الكربون. وهذا ما يمثل الجانب الهابط من منحنى U المقلوب. ويدعم هذا التفسير ما توصل إليه Shin, *et al.* (2014) في إطار تحليلهم للعلاقات غير المتماثلة، وكذلك ما أشار إليه Zhang & Liu (2023) من أن الشمول المالي، في ظل حوكمة مؤسسية فعّالة، قد يشكل أداة لتحفيز التحول نحو اقتصاد منخفض الكربون.

وبالتالي، توضح النتائج أن الشمول المالي للمؤسسات لا يُعد عاملًا بيئيًا موجبًا أو سلبيًا بشكل مطلق، بل يتوقف تأثيره على المرحلة التي تمر بها المؤسسات في علاقتها مع النظام المالي، وهو ما يعكس أهمية صياغة سياسات مالية تراعي هذه الديناميكية وتدعم التحول التدريجي نحو التمويل المستدام.

بينما تُظهر النتائج أن الشمول المالي للأسواق المالية يُعزز أخطار المناخ من خلال زيادة انبعاثات الكربون، وهذا يتضمن أن سياسات تعزيز الشمول المالي للأسواق المُطبقة في مصر لا تُحقق أهدافها المتعلقة بالرفاهية البيئية. علاوة على ذلك، يُمكن تفسير العلاقة الإيجابية بين الشمول المالي للأسواق وانبعاثات ثاني أكسيد الكربون من حيث الآثار البيئية السلبية المرتبطة بتأثير الحجم للنمو الاقتصادي (Shahbaz, *et al.*, 2016). يُشير "تأثير الحجم" بشكل أساسي إلى أنه مع ارتفاع مستوى الإنتاج المحلي (أي مع بدء نمو الاقتصاد)، يميل ذلك إلى الضغط على الطلب على الطاقة، مما يؤدي إلى زيادة انبعاثات ثاني أكسيد الكربون. وبالمثل، يُمكن ربط الشمول المالي في مصر بارتفاع الطلب على الطاقة من قنوات الإنتاج والاستهلاك. علاوة على ذلك، ونظرًا لاعتماد هذه الدول الناشئة بشكل كبير على الوقود الأحفوري، فمن المتوقع أن يؤدي ارتفاع مستويات الطلب على الطاقة واستخدامها، نتيجةً للشمول المالي، إلى تعزيز أرقام انبعاثات ثاني أكسيد الكربون في مصر. وقد أفاد Dou & Li (2022)، Liu, *et al.* (2022a) بآثار مماثلة لتعزيز انبعاثات ثاني أكسيد الكربون نتيجةً لزيادة الشمول المالي في دول البريكس وخمس دول آسيوية ناشئة على التوالي.

ومن ناحية أخرى، يشير اكتشاف مكاسب كفاءة استخدام الطاقة التي تقلل من أخطار المناخ عن طريق الحد من انبعاثات ثاني أكسيد الكربون إلى أن تأثير الارتداد لا يحدث في مصر. ونتيجةً لذلك، إذا أمكن استخدام موارد الطاقة بكفاءة أكبر، فمن المرجح أن يتم توفير موارد الطاقة للاستهلاك المستقبلي دون المساس بالطلب الإجمالي على الطاقة. وبالتالي، يمكن افتراض أن إدارة جانب الطلب لمتطلبات الطاقة، الناتجة عن كفاءة الطاقة، فعالة في السيطرة على ارتفاع مستويات انبعاثات ثاني أكسيد الكربون في مصر. وتتوافق نتائجنا مع التأكيدات التي طرحها Liu, *et al.* (2021) في الدراسة. حيث ادعى المؤلفون أن تأثير الارتداد مسؤول عن زيادة انبعاثات ثاني أكسيد الكربون في الصين على المستويين الجزئي والكلي. تتوافق هذه النتيجة المتعلقة بالعلاقة السلبية بين كفاءة استخدام الطاقة وانبعاثات ثاني أكسيد الكربون مع النتائج التي أوردها Nibedita & Irfan (2021) في حالات أكبر سبع اقتصادات ناشئة. علاوة على ذلك، من النتائج الرئيسية الأخرى لهذه الدراسة الحالية أن ارتفاع حصص الطاقة المتجددة في إجمالي مستويات الاستهلاك النهائي للطاقة

في مصر يمكن أن يخفف من أخطار المناخ من خلال الحد من انبعاثات ثاني أكسيد الكربون. وهذا أمر مفهوم من منظور أن ارتفاع حصص استهلاك الطاقة المتجددة في إجمالي مستوى استهلاك الطاقة يشير إلى انخفاض الاعتماد على الوقود الأحفوري في مصر المثيرة للقلق. وبالتالي، مع انخفاض كميات موارد الطاقة غير النظيفة التي يتم حرقها، يمكن توقع انخفاض كمية انبعاثات ثاني أكسيد الكربون المرتبطة باستخدام الطاقة. وبناءً على ذلك، فقد تم تسليط الضوء بشكل مناسب على أهمية التحول نحو قطاع طاقة قائم على الطاقة المتجددة لتحسين الظروف البيئية عالميًا في العديد من الدراسات السابقة (Sun, *et al.*, 2022). تدعم نتائجنا أيضًا الدراسات التي أجراها Zafar, *et al.* (2019) على ١٨ اقتصادًا ناشئًا، Paramati, *et al.* (2017) لدول الأحد عشر التالية.

وبصرف النظر عن التأثير المباشر لمكاسب كفاءة استخدام الطاقة على انبعاثات ثاني أكسيد الكربون، نجد أن الاستخدام الفعال للطاقة يُحدث تأثيرًا مُخففًا لخفض أخطار المناخ من خلال تقليل انبعاثات ثاني أكسيد الكربون مع الشمول المالي سواء للمؤسسات أو الأسواق. ويمكن اعتبار هذه النتيجة جديدة نظرًا لأن التأثيرات المُخففة للشمول المالي على البيئة، من خلال القطاع المالي، هي بعض القضايا غير المستكشفة في الأدبيات. والأهم من ذلك، أن التأثير المُشترك لتثبيط انبعاثات ثاني أكسيد الكربون لمكاسب كفاءة استخدام الطاقة وزيادة الشمول المالي يُظهر أن دور الشمول المالي في الحد من أخطار المناخ مشروط بتحسين المستوى العام لكفاءة استخدام الطاقة في مصر المُثيرة للقلق. ويمكن تفسير هذه الظاهرة من خلال فهم أنه مع تزايد شمول القطاع المالي، يُمكن توقع الضغط على الطلب على الطاقة. وفي ظل هذه الظروف، إذا كان استخدام التكنولوجيا المتقدمة قادراً على ضمان استخدام أكثر كفاءة للطاقة، فإن الارتفاع الكبير في الطلب على الطاقة الناجم عن الشمول المالي يمكن إدارته بفعالية؛ وبالتالي، يمكن توقع انخفاض أرقام انبعاثات ثاني أكسيد الكربون في الدول الناشئة.

النتيجة الرئيسية الأخرى المتعلقة بالنمو الاقتصادي الذي يعزز أخطار المناخ من خلال تحفيز ارتفاع انبعاثات ثاني أكسيد الكربون تؤكد فكرة أنه نظرًا لأن مصر في طريقها لتحقيق نمو أعلى لاقتصادها وتدير احتياجاتها من الطاقة في الغالب باستخدام مصادر غير متجددة، فمن المرجح أن تؤدي الأنشطة الاقتصادية التي تتم في مصر إلى مقايضة بين النمو الاقتصادي الأعلى وزيادة الضائقة البيئية. بربط هذا السيناريو بنظرية EKC، تشير نتائجنا إلى أن مصر تعمل في الجزء المنحدر الصاعد من EKC ولم تصل بعد إلى مستوى النمو العتبي الذي يمكن بعده اعتماد

سياسات تثبيط ثاني أكسيد الكربون وتنفيذها. تؤكد نتائجنا المتعلقة بالعلاقة الإيجابية بين النمو الاقتصادي وانبعاثات ثاني أكسيد الكربون النتائج التي وثقها Wan & Zhang (2021) لـ ١٨٢ اقتصادًا عالميًا، Shahbaz, *et al.* (2021) للاقتصاد الناشئ في الهند.

كمت أظهر الانفتاح التجاري اتجاهًا سالبًا على انبعاثات الكربون، مما يعني أن زيادة درجة الانفتاح على الاقتصاد العالمي ترتبط بانخفاض الانبعاثات الكربونية. يمكن تفسير هذا الأثر من خلال عدة آليات: من جهة، قد يؤدي الانفتاح التجاري إلى انتقال التكنولوجيا النظيفة والمعرفة البيئية من الشركاء التجاريين الأكثر تقدمًا، مما يحسن من كفاءة الإنتاج المحلي ويقلل من الاعتماد على مصادر الطاقة الملوثة. كما أن تحرير التجارة قد يُعزز من المنافسة التي تدفع المنتجين المحليين إلى تبني ممارسات إنتاج أكثر كفاءة لتقليل التكاليف، بما في ذلك التكاليف البيئية. وتدعم هذه النتيجة ما توصل إليه Antweiler, *et al.* (2001) في دراستهم عن تأثير التجارة على البيئة، حيث أشاروا إلى أن التجارة قد تقلل الانبعاثات من خلال "تأثير التقنية (Technique Effect)" متى ما تم نقل التكنولوجيا الأنظف.

وأخيراً، فالعلاقة السلبية بين التحضر وانبعاثات الكربون، تعكس تحولًا في طبيعة المدن المصرية، حيث إن التوسع الحضري قد أصبح يترافق تدريجيًا مع تحسين في البنية التحتية، وزيادة الكفاءة الطاقية، وتوسع وسائل النقل العام. فالتحضر المدعوم بتخطيط عمراني فعّال يمكن أن يقلل من الأثر البيئي عبر تقليل الاعتماد على النقل الفردي، وتكثيف الأنشطة الاقتصادية ضمن نطاقات جغرافية محدودة، ما يحد من استهلاك الطاقة وانبعاثاتها. وتشير بعض الدراسات الحديثة مثل تلك التي أجراها Poumanyvong & Kaneko (2010) إلى أن أثر التحضر على البيئة يختلف بحسب مستوى الدخل، حيث يمكن أن يكون التحضر عاملًا إيجابيًا بيئيًا في الدول ذات البنية التحتية المتطورة نسبيًا.

٦. الاستنتاجات وانعكاساتها على السياسات الاقتصادية

تشكل قضايا التغير المناخي تحديًا جوهريًا أمام الاقتصادات الناشئة، التي تسعى لتحقيق معدلات نمو اقتصادي مرتفعة قد تُفضي، في المقابل، إلى آثار بيئية سلبية. وفي هذا السياق، هدفت هذه الدراسة إلى تحليل العلاقة بين الشمول المالي وانبعاثات ثاني أكسيد الكربون في مصر، مع الأخذ في الاعتبار عددًا من المحددات الأخرى مثل كفاءة استخدام الطاقة، والطاقة المتجددة، والنمو الاقتصادي، والانفتاح التجاري، والتحضر، وذلك ضمن إطار STIRPAT للفترة من ١٩٨٠ إلى ٢٠٢٣.

تشير النتائج التجريبية إلى وجود تباين في تأثير الشمول المالي على نصيب الفرد من انبعاثات الكربون، وذلك بحسب نوع الشمول المالي. فقد كشفت نتائج نموذج NARDL عن علاقة غير خطية على شكل منحنى U مقلوب بين الشمول المالي للمؤسسات المالية وانبعاثات الكربون للفرد، وهو ما يعكس تحولًا في التأثير البيئي لهذا النوع من الشمول حسب مرحلة التطور. ففي المراحل المبكرة، يُسهم ارتفاع الشمول المالي في زيادة الانبعاثات نتيجة توجيه التمويل نحو أنشطة إنتاجية تعتمد على الطاقة التقليدية. ومع تعمّق هذا الشمول، تبدأ المؤسسات في تبنّي تقنيات نظيفة وممارسات تشغيل أكثر استدامة، ما يؤدي إلى تقليص الانبعاثات.

في المقابل، تظهر النتائج وجود علاقة خطية موجبة بين الشمول المالي للأسواق المالية وانبعاثات الكربون، إذ يؤدي اتساع نطاق الأسواق المالية إلى تسهيل التمويل لأنشطة كثيفة الانبعاثات، لا سيما في ظل اعتماد مصر الكبير على الوقود الأحفوري، وغياب ضوابط بيئية صارمة على التوسع الإنتاجي. علاوة على ذلك، أظهرت النتائج أن كفاءة استخدام الطاقة تمثل عنصرًا حاسمًا في التخفيف من الآثار البيئية السلبية للشمول المالي، إذ إن تعزيز الكفاءة يمكن أن يُعادل الآثار السلبية الناتجة عن توسّع الوصول المالي. كما تبين أن النمو الاقتصادي، والانفتاح التجاري، والتحضر تساهم جميعها في الحد من انبعاثات الكربون على المدى الطويل، مما يشير إلى أهمية هذه العوامل في تحقيق التحول البيئي المنشود.

وتنعكس هذه النتائج على عدد من السياسات ذات الصلة، أهمها: i) تعزيز الاستدامة البيئية في القطاع المالي من خلال دمج المعايير البيئية في أدوات التمويل وتوسيع نطاق التمويل الأخضر، إلى جانب بناء قدرات المؤسسات المالية على إدارة المخاطر المناخية. ii) تحفيز كفاءة استخدام الطاقة عبر زيادة الاستثمارات في البحث والتطوير في مجال تكنولوجيا الطاقة النظيفة، وتشجيع استبدال الأجهزة كثيفة الاستهلاك للطاقة بأخرى أكثر كفاءة، وتفعيل آليات تشجيعية مثل الحوافز المالية والإعفاءات الضريبية لتعديل سلوك المستهلكين. iii) تسريع التحول نحو الطاقة المتجددة عبر استبدال أنظمة الطاقة المعتمدة على الوقود الأحفوري، وتوسيع استثمارات الحكومة والقطاع الخاص في مشاريع الطاقة النظيفة، بما في ذلك البحث والتطوير في مجالات تقنيات التوليد المستدامة.

▪ المراجع

Abbasi, F., & Riaz, K. (2016). CO2 emissions and financial development in an emerging economy: an augmented VAR approach. *Energy policy*, *90*, 102-114.

Acheampong, A. O., Amponsah, M., & Boateng, E. (2020). Does financial development mitigate carbon emissions? Evidence from heterogeneous financial economies. Energy Economics, 88, 104768. https://doi.org/10.1016/j.eneco.2020.104768.

Alam, M.S., Alam, M.N., Murshed, M., Mahmood, H., Alam, R. (2022). Pathways to securing environmentally sustainable economic growth through efficient use of energy: a bootstrapped ARDL analysis. *Environ. Sci. Pollut. Res. 29* (33), 50025–50039.

Alola, A.A., Ozturk, I. (2021). Mirroring risk to investment within the EKC hypothesis in the United States. *J. Environ. Manag*. 293, 112890.

Aslam, B., Hu, J., Shahab, S., Ahmad, A., Saleem, M., Shah, S.S.A., Hassan, M. (2021). The nexus of industrialization, GDP per capita and CO 2 Environ. *Technol. Innov*. 23, 101674.

Ben Cheikh, N., & Rault, C. (2024). Financial inclusion and threshold effects in carbon emissions. Energy Policy, 192.

Bilgili, F., Muğaloğlu, E., Kuşkaya, S., Cifuentes-Faura, J., Khan, K., & Alnour, M. (2025). The nexus between the financial development and CO2 emissions: fresh evidence through time–frequency analyses. Financial Innovation, 11(1).

Boulogiorgou, D., Ktenidis, P. (2020). TILOS local scale Technology Innovation enabling low carbon energy transition. *Renew. Energy* 146, 397–403.

Cetin, M. A., & Bakirtas, I. (2020). The long-run environmental impacts of economic growth, financial development, and energy consumption: Evidence from emerging markets. *Energy and Environment, 31*(4), 634–655.

Chaudhry, I. S., Yusop, Z., & Habibullah, M. S. (2022). Financial inclusion-environmental degradation nexus in OIC countries: new evidence from environmental Kuznets curve using DCCE approach. *Environmental Science and Pollution Research*, *29*(4), 5360–5377.

Chen, M., Sinha, A., Hu, K., Shah, M.I. (2021). Impact of technological innovation on energy efficiency in industry 4.0 era: Moderation of shadow economy in sustainable development. Technol. Forecast. *Soc. Change* 164, 120521.

Central Bank of Egypt. (2023). Financial inclusion indicators – 2023. Retrieved April 30, 2025, fromhttps://www.cbe.org.eg/-/media/project/cbe/page-content/rich-text/financial-inclusion/financial-inclusion-indicators--2023-en-v5.pdf

Das, N., Murshed, M., Rej, S., Bandyopadhyay, A., Mahmood, H., Hossain, M.E., Dagar, V., Bera, P. (2022). Can clean energy adoption and international trade contribute to the achievement of India's 2070 carbon neutrality agenda? Evidence using quantile ARDL measures. *Int. J. Sust. Dev*. World Ecol. https://doi.org/ 10.1080/13504509.2022.2139780.

Dou, D., Li, L. (2022). Does sustainable financial inclusion and energy efficiency ensure green environment? Evidence from BRICS countries. Econ. Res. - Ekon. Istraˇzivanja. https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2032785.

Dong, J., Dou, Y., Jiang, Q., & Zhao, J. (2022). Can financial inclusion facilitate carbon neutrality in China? The role of energy efficiency. Energy, 251. https://doi.org/10.1016/j.energy.2022.123922.

Dou, Y., Zhao, J., Malik, M. N., & Dong, K. (2021). Assessing the impact of trade openness on CO2 emissions: Evidence from China-Japan-ROK FTA countries. *Journal of Environmental Management*, *296*(July), 113241.

Ehrlich, P.R., Holdren, J.P. (1971). Impact of Population Growth: Complacency concerning this component of man's predicament is unjustified and counterproductive. *Science 171* (3977), 1212–1217.

Faisal, F., Azizullah, Tursoy, T., & Pervaiz, R. (2020). Does ICT lessen CO2 emissions for fast-emerging economies? An application of the heterogeneous panel estimations. *Environmental Science and Pollution Research*, *27*(10), 10778–10789.

Gul, R., Abdulaziz Saleh Al-Faryan, M., & Ellahi, N. (2022). The Nexus Between Intellectual Capital and Financial Performance: An Econometric Analysis from Pakistan. *Journal of Asian Finance Economics and Business*, *9*(7), 231–0237.

Gul, R., Leong, K., Mubashar, A., Al-Faryan, M. A. S., & Sung, A. (2023). The Empirical Nexus between Data-Driven Decision-Making and Productivity: Evidence from Pakistan's Banking Sector. *Cogent Business and Management*, *10*(1).

Haldar, A., & Sethi, N. (2022). Environmental effects of Information and Communication Technology - Exploring the roles of renewable energy, innovation, trade and financial development. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, *153*(May 2021), 111754.

Hamid, I., Alam, M.S., Kanwal, A., Jena, P.K., Murshed, M., Alam, R. (2022). Decarbonization pathways: the roles of foreign direct investments, governance, democracy, economic growth, and renewable energy transition. *Environ. Sci. Pollut. Res. 29*(33), 49816–49831.

Hussain, S., Gul, R., Ullah, S., Waheed, A., & Naeem, M. (2023). Empirical nexus between financial inclusion and carbon emissions: Evidence from heterogeneous financial economies and regions. *Heliyon*, *9*(3).

IEA (2019). Multiple Benefits of Energy Efficiency, IEA, Paris https://www.iea.org/reports/multiple-benefits-of-energy-efficiency.

Jiang, Q., Rahman, Z. U., Zhang, X., Guo, Z., & Xie, Q. (2022). An assessment of the impact of natural resources, energy, institutional quality, and financial development on CO2 emissions: Evidence from the B&R nations. *Resources Policy*, *76*(May), 102716.

Khan, A., Chenggang, Y., Hussain, J., & Kui, Z. (2021). Impact of technological innovation, financial development and foreign direct investment on renewable energy, non-renewable energy and the environment in belt & Road Initiative countries. *Renewable Energy*, 171, 479–491.

Koomson, I., & Danquah, M. (2021). Financial inclusion and energy poverty: Empirical evidence from Ghana. *Energy Economics*, 94, 105085. https://doi.org/10.1016/j.eneco.2020.105085.

Le, T. H., Le, H. C., & Taghizadeh-Hesary, F. (2020). Does financial inclusion impact CO2 emissions? Evidence from Asia. *Finance Research Letters*, 34.

Li, X., Ozturk, I., Ullah, S., Andlib, Z., Hafeez, M. (2022). Can top-pollutant economies shift some burden through insurance sector development for sustainable development? *Econ. Anal. Policy* 74, 326–336.

Lin, S., & Wu, R. (2022). On the nexus between energy efficiency, financial inclusion and environment: Evidence from emerging seven economies using novel research methods. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja , 35*(1), 6756–6779.

Liu, H., Ren, Y., Wang, N. (2021). Energy efficiency rebound effect research of China's coal industry. *Energy Rep. 7*, 5475–5482.

Liu, N., Hong, C., & Sohail, M. T. (2022). Does financial inclusion and education limit CO2 emissions in China? A new perspective. *Environmental Science and Pollution Research*, *29*(13), 18452–18459.

Liu, D., Xie, Y., Hafeez, M., Usman, A. (2022). The trade-off between economic performance and environmental quality: does financial inclusion matter for emerging Asian economies. *Environ. Sci. Pollut. Res*.

Muhammad, H. A., Sultan, H., Lee, B., Imran, M., Baek, I. H., Baik, Y. J., & Nam, S. C. (2020). Energy minimization of carbon capture and storage by means of a novel process configuration. *Energy Conversion and Management, 215*(April), 112871.

Murshed, M., Nurmakhanova, M., Al-Tal, R., Mahmood, H., Elheddad, M., Ahmed, R. (2022). Can intra-regional trade, renewable energy use, foreign direct investments, and economic growth mitigate ecological footprints in South Asia? *Energy Sources, Part B: Econ. Plan. Pol. 17*(1), 2038730.

Nibedita, B., Irfan, M. (2021). The role of energy efficiency and energy diversity in reducing carbon emissions: empirical evidence on the long-run trade-off or synergy in emerging economies. *Environ. Sci. Pollut. Res. 28*(40), 56938–56954.

Nguyen, T. A. N. (2022). Financial Development, Human Resources, and Economic Growth in Transition Countries. *Economies, 10*(6). https://doi.org/10.3390/economies10060138.

Paramati, S.R., Sinha, A., Dogan, E. (2017). The significance of renewable energy use for economic output and environmental protection: evidence from the Next 11 developing economies. *Environ. Sci. Pollut. Res. 24*(15), 13546–13560.

Qin, L., Raheem, S., Murshed, M., Miao, X., Khan, Z., & Kirikkaleli, D. (2021). Does financial inclusion limit carbon dioxide emissions? Analyzing the role of globalization and renewable electricity output. *Sustainable Development, 29*(6), 1138–1154.

Razzaq, A., Fatima, T, Murshed, M. (2023). Asymmetric effects of tourism development and green innovation on economic growth and carbon emissions in Top 10 GDP Countries. *J. Environ. Plan. Manage. 66*(3), 471–500.

Renzhi, N., & Baek, Y. J. (2020). Can financial inclusion be an effective mitigation measure? evidence from panel data analysis of the environmental Kuznets curve. Finance Research *Letters, 37*.

Shahbaz, M., Solarin, S.A., Sbia, R., Bibi, S. (2015). Does energy intensity contribute to CO 2 50, 215–224.

Shahbaz, M., Jam, F.A., Bibi, S., Loganathan, N. (2016). Multivariate Granger causality between CO evidence from cointegration and causality analysis. *Technol. Econ. Dev. Econ. 22*(1), 47–74.

Shahbaz, M., Li, J., Dong, X., & Dong, K. (2022). How financial inclusion affects the collaborative reduction of pollutant and carbon emissions: The case of China. *Energy Economics, 107*.

Sun, Y., Li, H., Andlib, Z., Genie, M.G. (2022). How do renewable energy and urbanization cause carbon emissions? Evidence from advanced panel estimation techniques. *Renew. Energy 185*, 996–1005.

TheGlobalEconomy.com. (2024). Carbon dioxide emissions in Egypt. Retrieved April 30, 2025, from https://www.theglobaleconomy.com/Egypt/Carbon_dioxide_emissions

UNFCCC. (2021). United Nations Climate Change Report 2021. https://unfccc.int/sites/default/files/resource/UNFCCC_Annual_Report_2021.pdf.

Usman, M., Makhdum, M. S. A., & Kousar, R. (2021). Does financial inclusion, renewable and non-renewable energy utilization accelerate ecological footprints and economic growth? Fresh evidence from 15 highest emitting countries. *Sustainable Cities and Society, 65*.

Wang, Q., Zhang, F. (2021). The effects of trade openness on decoupling carbon emissions from economic growth–evidence from 182 countries. *J. Clean. Prod. 279*, 123838.

Worldometer. (2023). Egypt CO2 Emissions. Retrieved April 30, 2025, from https://www.worldometers.info/co2-emissions/egypt-co2-emissions

Zafar, M.W., Mirza, F.M., Zaidi, S.A.H., Hou, F. (2019). The nexus of renewable and nonrenewable energy consumption, trade openness, and CO framework of EKC: evidence from emerging economies. *Environ. Sci. Pollut. Res. 26*(15), 15162–15173.

Zaidi, S. A. H., Hussain, M., & Uz Zaman, Q. (2021). Dynamic linkages between financial inclusion and carbon emissions: Evidence from selected OECD countries. Resources, *Environment and Sustainability, 4*.

Zhao, B., & Yang, W. (2020). Does financial development influence CO2 emissions? A Chinese province-level study. *Energy, 200*.

Zhao, J., Jiang, Q., Dong, X., & Dong, K. (2021). Assessing energy poverty and its effect on CO2 emissions: The case of China. *Energy Economics, 97*, 105191.

قياس جودة الخدمة المقدمة للطلاب باستخدام مقياس SERVQUAL & SERVPERF وعلاقته بالسمعة التنظيمية للجامعة بالتطبيق على الطلاب المقيمين بالمدن الجامعية بجامعة مدينة السادات

د. ربيعة محمد محمود ياسين *

(*) د. ربيعة محمد محمود ياسين: مدرس – كلية التجارة جامعة مدينة السادات

Email : rabiaa.myassin@gmail.com

ملخص البحث

استهدفت الباحثة من اجراء هذا البحث تحديد مستوى جودة الخدمة المقدمة للطلاب من المدن الجامعية بجامعة مدينة السادات حيث يتواجد بالجامعة أربعة مدن جامعية هي (الشروق، الزهور، الأمل، الفردوس) وعلاقتها بالسمعة التنظيمية من خلال اعداد قائمة استقصاء وتوزيعها على مجتمع البحث وعند تطبيق قانون حجم العينة كان حجم عينة البحث ٣٥٦ مفردة من الطلاب والطالبات بالمدن الجامعية بجامعة مدينة السادات بمحافظة المنوفية، ولكن بلغت القوائم المستلمة والصحيحة ٥٠٠ قائمة استقصاء صحيحة فتم الاعتماد عليها لزيادة دقة النتائج، ومن أهم النتائج التي توصل إليها البحث انخفاض مستوى جودة الخدمة المقدمة للطلاب ووجود فارق كبير بين مستوى الجودة المتوقع والفعلي حيث بلغ على التوالي (١٤.٤٦)، (١١.٣١) وذلك بفارق (٣.١٥)، واتضح أيضاً وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى جودة الخدمة المقدمة من المدن الجامعية وسمعة الجامعة، وأيضاً هناك تأثير معنوي لجودة الخدمة على السمعة التنظيمية للجامعة.

وفي ضوء النتائج التي تم التوصل إليها أمكن التوصل إلى مجموعة من التوصيات التي يمكن أن تساهم في تعزيز تحسين مستوى جودة الخدمة بالمدن الجامعية بجامعة مدينة السادات بمحافظة المنوفية بما يساعد في تحسين سمعة الجامعة وكان من أهمها الاهتمام بتوفير شبكة واي فاي تساعد الطلاب على الحصول المحاضرات والسكاشن الخاصة بهم بشكل منتظم وتساعدهم في تسهيل عملية البحث والاطلاع، توفير صالة للمذاكرة معدة بشكل يوفر جو هادئ يستطيع الطلاب من خلاله التركيز، حث العاملين على التعاون مع الطلاب، وغيرها من التوصيات التي سوف نذكرها لاحقاً، والنتائج التي توصلت إليها تشير إلى وجود مجالات لبحوث أخرى مستقبلية.

Abstract

The researcher aimed to conduct this research to determine the level of service quality provided to students from the university cities at Sadat City University, as there are four university cities at the university (Shorouk, Al-Zohour, Al-Amal, and Al-Firdaws), and its relationship to the organizational reputation by preparing a survey list and distributing it to the research community. When applying the sample size law, the size of the research sample was 356 individuals from male and female students in the university cities at Sadat City University in Menoufia Governorate, but the received and correct lists amounted to 500 correct survey lists, so they were relied upon to increase the accuracy of the results. Among the most important results reached by the research is the low level of service quality provided to students and the presence of a large difference between the expected and actual quality level, which reached (14.46), (11.31), respectively, with a difference of (3.15). It also became clear that there is a statistically significant relationship between the level of service quality provided by the university cities and the university's reputation, and there is also a significant impact of service quality on the university's organizational reputation.

In light of the findings, a set of recommendations were made that could contribute to enhancing the quality of service at the university campuses at Sadat City University in Menoufia Governorate, thus improving the university's reputation. The most important of these recommendations was to provide a Wi-Fi network that would help students access their lectures and sections regularly and facilitate the research and reading process, provide a study hall equipped to provide a calm atmosphere in which students can concentrate, encourage staff to cooperate with students, and other recommendations that we will mention later. The findings indicate that there are areas for other future research.

المقدمة

تعتبر جودة الخدمات المقدمة للعملاء مُتطلب جوهري للمنظمات التي تسعى إلى إرضاء عملائها، حيث أنه من البديهي يؤدي انخفاض الجودة إلى عدم رضا العملاء، وبالتالي احتمال فقدان العملاء، وسيؤثر هذا بشكل سلبي على سمعة المنظمة وجودة الخدمات هي مقياس لمستوى توافق مستوى الخدمة المقدمة مع توقعات العملاء، بمعنى أن تقديم خدمة عالية الجودة للعملاء يعني تقديم خدمة تلبي وتتوافق مع توقعات العملاء على نحو متسق وثابت، لذلك نقوم في هذا البحث بتحديد مستوى جودة الخدمة المقدمة للطلاب بالمدن الجامعية بجامعة مدينة السادات وعلاقتها بسمعة الجامعة باعتبار أننا أحد أعضاء هيئة التدريس بهذه الجامعة ولابد أن نكون حريصين على تحسين مستوى جودة الخدمات التي تقدمها جميع الوحدات التي تتبع الجامعة، ولأن المدن الجامعية وما تقدمه من خدمات للطلاب يمثل عاملاً رئيسياً في التأثير على مستوى الطلاب التعليمي فكان لزاماً علينا البحث في مستوى جودة الخدمات التي تقدمها تلك المدن للطلاب وتحسين مستوى جودتها حرصاً منا على مستقبل أبناءنا الطلاب ومن ثم تحسين السمعة التنظيمية للجامعة.

أولاً: الإطار النظري

يتمثل الإطار النظري في توضيح مفهوم جودة الخدمة ومدى أهميتها للمؤسسات الخدمية وأيضاً الأبعاد التي اعتمدت عليها الباحثة في هذا البحث وفيما يأتي نوضح ذلك:

١- مفهوم جودة الخدمة:

يرى أحد الباحثين أن جودة الخدمة هي "القيمة المدركة للعميل حيث يعد العميل المنتفع بالخدمة المؤشر الرئيسي للحكم على مستوى جودتها وفي إطار المتغيرات الشخصية والوظيفية وأيضاً المتغيرات البيئية وخاصة المنافسة السائدة، إذ أن مستوى جودة الخدمة المقدمة من المنظمة لا يتحدد فقط في ضوء ما تحققه من إشباع لاحتياجات العملاء وإنما أيضاً بمركزها التنافسي مقارنة بمستوى خدمات المنظمات الأخرى المماثلة والمنافسة"، (لبيب، ٢٠٢١).

كما يرى (العوضي؛ محمد،٢٠٢٢) أن جودة الخدمة "هي القدرة على تحقيق رغبات العملاء بالشكل الذي يتطابق مع توقعاتهم ويحقق رضائهم التام عن السلعة أو الخدمة المقدمة لهم"

ومما سبق يمكن تعريف جودة الخدمة على أنها"هي ذلك المستوى من الجودة المقدمة للطلاب والذي يحقق الرضا والاشباع لهم بشكل يساعدهم على تأدية واجباتهم بشكل فعال وحضور محاضراتهم بكشل منتظم يساعدهم على تحسين مستواهم الدراسي".

٢- بعاد جودة الخدمة

تم الاعتماد على خمسة أبعاد لجودة الخدمة من أصل عشرة أبعاد وذلك تمشياً مع الدراسة الحالية وهي (Cronin & Taylor, 1992):

١/٢- الجوانب المادية الملموسة: تتمثل في المباني والتصميمات الداخلية، والمعدات وغير ذلك من التسهيلات المادية المستخدمة، وتوضح مدى توافر أحدث الأجهزة والمعدات بالمدن الجامعية.

٢/٢- الثقة والاعتمادية: تقديم الخدمة في الوقت المحدد والمعلن عنه، وتقديم الخدمة صحيحة من أول مرة، وقلة الأخطاء والثقة في العاملين.

٣/٢- الاستجابة: وتعنى الرد الفوري على استفسارات واحتياجات الطلاب، وسرعة الاستجابة عند حدوث المشكلات، ويشير هذا البُعد أيضاً إلي مدي الاستعداد لمساعدة الطلاب والاستجابة الفورية لاحتياجاتهم

٤/٢- الأمان: ويعنى مدى شعور الطلاب بالثقة والأمان في التعامل مع العاملين بالمدن الجامعية.

٥/٢- التعاطف: وضع مصلحة الطلاب في مقدمة اهتمامات العاملين والإدارة، ويشير إلى مدى المعاملة الحسنة للطلاب.

٣- **السمعة المنظمة** : هي انطباعات وإدراكات العاملين المستفدين والجهات الحكومية والمجتمع المدني عن المنظمة ومكانتها (Ali et al., 2023).

من خلال ما سبق يمكن القول أن السمعة التنظيمية في ضوء البحث الحالي عبارة عن " انطباعات وآراء واتجاهات الطلاب، بناءا على تقييمهم لمدى اهتمام الجامعة بمستوى جودة الخدمة المقدمة لهم من المدن الجامعية وأنشطاتها.

٤- أبعاد السمعة المنظمة:

تتمثل أبعاد السمعة المنظمة (Walsh et al., 2007) فيما يأتي:

١/٤- التوجه بالعميل: إدراك العميل لاستعداد موظفي المنظمة لتلبية حاجات العملاء.

٢/٤- الرؤية:هي إدراك العملاء أن المنظمة لها قيادة متميزة ورؤية واضحة للمستقبل وأنها تقوم باستغلال الفرص التسويقية أمهما.

٣/٤- المسؤولية الاجتماعية: أي أن المنظمة لها دور إيجابي نحو المجتمع.

٥- الدراسات السابقة

٥/١- الدراسات الخاصة بجودة الخدمة

سعت دراسة (سلمان، ٢٠٢٣) إلى معرفة تأثير الاستجابة الاستراتيجية كمتغير مستقل بأبعادها (سيولة الموارد، نضج عمليات الأعمال، استجابة الأعمال للبيئة، استباقية الأعمال للبيئة) في جودة الخدمات كمتغير تابع بأبعادها (الاعتمادية، الضمان، الملموسية، التعاطف، الاستجابة)، وتوصلت الدراسة إلى بعض النتائج كان أهمها أن الاستجابة الاستراتيجية تؤثر ايجاباً في جودة الخدمة وهذا يتحقق عن طريق اهتمام ادارة المستشفى بسيولة مواردها التنظيمية وحسن توزيعها على الاقسام والوحدات حسب احتياجها الواقعي ونضج نظام تقديم الخدمة وما يتضمنه من تشخيص دقيق لإجراءات تقديم الخدمات واستباقية تحديد متطلبات المرضى والاستجابة لها بأفضل صورة ممكنة وهذا من شأنه ان يعزز من مستوى جودة الخدمات المقدمة لهم.

واستهدف دراسة (هشام، ٢٠٢٤) التعرف على أثر جودة الخدمة على الاحتفاظ بالعملاء، اتضح من نتائج الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين جودة الخدمة بأبعادها (الجانب المادي الملموس، الأمان، التعاطف، الاستجابة السريعة) على الاحتفاظ بالعملاء، لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين جودة الخدمة لبُعد (الاعتمادية) على الاحتفاظ بالعملاء واتضح إجمالا وجود أثر إيجابي لجودة الخدمة على الاحتفاظ بالعملاء.

وسعت دراسة (Ramakrishnan et al., 2024) تحديد الدور الوسيط للإجهاد المهني في معالجة الرابط المفقود بين سمات الذكاء التنظيمي وجودة خدمات الحكومة الرقمية، أظهرت نتائج التحليل الاحصائي أن الإجهاد المهني يقوم بدور الوسيط في العلاقة بين في معالجة الرابط المفقود بين سمات الذكاء التنظيمي وجودة خدمات الحكومة الرقمية، وأظهرت النتائج أن هناك عوامل أخرى مثل "القيادة" والرغبة في التغيير و"نشر المعرفة" في تساعد على استدامة جودة الخدمة الرقمية.

وقام (Osman et al., 2024) بدراسة بهدف التأكد من جودة الخدمة بأبعادها (قيم الحلال، الضمان، جودة الوجبة، الموثوقية، الأمان، النظام وإمكانية التتبع) والمخاطر المتصورة بأبعادها (المالية، والجودة، والبيئة، والاجتماعية، والوقت، والنفسية، والصحية) وتأثيرها على الرضا، وكذلك

الثقة فيما يتعلق بنظام توصيل الطعام الحلال عبر الإنترنت، تشير النتائج إلى أن الضمان وقيم الحلال لها تأثير على الرضا، وكذلك الثقة، وأن الموثوقية لها تأثير على الرضا، من ناحية أخرى، فإن المخاطر الصحية والمالية المتصورة لها تأثير سلبي على الثقة والرضا أنظمة توصيل الطعام الحلال عبر الانترنت online halal food delivery systems بالإضافة إلى ذلك اتضح من النتائج أن المخاطر النفسية والمالية المتصورة لها تأثيرات سلبية على الثقة online halal food delivery systems.

في حين قام (Jeong,2024) في حين بدراسة لمعرفة تأثير جودة خدمة الطعام في ملعب البيسبول على متغيرات النتائج مع التركيز على الدور المعتدل لأجواء الملعب، اتضح من نتائج الدراسة أنه هناك علاقة الإيجابية بين جودة الخدمة ومتغيرات النتائج، وأيضاً توضح النتائج التأثيرات المهمة لجودة الطعام على الرضا والنية السلوكية، والآثار الإيجابية للتوقيت على الرضا والنية السلوكية، والتأثير الملحوظ للرضا على النية السلوكية، بالإضافة إلى ذلك وجدت هذه الدراسة أن الرضا يتوسط جزئيًا العلاقات المذكورة أعلاه وأن جو الاستاد يعتدل في هذه المسارات.

وسعت دراسة (Gurler,2024) التنبؤ بجودة الخدمة بالولاء والتأثيرات الوسيطة المتسلسلة للقيمة المدركة وتحديد العلامة التجارية للمستهلك، يوجد تأثير وسيط للقيمة المدركة حيث إنها تؤثر بشكل مباشر على بقائها وقدرتها التنافسية، وعلى الرغم من ذلك اتضح هناك معرفة محدودة بالعوامل التي تؤثر على مستوى ولاء الراكب تجاه شركة الطيران لذلك، فإن فهم العوامل التي تؤدي إلى الولاء أمر ضروري وخلصت الدراسة إلى وجود تأثير وساطة متسلسل لـ CBI والقيمة المتصورة على علاقة الجودة والولاء، وأيضاً أن CBI له تأثير أكبر على تحسين ولاء العملاء من القيمة المتصورة.

٢/٥- الدراسات الخاصة بسمعة المنظمة

استهدفت دراسة (Ginestiet al., 2018) التعرف على تأثير رأس المال الفكري على سمعة المنظمة، وتبين من نتائج الدراسة أن رأس المال الفكري يعتبر المحرك الرئيسي لسمعة المنظمة حيث يساهم رأس المال الفكري في الاستفادة من الأصول غير الملموسة لتحسين الأداء والقدرة التنافسية، وتوصلت دراسة (Deloitte, 2016) إلى أن السمعة القوية الإيجابية

تترجم إلى قيمة طويلة الأجل للمنظمة ممثلة في (رأس المال الفكري – الثقة في حقوق الملكية التجارية– الأرباح الثابتة– النمو المستقبلي).

وقام (Pires & Trez, 2018) بدراسة للتعرف على العلاقة بين سمعة المنظمة والأداء التنظيمي، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة معنوية بين سمعة المنظمة والأداء التنظيمي، وأن سمعة المنظمة تؤثر على الأداء التنظيمي، والأداء التنظيمي يؤثر أيضاً على سمعة المنظمة بالتبادل، وأشارت النتائج أيضاً أنه يجب الحكم على سمعة المنظمة من جانب (أصحاب المصلحة الداخليين – الموردين– العملاء – السوق المالية) وذلك من خلال إقامة تقييم دوري لمختلف وجهات النظر حول أداء المنظمات.

في حين سعت دراسة (Aguilera–Caracuel et al., 2017) إلى استخدام نظرية أصحاب المصلحة كإطار مرجعي نظري لدراسة تأثير التدويل (التنوع الدولي والجغرافي للمنظمات) والأداء الاجتماعي على سمعة المنظمات متعددة الجنسيات، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أنه كلما حرص أصحاب المصالح على الاهتمام بممارسات المسؤولية الاجتماعية للمنظمات داخل البلدان المختلفة التي تعمل بها فإن ذلك يكسبها سمعة جيدة ليس فقط في السياقات المحلية ولكن أيضاً على الصعيد العاملي، مما يكسب المنظمة التمكين والاتساق الداخلي (تحسين الكفاءة الداخلية، والشفافية مع العملاء)، واتفقت هذه النتيجة مع الدراسة التي قام بها (Park, & Ghauri, 2015) حيث أكدت على أن أحد الاستراتيجيات الرئيسية للشركات متعددة الجنسيات هي تطوير ممارسات الإدارة الأخلاقية المرتبطة بالتنمية المجتمعية مثل (ممارسات تحسين العمالة– المناخ التنظيمي– مجاراة التقدم الثقافي والاجتماعي والاقتصادي).

سعت دراسة (طه، ٢٠٢١) إلى معرفة العلاقة بين السمعة التنظيمية والثقة التنظيمية، واتضح من نتائج التحليل الاحصائي أن هناك علاقة ارتباط طردية بين السمعة التنظيمية والثقة التنظيمية، ووجود أثر معنوي من السمعة التنظيمية في الثقة التنظيمية.

وأيضا قام (العنزي، ٢٠٢٢) بدراسة تأثير الاستدامة التنظيمية على السمعة التنظيمية، ظهرت نتائج التحليل الاحصائي وجود علاقة ارتباط معنوية بين الاستدامة التنظيمية على السمعة التنظيمية، وأيضاً وجود تأثير معنوي من الاستدامة التنظيمية في السمعة التنظيمية.

كما استهدفت دراسة (محمد؛ نور الدين، ٢٠٢٣) التعلرف على أثر الجينات التنظيمية والهوية التنظيمية على سمعة المنظمة في ظل وجود الدور الوسيط لاستدامة الأداء، أظهرت نتائج التحليل الاحصائي وجود علاقة ارتباط معنوية بين الجينات التنظيمية والهوية التنظيمية و سمعة المنظمة، واستدامة الأداء، ووجود علاقة غير مباشرة بين الجينات التنظيمية والهوية التنظيمية واستدامة الأداء في ظل وجود السمعة المنظمة كمتغير وسيط.

استهدفت دراسة (السلمي، ٢٠٢٤) معرفة العلاقة بين القيادة التحويليلة بأبعادها (التأثير المثالي، الحافز الإلهامي، الاستثارة الفكرية، مراعاة الشعور الفردي)، والسمعة التنظيمية بأبعادها (الابداع ، جودة الخدمة، المسؤولية الاجتماعية، الموثوقية، الأداء المالي، جاذبية المنظمة)، اتضح من نتائج التحليل الإحصائي وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين القيادة التحويلية بأبعادها وسمعة المنظمة، كما اتضح وجود تأثير معنوي للقيادة التحويلية في سمعة المنظمة.

في حين قام (الشهراني،٢٠٢٤) بدراسة للتعرف على العلاقة بين السمعة التنظيمية وتحقيق الميزة التنافسية للجامعات، وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن السمعة التنظيمية توجد بالجامعات بجميع أبعادها وجاء البُعد الخاص بجودة الخدمة في المرتبة الأولى، ثم بُعد بيئة العمل ويليه بًعد الأداء المالي ثم في المرتبة الرابعة بُعد المسؤولية الاجتماعية. وكان هناك علاقة بين تحقيق الجامعات الميزة التنافسية وسمعتها التنظيمية.

٦- الفجوة البحثية

- يقوم البحث الحالي بتحديد مستوى جودة الخدمة المقدمة للطلاب بالمدن الجامعية بجامعة مدينة السادات باستخدام نموذجي SERVQUAL & SERVPERF وعلاقتها بالسمعة التنظيمية وفقاً للدراسات السابقة لا يوجد بحث قام بدراسة هذه العلاقة من قبل.

٧- مشكلة البحث

يمكن التعبير عن مشكلة البحث من خلال التساؤلات الفرعية الآتية:

١/٧- ما هو مستوى جودة الخدمة المقدمة للطلاب من المدن الجامعية؟

٢/٧- هل هناك اختلافات ذات دلالة معنوية بين إدراكات الذكور والإناث لأبعاد جودة الخدمة المقدمة لهم من المدن الجامعية؟

٣/٧- هل توجد اختلافات جوهرية بين أراء الطلاب بالمدن الجامعية الأربعة (الشروق، الفردوس، الزهور، الأمل)؟

٤/٧- هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى جودة الخدمة المقدمة والسمعة التنظيمية للجامعة؟

٨- أهداف البحث

يتمثل هدف البحث الرئيس في تحديد مستوى جودة الخدمة المقدمة للطلاب من المدن الجامعية وذلك من خلال الأسئلة الأتية التي تكشف عن مستوى جودة الخدمة وعن الاختلافات بين المدن الربعة في تقديم الخدمة وآراء أفراد العينة حتى يتثنى للباحثة وضع التوصيات اللازمة لتحسين جودة الخدمة بما ينعكس في النهاية بالإيجاب على مستوى السمعة التنظيمية للجامعة ، وفيما يأتي نوضح الأهداف الفرعية لهذا الهدف الرئيس التي يسعي البحث إلى تحقيقها:

١/٨- الكشف عن مستوى جودة الخدمة المقدمة للطلاب بالمدن الجامعية الأربعة (الشروق، الفردوس، الزهور، الأمل).

٢/٨- تحديد الاختلافات بين إدراكات الذكور والإناث بالنسبة لأبعاد جودة الخدمة المقدمة لهم من المدن الجامعية.

٣/٨- تحديد الاختلافات بين أراء الطلاب بالمدن الجامعية الأربعة (الشروق، الفردوس، الزهور، الأمل).

٤/٨- تحديد نوع وقوة العلاقة بين مستوى جودة الخدمة المقدمة والسمعة التنظيمية للجامعة.

٩- أهمية البحث

تنبع أهمية البحث من الحاجة الضرورية لتحسين مستوى جودة الخدمة المقدمة للطلاب من المدن الجامعية والتي بدورها تساهم في تحسين المستوى الدراسي للطلاب بجامعية مدينة السادات ومن ثم تحسين السمعة التنظيمية للجامعة وذلك لأن تلك المدن تقوم بتقديم الخدمة للآلاف من الطلاب المغتربين الذين يأملوا أن تقدم لهم بمستوى جودة يناسبهم ويساعدهم على المذاكرة وتحصيل دروسهم بشكل فعال مما يسهم في رضاهم عن المدينة الجامعية التي يقيمون

بها ومن ثم تحسين مستواهم الدراسي، وذلك حيث بلغت أعداد الطلاب بتلك المدن (الشروق ٥٧٢، الزهور ١٢٣٠ ، الأمل ٧٤٣، الفردوس٢٣٩٥) بإجمالي (٤٩٤٠ طالب وطالبة)، المصدر الموقع الرسمي للمدن الجامعية بجامعة مدينة السادات.

وفي ضوء ذلك بالإضافة إلى الدراسات السابقة يمكن القول أن أهمية البحث ترجع لبعض الاعتبارات نذكر منها ما يأتي:

١/٩- يعتبر الاهتمام بمستوى جودة الخدمة بالمدن الجامعية إحدى طرق التسويق لكليات الجامعة لأن كل طالب وطالبة من هؤلاء الطلاب له أكونت أو أكثر على منصات التواصل الاجتماعي وله صوت يراه ولو قليل ولكن يعتبر مؤثر غذا قام أكثر من طالب بالحديث بشكل إيجابي أو سلبي عن الخدمات المقدمة لهم من المدن الجامعية.

٢/٩- إن اهتمام إدارة المدن الجامعية بتقديم خدمة مميزة يساعد كليات الجامعة في تحقيق أهدافها بمستوى عالي من الكفاءة مما يساهم في تحسين السمعة التنظيمية للجامعة.

٣/٩- يعتبر الاهتمام بالطلاب في هذه المدن له أهمية قصوى حيث يمثل عددهم نسبة كبيرة من طلاب كليات الجامعة وينعكس الاهتمام بهم وبرعايتهم على مستوى العملية التعليمية بالجامعة ومستوى السمعة التنظيمية بها.

٤/٩- يساعد الاهتمام بمستوى الخدمة التي تقدمها المدن الجامعية في تحقيق الجامعة لمزايا تنافسية كبيرة في سوق العمل.

١٠- فروض البحث

١/١٠- لا توجد اختلافات ذات دلالة معنوية بين إدراكات الذكور والإناث لأبعاد جودة الخدمة المقدمة لهم من المدن الجامعية.

٢/١٠- لا توجد اختلافات جوهرية بين أراء الطلاب بالمدن الجامعية الأربعة (الشروق، الفردوس، الزهور، الأمل).

٣/١٠- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى جودة الخدمة المقدمة والسمعة التنظيمية للجامعة.

١١- حدود البحث

١/١١- مجال التطبيق، سوف يتم تطبيق البحث على(الطلاب والطالبات) بالمدن الجامعية بجامعة مدينة السادات بمحافظة المنوفية.

٢/١١- الحدود الجغرافية، (المكانية) سوف يتم تنفيذ الدراسة الميدانية على المدن الجامعية بجامعة مدينة السادات بمحافظة المنوفية وذلك تجنبا للتشتت الجغرافي لمجتمع الدراسة.

١٢- مجتمع وعينة البحث

١/١٢- مجتمع البحث

يستهدف البحث الحالي تحديد مستوى جودة الخدمة المقدمة للطلاب من المدن الجامعية بجامعة مدينة السادات بمحافظة المنوفية وعلاقتها بالسمعة التنظيمية للجامعة، فيتمثل مجتمع البحث في جميع الطلاب بالمدن الجامعية بجامعة مدينة السادات بمحافظة المنوفية.

ويرجع اختيار هذا المجتمع لمجموعة من الأسباب أهمها ما يأتي:

- لسهولة الوصول لمفردات عينة الدراسة وتوفيرا للوقت والجهد.
- ولأهمية النهوض بمستوى جودة الخدمة المقدمة من المدن الجامعية بجامعة مدينة السادات التي تنتمي إليها الباحثة إلى إحدى كلياتها، ولأن نتائج هذا البحث سوف تساعد في معرفة أوجه القصور والضعف في مستوى جودة الخدمة بالمدن الجامعية ووضع مجموعة من التوصيات التي تساهم في معالجة أوجه القصور والضعف وتساهم في رفع مستوى جودة الخدمة بالمدن الجامعية بجامعة مدينة السادات وتحسين مستوى السمعة التنظيمية للجامعة حيث أن تلك المدن تقدم الخدمة للآلاف من الطلاب حسبما جاء في البيانات التي تم الحصول عليها من الموقع الرسمي للمدن الجامعية وأيضاً من مسؤولي الإدارة بهذه المدن بإدارة الجامعة وتم الحصول على البيانات من عام وذلك كما هو موضح بالجدول الآتي رقم (١).

٢/١٢- عينة البحث

وتتمثل عينة البحث في الطلاب المقيمين بالمدن الجامعية بجامعة مدينة السادات بمحافظة المنوفية والذين استجابوا للاستقصاء الإلكتروني، واعتمدت الباحثة على أسلوب العينات وذلك للأسباب الأتية:

- نظراً لكبر حجم المجتمع وصعوبة الوصول لجميع مفرداته.
- القيود الخاصة بالوقت والتكلفة.
- وتم الاعتماد على العينة العشوائية الطبقية لأن مجتمع البحث يتكون من طبقات وهذا يجعله غير متجانساً من حيث بعض خصائص مفرداته، وأن التقسيم إلى طبقات يساعد على تحقيق التجانس بين مفردات كل طبقة (إدريس،٢٠٠٨).
- والجدول الآتي رقم (١) يشير إلى أعداد الطلاب التي ستركز عليها الباحثة بالمدن الجامعية محل البحث:

جدول رقم (١) بيان بأعداد الطلاب بالمدن الجامعية مجال البحث

المدينة الجامعية	الشروق	الزهور	الفردوس	الأمل	الإجمالي
كلية الصيدلة	١٦	–	١٠٤	٧٣	١٩٣
كلية التربية للطفولة المبكرة	٧٢	١٢٥	٥٥	–	٢٥٢
كلية الحاسبات والذكاء الصناعي	١٤	–	٤١	٢٠١	٢٥٦
كلية الحقوق	٢٩	٢٠٦	١٥	٥٧٠	٨٢٠
كلية التجارة	٤١	٢٦٣	٢٣	٥٢٧	٨٥٤
كلية التربية	١٣٨	٥٠٥	٨٦	١٤٢	٨٧١
كلية الطب البيطري	١٢٦	–	٣١٦	٣٧٥	٨١٧
كلية السياحة والفنادق	١٦	٥	١٠	٦٥	٩٦
كلية التربية الرياضية	١٢٠	١٢٦	٩٣	٤٤٢	٧٨١
الإجمالي	٥٧٢	١٢٣٠	٧٤٣	٢٣٩٥	٤٩٤٠

المصدر: موقع المدينة الجامعية – جامعة مدينة السادات ٢٠٢٣

حجم العينة

وقد بلغ حجم العينة (مفردة من مدينة الشروق)، (من **الزهور**)، (من **الفردوس**)، (من **الأمل**)،

بإجمالي ٣٥٦ مفردة وفقا للمعادلة الإحصائية الآتية، (إدريس، ٢٠٠٨):

$$n = \frac{N(Z)^2\, P(1-P)}{Ne^2 + (Z)^2 . P(1-P)}$$

حيث أن :

n : حجم العينة.

z: الدرجة المعيارية المقابلة لدرجة الثقة ٩٥%، وهي= ١.٩٦

P : نسبة عدد المفردات التي تتوافر فيها الخاصية محل الدراسة وهي ٥٠%

e : نسبة الخطأ المسموح به والمنتشر على طرفي التوزيع بمقدار متساوي وهي= ٥% (Tryfos, 1996)

N : حجم المجتمع.

وباستخدام المعادلة السابقة يتضح أن حجم العينة:

$$ع = \frac{٢(١.٩٦) \times ٤٩٤٠ \times ٠.٥٠ (١- ٠.٥٠)}{٢(٠.٠٥) \times ٤٩٤٠ + ٢(١.٩٦) \times ٠.٥٠ (١- ٠.٥٠)} = \textbf{٣٥٦مفردة}$$

جدول (٢) توزيع حجم العينة على المستشفيات الجامعية محل الدراسة

المستشفيات الجامعية	عدد مفردات العينة في كل مدينة	الوزن النسبي لمفردات العينة في كل مدينة	حجم العينة في كل مدينة
الشروق	٥٧٢	%١٢	٤١
الزهور	١٢٣٠	%٢٥	٨٩
الفردوس	٧٤٣	%١٥	٥٤
الأمل	٢٣٩٥	%٤٨	١٧٢
الإجمالي	4940	%١٠٠	٣٥٦

المصدر: اعداد الباحثة بناءا على البيانات التي تم الحصول عليها من الموقع الرسمي للمدن الجامعية بجامعة مدينة السادات عام ٢٠٢٣[٨]

١٣- مقياس الثبات لمتغيرات الدراسة

من المتعارف عليه إحصائيا أن إحصائية الاختبار يجب ألا تقل قيمة Alpha عن ٠.٦ (إدريس، ٢٠٠٨) حيث يتضح أن قيمة ألفا Alpha Correlation Coefficient تتراوح ما بين (٠.٨٠٣) و(٠.٩٣٣) وذلك بدرجة ثقة قدرها ٩٥% حيث اقتربت المعنوية الحقيقية P–Value من الصفر، وتعتبر هذه القيم مقبولة بالشكل الذى يعكس توافر الاعتمادية والثقة في متغيرات البحث وهذه النتائج تدعم الثقة في متغيرات البحث وتؤكد صلاحيتها لمراحل التحليل الآتية.

جدول رقم (٣) مقياس الثبات لمتغيرات الدراسة

أبعاد جودة الخدمة	رمز المجموعة	العبارات	Alpha Correlation Coefficient
الملموسية	الملموسية المتوقعة	١٣	٠.٩١٦
	الملموسية المدركة	١٣	٠.٨٧٨
الاعتمادية	الاعتمادية المتوقعة	٥	٠.٩٣٣
	الاعتمادية المدركة	٥	٠.٧٩٤
الاستجابة	الاستجابة المتوقعة	٤	٠.٨٢٨
	الاستجابة المدركة	٤	٠.٨٨٠
الثقة والأمان	الثقة والأمان المتوقعة	٤	٠.٨٥٥
	الثقة والأمان المدركة	٤	٠.٨٠٣
التعاطف	التعاطف المتوقعة	٤	٠.٩٠٩
	التعاطف المدركة	٤	٠.٨١٥

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

١٤- التحليل الوصفي لمتغيرات البحث

تعكس الخصائص الوصفية لمتغيرات البحث المعلمات الإحصائية الرئيسية، والتي توضح خصائص المتغيرات وتتضمن الخصائص الأساسية كالمتوسط الحسابي والانحراف المعياري، وذلك بالتطبيق على آراء المستقصي منهم، ويوضح الجزء التالي الإحصاءات الوصفية وذلك على النحو الآتي:

١/١٣- توزيع مفردات المجتمع وفقا للمتغيرات الديموغرافية:

قامت الباحثة بوصف البيانات التي تم الحصول عليها من قائمة الاستقصاء، وذلك من خلال حساب التكرارات والنسب المئوية للمتغيرات الديموغرافية موضع الاهتمام بقائمة الاستقصاء (النوع – والمدينة الجامعية) وذلك كما هو موضح بالجدول الآتي:

جدول رقم (٤) توزيع مفردات المجتمع وفقاً للمتغيرات الديموغرافية

المتغير	الفئة	التكرارات	النسبة المئوية
النوع	ذكر	١٠٥	٢١
	أنثى	٤٤٤	٧٩
الإجمالي		٥٠٠	١٠٠
المدينة الجامعية	الشروق	٧٥	١٥
	الفردوس	٤٤	٨.٨
	الزهور	٣١٥	٦٣
	الأمل	٦٦	١٣.٢
الإجمالي		٥٠٠	١٠٠

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

٢/١٣- التحليل الوصفي لبعد الملموسية

تم تقييم بعد الملموسية من خلال الإجابة على ١٣عبارة كما هو موضح في الجدول رقم (٥)الآتي:

جدول رقم (٥)الوصف الإحصائي لبُعد الملموسية

م	المتغيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
بُعد الملموسية المتوقعة		٣.٥٨	٠.٨٧٦
١	تتمتع المدينة الجامعية بموقع ملائم يسهل الذهاب إليه من وإلى الكلية.	٣.٤٣	١.٢٩
٢	يتسم مبنى المدينة بالنظافة والجمال بما يجعله لائقا لاستقبال الطلاب.	٢.٨٢	١.١٦
٣	المعدات والأجهزة من (أسرة وتلفاز ومطبخ) في المدينة حديثة.	٣.٩٨	١.١٣
٤	يوجد صالة للمذاكرة بالمدينة الجامعية مجهزة بشكل يساعد على المذاكرة.	٢.٣٨	١.١٦
٥	يتمتع العاملين بمظهر أنيق ونظيف ومرتب.	٣.٢٢	١.١٠
٦	يتناسب أعداد الإداريين بالطوابق مع عدد الطلاب بالمدينة الجامعية.	٣.٩٨	١.١١
٧	يوجد صالة لممارسة الرياضة في أوقات الفراغ.	٣.٢٩	١.٣٢

م	المتغيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
٨	يوجد ملعب لكرة القدم معد اعداد جيد وصالح للاستخدام.	٢.٥٨	١.٤٤
٩	تتوفر الإسعافات الأولية اللازمة في حالات الطوارئ بالمدينة الجامعية.	٢.٦٤	١.٢٤
١٠	يوجد شبكة واي فاي تسهل عملية حضور المحاضرات والسكاشن أون لاين وتسهل عملية البحث العلمي على الانترنت.	٣.٣٢	٠.٨١٤
١١	هل يوجد ما يساعد الطلاب على غسيل وتنظيف الملابس.	٢.٢٩	١.١٨
١٢	أعداد الطلاب بالغرفة الواحدة مناسب ويساعد على توفير مناخ هادئ يساعد على التركيز.	٣.١٨	١.١٧
١٣	يوجد أجهزة سخانات مياه تعمل بشكل منتظم	٢.٢٨	١.٢٢
بُعد الملموسية المدركة		٢.٠١	١.٥٥
١	تتمتع المدينة الجامعية بموقع ملائم يسهل الذهاب إليه من وإلى الكلية.	٣.٢١	١.٣٣
٢	يتسم مبنى المدينة بالنظافة والجمال بما يجعله لائقا لاستقبال الطلاب.	٢.١٠	١.٢٥
٣	المعدات والأجهزة من (أسرة وتلفاز ومطبخ) في المدينة حديثة.	٣.٣٠	١.١٩
٤	يوجد صالة للمذاكرة بالمدينة الجامعية مجهزة بشكل يساعد على المذاكرة.	٢.١١	١.٤٤
٥	يتمتع العاملين بمظهر أنيق ونظيف ومرتب.	٣.١٠	١.٢٨
٦	يتناسب أعداد الإداريين بالطوابق مع عدد الطلاب بالمدينة الجامعية.	٢.١٢	١.٣٧
٧	يوجد صالة لممارسة الرياضة في أوقات الفراغ.	٢.٠٥	١.٥٥
٨	يوجد ملعب لكرة القدم معد اعداد جيد وصالح للاستخدام.	٢.٢٦	١.٣٦
٩	تتوفر الإسعافات الأولية اللازمة في حالات الطوارئ بالمدينة الجامعية.	٢.٣١	١.٣٩
١٠	يوجد شبكة واي فاي تسهل عملية حضور المحاضرات والسكاشن أون لاين وتسهل عملية البحث العلمي على الانترنت.	٢.١٤	١.١١
١١	هل يوجد ما يساعد الطلاب على غسيل وتنظيف الملابس.	٢.١٥	١.٢٨
١٢	أعداد الطلاب بالغرفة الواحدة مناسب ويساعد على توفير مناخ هادئ يساعد على التركيز.	٢.١٧	١٠٣١
١٣	يوجد أجهزة سخانات مياه تعمل بشكل منتظم	٢.١٨	١.٢٦

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من الجدول السابق ما يأتي:

ومن استعراض التحليل الوصفي لمحور الملموسية يمكن الإجابة على السؤال الأول "ما هو مستوى جودة الخدمة المقدمة للطلاب من المدن الجامعية؟ ويتبين مما سبق أن مستوى جودة الخدمة

المقدمة للطلاب محل البحث منخفض حيث كان الفارق بين الوسط المتوقع والمدرك كبير، حيث بلغ الوسط الحسابي المتوقع (٣.٥٨) وبانحراف معياري (٠.٨٧٦)، وبلغ الوسط الحسابي المدرك (٢.٠١) وبانحراف معياري (١.٥٥) والسبب في ذلك يرجع إلى انخفاض مستوى اهتمام القادة بالجوانب المادية الملموسة، فلا يتناسب عدد الإداريين بالطوابق مع عدد الطلاب ولا تتوافر إسعافات أولية في حالات الطوارئ ولا يوجد شبكة واي فاي تساعد الطلاب على استكمال السكاشن والمحاضرات أو لاين وذلك لا يساعد على تحقيق الهدف العام للمدن الجامعية وهو تقديم خدمة للطلاب بمستوى جودة مناسب يساعدهم على القيام بدورهم كطلاب.

٣/١٣- التحليل الوصفي لبعد الاعتمادية

جدول رقم (٦) الوصف الإحصائي لبُعد الاعتمادية

م	المتغيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
بُعد الاعتمادية المتوقعة		٣.٣١	٠.٨١٩
١	تتوافر جميع المعلومات التي يحتاجها الطلاب على الموقع الإلكتروني للمدينة الجامعية.	٣.٥٢	١.١١
٢	يساعد الموقع الإلكتروني للمدينة الجامعية على التسجيل بوضوح وسهولة.	٣.٩١	٠.٩٣٥
٣	يتم تقديم الخدمة في الوقت المناسب.	٣.٠٦	١.١٢
٤	يساعد جو المدينة الجامعية على ممارسة الأنشطة العلمية والرياضية والفنية بشكل يعتمد عليه ولا يضطر الطالب الخروج منها.	٢.٣٣	١.١٨
٥	المياه في المدينة الجامعية نقية وصالحة للشرب.	٢.٢٥	١.٢٢
بُعد الاعتمادية المدركة		٢.٧٠	١.١٢
١	تتوافر جميع المعلومات التي يحتاجها الطلاب على الموقع الإلكتروني للمدينة الجامعية.	٣.٤٤	١.١٤
٢	يساعد الموقع الإلكتروني للمدينة الجامعية على التسجيل بوضوح وسهولة.	٣.٧٠	١.١٩
٣	يتم تقديم الخدمة في الوقت المناسب.	٢.٨٦	١.٢٢
٤	يساعد جو المدينة الجامعية على ممارسة الأنشطة العلمية والرياضية والفنية بشكل يعتمد عليه ولا يضطر الطالب الخروج منها.	٢.١٢	١.٢٠
٥	المياه في المدينة الجامعية نقية وصالحة للشرب.	٢.١١	١.٢٩

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من نتائج التحليل الوصفي لمحور الاعتمادية أنه يمكن الإجابة على السؤال الأول "ما هو مستوى جودة الخدمة المقدمة للطلاب من المدن الجامعية؟ ويتبين مما سبق أن مستوى جودة الخدمة المقدمة للطلاب محل البحث منخفض حيث كان الفارق بين الوسط المتوقع والمدرك كبير، حيث بلغ الوسط الحسابي المتوقع (٣.٣١) وبانحراف معياري (٠.٨١٩)، وبلغ الوسط الحسابي المدرك (٢.٧٠) وبانحراف معياري (١.١٢) والسبب في ذلك يرجع إلى انخفاض مستوى اهتمام القادة بمحور الثقة والاعتمادية وذلك لا يساعد على تحقيق الهدف العام للمدن الجامعية وهو تقديم خدمة يثق فيها الطلاب ويمكنهم من الاعتماد عليها.

٤/١٣-التحليل الوصفي لبُعد الاستجابة

جدول رقم (٧) الوصف الإحصائي لبُعد الاستجابة

م	المتغيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
بُعد الاستجابة المتوقعة		٢.٨٩	١.١٨
١	توجد استجابة سريعة من العاملين بالمدينة الجامعية عند حدوث مشكلة.	٢.٩٠	١.١٩
٢	يتعاون جميع العاملين بالمدينة الجامعية في حل مشكلات الطلاب في أي وقت.	٣.٩٩	١.١٤
٣	تضع إدارة المدينة الجامعية مصلحة الطلاب في مقدمة اهتماماتها.	٣.٩٣	١.١٨
٤	تقدم المدينة الجامعية النصح للطلاب عن طريق الندوات والمحاضرات.	٣.٦١	١.٢٥
بُعد الاستجابة المدركة		٢.١١	١.٣٣
١	توجد استجابة سريعة من العاملين بالمدينة الجامعية عند حدوث مشكلة.	٢.٦٦	١.٢٥
٢	يتعاون جميع العاملين بالمدينة الجامعية في حل مشكلات الطلاب في أي وقت.	٢.٤٥	١.٢٧
٣	تضع إدارة المدينة الجامعية مصلحة الطلاب في مقدمة اهتماماتها.	٢.٥٠	١.٢٦
٤	تقدم المدينة الجامعية النصح للطلاب عن طريق الندوات والمحاضرات.	٢.٢٠	١.٣٣

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي

ومن استعراض التحليل الوصفي لمحور الاستجابة يمكن الإجابة على السؤال الأول "ما هو مستوى جودة الخدمة المقدمة للطلاب من المدن الجامعية؟ ويتبين مما سبق أن مستوى جودة الخدمة

المقدمة للطلاب محل البحث منخفض حيث كان الفارق بين الوسط المتوقع والمدرك كبير، حيث بلغ الوسط الحسابي المتوقع (٣.٨٩) وبانحراف معياري (١.١٨)، وبلغ الوسط الحسابي المدرك (٢.١١) وبانحراف معياري (١.٣٣) والسبب في ذلك يرجع إلى انخفاض مستوى اهتمام القادة بمحور الاستجابة السريعة لمتطلبات الطلاب وذلك لا يساعد على تحقيق الهدف العام للمدن الجامعية وهو تقديم الخدمة في الوقت المناسب للطلاب.

٥/١٣- التحليل الوصفي لبُعد الأمان

جدول رقم (٨) الوصف الإحصائي لبُعد الأمان

م	المتغيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
	بُعد الأمان المتوقع	٣.٢٠	١.١٦
١	يشعر الطلاب بأنهم بأيد أمينة داخل المدينة الجامعية.	٣.٤٣	١.١٦
٢	يوجد ثقة بين الطلاب والعاملين بالمدينة الجامعية.	٣.٠٣	١.١٨
٣	تراعي الإدارة الجدول الزمني لاستخدام الاجهزة والمعدات من صالات رياضية وملاعب.	٢.٢٨	١.٢٦
٤	يشعر الطلاب بالأمان تجاه تصرفات الإدارة في حالات الطوارئ	٣.٠٤	١.١٤
	بُعد الأمان المدرك	٢.٥٠	١.٢٦
١	يشعر الطلاب بأنهم بأيد أمينة داخل المدينة الجامعية.	٣.٢٢	١.١٩
٢	يوجد ثقة بين الطلاب والعاملين بالمدينة الجامعية.	٢.٨٨	١.٧١
٣	تراعي الإدارة الجدول الزمني لاستخدام الاجهزة والمعدات من صالات رياضية وملاعب.	٢.١٧	١.٤٤
٤	يشعر الطلاب بالأمان تجاه تصرفات الإدارة في حالات الطوارئ	٢.٨٦	١.٢٤

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي

ومن نتائج التحليل الوصفي لمحور الأمان يمكن الإجابة على السؤال الأول "ما هو مستوى جودة الخدمة المقدمة للطلاب من المدن الجامعية؟ ويتبين مما سبق أن مستوى جودة الخدمة المقدمة للطلاب محل البحث منخفض حيث كان الفارق بين الوسط المتوقع والمدرك كبير، حيث بلغ الوسط الحسابي المتوقع (٣.٢٠) وبانحراف معياري (١.١٦)، وبلغ الوسط الحسابي المدرك (٢.٥٠) وبانحراف معياري (١.٢٦) والسبب في ذلك يرجع إلى انخفاض مستوى اهتمام القادة

بمحور الأمان فلا يشعر الطلاب بأنهم بأيد أمينة ولا يشعروا أيضاً بالثقة في تصرف الإدارة في حالة الطوارئ.

٦/١٣- التحليل الوصفي لبُعد التعاطف

جدول رقم (٩) الوصف الإحصائي لبُعد التعاطف

م	المتغيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
بُعد التعاطف المتوقع		٣.٠٧	١.١١
١	يتسم سلوك العاملين باللطف مع الطلاب.	٢.٩١	١.١٨
٢	تهتم الإدارة في المدينة الجامعية بالشكاوي من قبل الطلاب.	٢.٨٦	١.١٧
٣	تهتم إدارة المدن الجامعية باستطلاع آراء الطلاب عن الخدمات المقدمة لهم.	٣.٥٥	١.٢٥
بُعد التعاطف المدرك		١.٩٩	١.٢٩
١	يتسم سلوك العاملين باللطف مع الطلاب.	٢.٢١	١.٢٧
٢	تهتم الإدارة في المدينة الجامعية بالشكاوي من قبل الطلاب.	٢.٤٥	١.٣١
٣	تهتم إدارة المدن الجامعية باستطلاع آراء الطلاب عن الخدمات المقدمة لهم.	٢.١١	١.٢٨

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي

ومن نتائج التحليل الوصفي لمحور الأمان يمكن الإجابة على السؤال الأول "ما هو مستوى جودة الخدمة المقدمة للطلاب من المدن الجامعية؟ ويتبين مما سبق أن مستوى جودة الخدمة المقدمة للطلاب محل البحث منخفض حيث كان الفارق بين الوسط المتوقع والمدرك كبير، حيث بلغ الوسط الحسابي المتوقع (٣.٠٧) وبانحراف معياري (١.١١)، وبلغ الوسط الحسابي المدرك (١.٩٩) وبانحراف معياري (١.٢٩) والسبب في ذلك يرجع إلى انخفاض مستوى اهتمام القادة بمحور التعاطف فلا يشعر الطلاب بالتعاطف في المعاملة ولا يهتم المسؤولون بشكاوي الطلاب.

ملحوظة: بصفة عامة تزداد قيمة التوقعات عن الجودة الفعلية أو المدركات للمتغيرات الفرعية لكل بُعد، وهو ما يعكس ارتفاع متوسط قيمة المتوقع عن المدرك، مما يستوجب على المسؤولين الاهتمام والنظر مرة أخرى في جودة الخدمات المقدمة للطلاب.

٧/١٣- الوصف الإحصائي لأبعاد جودة الخدمة المتوقعة والمدركة والفجوة بينهما:

جدول رقم (١٠)الوصف الإحصائي لأبعاد جودة الخدمة المتوقعة والمدركة والفجوة بينهما

أبعاد جودة الخدمة المتوقعة				أبعاد جودة الخدمة المدركة				الفجوة بينهما			
البُعد	الوسط	الترتيب	الانحراف	البُعد	الوسط	الترتيب	الانحراف	البُعد	الوسط	الترتيب	الانحراف
الملموسية	٢.٥٨	٥	٠.٨٧٦	الملموسية	٢.٠١	٤	١.٥٥	الملموسية	٠.٥٧	٤	٠.٦٧
الاعتمادية	٣.٣١	١	٠.٨١٩	الاعتمادية	٢.٧٠	١	١.١٢	الاعتمادية	٠.٦١	٣	٠.٣٠
الاستجابة	٢.٨٩	٣	١.١٨	الاستجابة	٢.١١	٣	١.٣٣	الاستجابة	٠.٧٨	١	٠.١٥
الأمان	٢.٩٤	٢	١.١٦	الأمان	٢.٥٠	٢	١.٢٦	الأمان	٠.٤٤	٥	٠.١
التعاطف	٢.٧٤	٤	١.١١	التعاطف	١.٩٩	٥	١.٢٩	التعاطف	٠.٧٥	٢	٠.١٨
التوقع الإجمالي	١٤.٤٦	–	٥.١٥	إجمالي الفعلي	١١.٣١	–	٦.٥٥	الفجوة الإجمالية	٣.١٥	–	١.٤

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من الجدول السابق أن بُعد الاعتمادية المتوقعة احتل المرتبة الأولى بأعلى قيمة للوسط الحسابي (٣.٣١)، ثم بعد ذلك بُعد الأمان بمتوسط حسابي (٢.٩٤)، يليهم بُعد الاستجابة ثم التعاطف وأخيراً الملموسية على التوالي.

أما عن أبعاد جودة الخدمة المدركة فاحتل المرتبة الأولى بُعد الاعتمادية بأعلى قيمة للوسط الحسابي (٢.٧٠)، ثم بعد ذلك بُعد الأمان بمتوسط حسابي (٢.٥٠)، يليهم بُعد الاستجابة ثم الملموسية وأخيراً التعاطف على التوالي.

وأخيراً الفجوة بين المتوقع والمدرك Servqual فجاءت فجوة الاستجابة في المركز الأول بمتوسط حسابي (٠.٧٨) وانحراف معياري (٠.١٥)، ثم بعد ذلك فجوة التعاطف بمتوسط حسابي (٠.٧٥) وانحراف معياري (٠.١٨) يليهم فجوة الاعتمادية ثم فجوة الملموسية وأخيراً فجوة الأمان.

٨/١٣- متوسط وانحراف أبعاد نموذجي Servperf & Servqual المرجحين بالأهمية النسبية

جدول رقم (١١)

متوسط وانحراف أبعاد نموذجي Servperf & Servqual المرجحين بالأهمية النسبية

أبعاد جودة الخدمة المتوقعة والمدركة المرجحة بالأهمية النسبية				جودة الخدمة المدركة المرجحة بالأهمية النسبية			
البُعد	الوسط	الترتيب	الانحراف	البُعد	الوسط	الترتيب	الانحراف
الملموسية	٠.٠٥	٤	٠.١٨	الملموسية	٠.٦٠	٢	٠.٣٠
الاعتمادية	٠.٠٨	١	٠.١٦	الاعتمادية	٠.٥٥	٤	٠.٢٥
الاستجابة	٠.٠٦	٣	٠.١٧	الاستجابة	٠.٥٧	٣	٠.٢٨
الأمان	٠.٠٧	٢	٠.١٦	الأمان	٠.٥٣	٥	٠.٢٦
التعاطف	٠.٠٤	٥	٠.٢٠	التعاطف	٠.٦٨	١	٠.٣٥
الفجوة الإجمالية	٠.٣	—	٠.٨٧	إجمالي الفعلي	٢.٩٣	—	١.٤٤

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من الجدول السابق ما يأتي:

- أن فجوة الخدمة بين المتوقع والمدرك مرجحة بالأهمية النسبية توضح أن فجوة الاعتمادية المتوقعة المرجحة بالأهمية النسبية احتل المرتبة الأولى بأعلى قيمة للوسط الحسابي (٠.٠٨) وانحراف معياري (٠.١٦)، بعد ذلك بُعد الأمان بمتوسط حسابي (٠.٠٧) وانحراف معياري (٠.١٦)، يليهم بُعد الاستجابة ثم الملموسية وأخيراً التعاطف على التوالي.
- أما عن أبعاد جودة الخدمة المدركة المرجحة بالأهمية النسبية فاحتل المرتبة الأولى بُعد التعاطف بأعلى قيمة للوسط الحسابي (٠.٦٨) وانحراف معياري (٠.٣٥)، ثم بعد ذلك بُعد الملموسية بمتوسط حسابي (٠.٦٠)، وانحراف معياري (٠.٣٠)، يليهم بُعد الاستجابة ثم الاعتمادية وأخيراً الأمان على التوالي.
- وعند مقارنة متوسط نتائج مقاييس فجوة الخدمة المتوقعة Servqual بعد وقبل الترجيح بالأهمية النسبية، يتضح ثبات المتغيرات الثلاث الأولى والأكثر أهمية وهم (فجوة

الاعتمادية المرجحة) المرتبة الأولى، يليها (فجوة الأمان المرجح) يليها (فجوة الاستجابة المرجحة) ولكن هناك تغيير ترتيب بُعدين فقط هما (فجوة الملموسية المرجحة) و (فجوة التعاطف المرجح) ليحل كل منهما الأخر ، مما يدل على أن أخذ الأهمية النسبية لكل متغير في الحسبان عند قياس جودة الخدمة بنموذج Servqual قد ترتب عليه تغيير طفيف بالنسبة لتقديرات أفراد العينة.

- وأخيراً متوسط نتائج مقاييس فجوة الخدمة لنموذج Servperf قبل وبعد الترجيح بالأهمية النسبية، يتضح أن هناك تغيير جذري في ترتيب كل منها بحيث لم يبقى بُعد في ترتيبه بعد الترجيح مثلما كان قبل الترجيح، ومن ذلك يتضح أنه يجب أخذ الأهمية النسبية لكل متغير في الحسبان عند قياس جودة الخدمة بنموذج Servperf هي الأولى بطبيعة الحال يترتب عليه نتائج مختلفة مقارنة باستخدام النموذج دون مراعاة الأهمية النسبية لكل بُعد على حده.

١٥- الاختبارات الإحصائية لتأثير النوع في أبعاد جودة الخدمة المقدمة من المدينة الجامعية:

١/١٤-اختبار مان ويتني: وهو اختبار يستخدم للعينتين مستقلتين.

يمكن توضيح تأثير النوع في أبعاد جودة الخدمة المقدمة من المدينة الجامعية وفقا لنتائج اختبار مان ويتني وتعبر ** دلالة إحصائية عند مستوي0.05 وفقاً لاختبار ت (Mann-Whitney)، كما توضحها الجداول الأتية :

جدول رقم (١٢)نتائج اختبار مان ويتني لتأثير النوع لبُعد الملموسية

الجوانب المادية الملموسة	متوسط الرتب للاستجابات وفقاً للنوع		مان ويتني	معنوية
	ذكر	أنثي		
تتمتع المدينة الجامعية بموقع ملائم يسهل الذهاب إليه من وإلى الكلية.	١٧.٥٤	٢٧.٦٩	١٣٧.٠٠٠	٠.٠٧٢١
يتسم مبنى المدينة بالنظافة والجمال بما يجعله لائقا لاستقبال الطلاب.	٣٢.٦٩	٢٢.٢٢	١٣٤.٠٠٠	٠.١٢٠
المعدات والأجهزة من (أسرة وتلفاز ومطبخ) في المدينة حديثة.	٢٣.٢٣	٢٥.٦٤	٢١١.٠٠٠	٠.٥٧٧
يوجد صالة للمذاكرة بالمدينة الجامعية مجهزة بشكل يساعد على المذاكرة.	٢٣.٥٤	٢٥.٥٣	٢١٥.٠٠٠	٠.٦٥٥

الجوانب المادية الملموسة	متوسط الرتب للاستجابات وفقاً للنوع		مان ويتني	معنوية
	ذكر	أنثي		
يتمتع العاملين بمظهر أنيق ونظيف ومرتب.	٣٠.١٥	٢٣.١٤	١٦٧.٠٠٠	٠.١٢٠
يتناسب أعداد الإداريين بالطوابق مع عدد الطلاب بالمدينة الجامعية.	٢٩.٣٨	٢٣.٤٢	١٧٧.٠٠٠	٠.١٨٤
يوجد صالة لممارسة الرياضة في أوقات الفراغ.	٣٣.٩٢	٢٠.٢١	٩٢.٠٠٠	٠.٦٠١
يوجد ملعب لكرة القدم معد اعداد جيد وصالح للاستخدام.	٣٦.٨٥	١٧.٣٨	٢٨.٠٠٠	٠.٠٠٠
تتوفر الإسعافات الأولية اللازمة في حالات الطوارئ بالمدينة الجامعية.	٣٥.٠٠	٢١.٣٩	١٠٤.٠٠٠	٠.٠٠٣
يوجد شبكة واي فاي تسهل عملية حضور المحاضرات والسكاشن أون لاين وتسهل عملية البحث العلمي على الانترنت.	٢٧.٦٢	٢٤.٠٦	٢٠٠.٠٠٠	٠.٢٠٥
هل يوجد ما يساعد الطلاب على غسيل وتنظيف الملابس.	١٩.٧٧	٢٦.٨٩	١٦٦.٠٠٠	٠.١٠٦
أعداد الطلاب بالغرفة الواحدة مناسب ويساعد على توفير مناخ هادئ يساعد على التركيز.	٣٢.١٥	٢٢.٤٢	١٤١.٠٠٠	٠.٠٦٤
يوجد أجهزة سخانات مياه تعمل بشكل منتظم	٣٢.٦٩	٢٢.٢٢	١٣٤.٠٠٠	٠.٠٧١

**** دلالة إحصائية عند مستوي0.05 وفقاً لاختبار ت (Mann–Whitney).**

يتضح من الجدول السابق أنه لا توجد اختلافات ذات دلالة معنوية بين إدراكات الذكور والإناث بالنسبة لبُعد الملموسية كأحد أبعاد جودة الخدمة المقدمة لهم، ولكن ذلك باستثناء العبارة "يوجد ملعب لكرة القدم معد اعداد جيد وصالح للاستخدام" فيوجد فروق معنوية بين إدراك الطلاب لها وذلك يعزى لوجود ملعب لكرة القدم بمدينة الأمل ويوجد ملعب لكرة السلة بمدينة الشروق ولكنه غير معد بشكل كامل، وأيضاً عبارة " تتوفر الإسعافات الأولية اللازمة في حالات الطوارئ بالمدينة الجامعية" وذلك يعزى لوجود صناديق للإسعافات في جميع المدن الجامعية الأربعة وإن كان بعضها غير مجهز بالأدوات والأدوية اللازمة للإسعافات الأولية.

جدول رقم (١٣) نتائج اختبار مان ويتني لتأثير النوع لبُعد الاعتمادية

الاعتمادية	متوسط الرتب للاستجابات وفقاً للنوع		مان ويتني	معنوية
	ذكر	أنثي		
تتوافر جميع المعلومات التي يحتاجها الطلاب على الموقع الإلكتروني للمدينة الجامعية.	٢٧.٨٥	٢٣.٩٧	١٩٧.٠٠٠	٠.٣٥٨
يساعد الموقع الإلكتروني للمدينة الجامعية على التسجيل بوضوح وسهولة.	٢٩.١٥	٢٣.٥٠	١٨٠.٠٠٠	٠.١٧٧
يتم تقديم الخدمة في الوقت المناسب.	٢٦.٨٥	٢٤.٣٣	٢١٠.٠٠٠	٠.٥٧٢
يساعد جو المدينة الجامعية على ممارسة الأنشطة العلمية والرياضية والفنية بشكل يعتمد عليه ولا يضطر الطالب الخروج منها.	٣٤.٠٨	٢١.٧٢	١١٦.٠٠٠	٠.٠٦٠
المياه في المدينة الجامعية نقية وصالحة للشرب.	٢٨.٧٧	٢٣.٦٤	١٨٥.٠٠٠	٠.٢٣٩

**** دلالة إحصائية عند مستوي0.05 وفقاً لاختبار ت (Mann-Whitney).**

يتضح من الجدول السابق أنه لا توجد اختلافات ذات دلالة معنوية بين إدراكات الذكور والإناث بالنسبة لبُعد الاعتمادية كأحد أبعاد جودة الخدمة المقدمة لهم.

جدول رقم (١٤) نتائج اختبار مان ويتني لتأثير النوع لبُعد الاستجابة

الاستجابة	متوسط الرتب للاستجابات وفقاً للنوع		مان ويتني	معنوية
	ذكر	أنثي		
توجد استجابة سريعة من العاملين بالمدينة الجامعية عند حدوث مشكلة.	٣٠.٣١	٢٣.٠٨	١٦٥.٠٠٠	٠.١٠٨
يتعاون جميع العاملين بالمدينة الجامعية في حل مشكلات الطلاب في أي وقت.	٢٥.٣٨	٢٤.٨٦	٢٢٩.٠٠٠	٠.٩٠٧
تضع إدارة المدينة الجامعية مصلحة الطلاب في مقدمة اهتماماتها.	٢٨.٩٢	٢٣.٥٨	١٨٣.٠٠٠	٠.٢٣٥
تقدم المدينة الجامعية النصح للطلاب عن طريق الندوات والمحاضرات.	٢٧.٦٢	٢٤.٠٦	٢٠٠.٠٠٠	٠.٥٢٥

**** دلالة إحصائية عند مستوي0.05 وفقاً لاختبار ت (Mann-Whitney).**

يتضح من الجدول السابق أنه لا توجد اختلافات ذات دلالة معنوية بين إدراكات الذكور والإناث بالنسبة لبُعد الاستجابة كأحد أبعاد جودة الخدمة المقدمة لهم.

جدول رقم (١٥) نتائج اختبار مان ويتني لتأثير النوع لبُعد الأمان

الأمـــــــان	متوسط الرتب للاستجابات وفقاً للنوع		مان ويتني	معنوية
	ذكر	أنثي		
يشعر الطلاب بأنهم بأيد أمينة داخل المدينة الجامعية.	٢٦.٧٧	٢٤.٣٦	٢١١.٠٠٠	٠.٥٩١
يوجد ثقة بين الطلاب والعاملين بالمدينة الجامعية.	٣٢.٣١	٢٢.٣٦	١٣٩.٠٠٠	٠.٠٥٨
تراعي الإدارة الجدول الزمني لاستخدام الاجهزة والمعدات من صالات رياضية وملاعب.	٣١.٠٨	٢١.٢٩	١٢٩.٠٠٠	٠.٠٧٠
يشعر الطلاب بالأمان تجاه تصرفات الإدارة في حالات الطوارئ	٢٩.٦٢	٢٣.٣٣	١٧٤.٠٠٠	٠.١٦٢

**** دلالة إحصائية عند مستوي0.05 وفقاً لاختبار ت (Mann–Whitney).**

يتضح من الجدول السابق أنه لا توجد اختلافات ذات دلالة معنوية بين إدراكات الذكور والإناث بالنسبة لبُعد الأمان كأحد أبعاد جودة الخدمة المقدمة لهم.

جدول رقم (١٦)

نتائج اختبار مان ويتني لتأثير النوع لبُعد التعاطف

التعاطف	متوسط الرتب للاستجابات وفقاً للنوع		مان ويتني	معنوية
	ذكر	أنثي		
يتسم سلوك العاملين باللطف مع الطلاب.	٢٧.٩٢	٢٣.٩٤	١٩٦.٠٠٠	٠.٣٧١
تهتم الإدارة في المدينة الجامعية بالشكاوي من قبل الطلاب.	٣٠.٧٧	٢٢.٩٢	١٥٩.٠٠٠	٠.٠٨١
تهتم إدارة المدن الجامعية باستطلاع آراء الطلاب عن الخدمات المقدمة لهم.	٢٦.٣٨	٢٤.٥٠	٢١٦.٠٠٠	٠.٦٧٥

**** دلالة إحصائية عند مستوي0.05 وفقاً لاختبار ت (Mann–Whitney).**

يتضح من الجدول السابق أنه لا توجد اختلافات ذات دلالة معنوية بين إدراكات الذكور والإناث بالنسبة لبُعد التعاطف كأحد أبعاد جودة الخدمة المقدمة لهم.

٢/١٤- الاختبارات الإحصائية لتأثير المدينة الجامعية في أبعاد جودة الخدمة وفقا لاختبار كروسكال والاس:

يمكن توضيح تأثير المدينة الجامعية في أبعاد جودة الخدمة وفقا لنتائج اختبار كروسكال والاس كما توضحها الجداول الأتية:

جدول رقم (١٧) نتائج اختبار كروسكال والاس لتأثير المدينة الجامعية في بعد الملموسية

الملموسية	متوسط الرتب للاستجابات وفقاً للمدينة الجامعية				كروسكال والاس	معنوية
	الشروق	الفردوس	الزهور	الأمل		
تتمتع المدينة الجامعية بموقع ملائم يسهل الذهاب إليه من وإلى الكلية.	٢٩.٤٦	٢٠.٠٠	٢٦.٦٢	١٥.٥٠	٦.٦١٩	٠.٠٨٥
يتسم مبنى المدينة بالنظافة والجمال بما يجعله لائقا لاستقبال الطلاب.	٣٢.٧٥	٤٥.٥٠	١٨.٧٧	٢٨.١١	١٣.٧٤٨	٠.٠٠٣
المعدات والأجهزة من (أسرة وتلفاز ومطبخ) في المدينة حديثة.	٢٨.٨٣	٣٠.٠٠	٢٤.٣٨	٢٠.٥٦	٢.٣٢٣	٠.٥٠٨
يوجد صالة للمذاكرة بالمدينة الجامعية مجهزة بشكل يساعد على المذاكرة.	٢٦.٥٤	١٨.٠٠	٢٧.٣٨	١٧.٦١	٤.٠٤٥	٠.٥٠٨
يتمتع العاملين بمظهر أنيق ونظيف ومرتب.	٣٤.٧١	١٣.٠٠	٢١.٦٩	٢٤.٢٨	٨.٧٨٦	٠.٢٥٧
يتناسب أعداد الإداريين بالطوابق مع عدد الطلاب بالمدينة الجامعية.	٣٤.٥٠	١١.٥٠	٢١.٣١	٢٦.٠٠	٩.٣٨٢	٠.١٠٤
يوجد صالة لممارسة الرياضة في أوقات الفراغ.	٢٣.٦٧	٢٤.٠٠	٢٠.٦٣	٣٣.٤٤	٦.٢١٠	٠.٠٢٥
يوجد ملعب لكرة القدم معد اعداد جيد وصالح للاستخدام.	٢٥.٠٤	١٤.٥٠	١٧.٢٣	٣٦.٢٨	١٥.٢٧٠	٠.١٠٢
تتوفر الإسعافات الأولية اللازمة في حالات الطوارئ بالمدينة الجامعية.	٢٨.٩٢	١٩.٠٠	٢١.١٩	٣٢.١١	٥.٥٨٣	٠.١٣٤
يوجد شبكة واي فاي تسهل عملية حضور المحاضرات والسكاشن أون لاين وتسهل عملية البحث العلمي على الانترنت.	٢٩.٧٥	٤٤.٥٠	٢١.٥٠	٢٤.٤٤	١٧.٩٢٢	٠.٦١٢
هل يوجد ما يساعد الطلاب على غسيل وتنظيف الملابس.	٢٧.٠٨	٢٦.٠٠	٢٧.١٢	١٥.٨٩	٤.٩٥١	٠.١٧٥
أعداد الطلاب بالغرفة الواحدة مناسب ويساعد على توفير مناخ هادئ يساعد على التركيز.	٢٩.٧١	٢٩.٥٠	٢٠.٣٥	٣١.١٧	٦.٧٧٨	٠.٠٧٩
يوجد أجهزة سخانات مياه تعمل بشكل منتظم	٣٣.١٧	٢٥.٥٠	٢٠.٣١	٢٧.٥٦	٧.٧٢٣	٠.٠٥٥

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من الجدول السابق أنه لا اختلافات جوهرية بين أراء الطلاب بالمدن الجامعية الأربعة (الشروق، الفردوس، الزهور، الأمل) لجميع الأبعاد وكانت في المرتبة الأولى مدينة الفردوس يليها من حيث إدراك أبعاد جودة الخدمة الأمل مدينة، ثم الشروق واخيراً مدينة الزهور وذلك بمستوى معنوية يتراوح بين (٠.٠٥٥) ، (٠.٦١٢) وذلك باستثناء بُعدي " يتسم مبنى المدينة بالنظافة والجمال بما يجعله لائقا لاستقبال الطلاب" ، حيث بلغ متوسط الرتب للمدن الجامعية الأربعة حيث جاءت مدينة الفردوس في المرتبة الأولى من حيث الإدراك لأبعاد جودة الخدمة وبلغ متوسط الرتب لها (٤٥.٥٠) ثم مدينة الشروق بمتوسط رتب بلغ (٣٢.٧٥)، يليها مدينة الأمل بمتوسط رتب بلغ (٢٨.١١) وأخيراً مدينة الزهور (١٨.٧٧)، وبمستوى معنوية (٠.٠٠٣) وهو أقل من (٠.٠٥) ، والبُعد الثاني "يوجد صالة لممارسة الرياضة في أوقات الفراغ" حيث بلغ متوسط الرتب للمدن الجامعية الأربعة حيث جاءت مدينة الأمل في المرتبة الأولى من حيث الإدراك لأبعاد جودة الخدمة وبلغ متوسط الرتب لها (٣٣.٤٤) ثم مدينة الفردوس بمتوسط رتب بلغ (٢٤.٠٠)، يليها مدينة الشروق بمتوسط رتب بلغ (٢٣.٦٧) وأخيراً مدينة الزهور (٢٠.٦٣)، وبمستوى معنوية (٠.٠٢٥) وهو أقل من (٠.٠٥) ،فهنا نرفض الفرض العدمي الذي ينص على أنه لا توجد فروق أو اختلافات ذات دلالة إحصائية بين أراء الطلاب بالمدن الجامعية الأربعة (الشروق، الفردوس، الزهور، الأمل).

جدول رقم(١٨) نتائج اختبار كروسكال والاس لتأثير المدينة الجامعية في بعد الاعتمادية

الاعتمادية	متوسط الرتب للاستجابات وفقاً للمدينة الجامعية				كروسكال والاس	معنوية
	الشروق	الفردوس	الزهور	الأمل		
تتوافر جميع المعلومات التي يحتاجها الطلاب على الموقع الإلكتروني للمدينة الجامعية.	٢٧.٨٣	٢.٠٠	٢٥.٠٠	٢٦.٣٣	٦.٨٩٤	٠.٠٧٥
يساعد الموقع الإلكتروني للمدينة الجامعية على التسجيل بوضوح وسهولة.	٢٧.٥٠	٢.٥٠	٢٥.٥٨	٢٥.٠٠	٦.٥٥٧	٠.٠٨٧
يتم تقديم الخدمة في الوقت المناسب.	٣٧.١٧	٨.٥٠	٢١.٥٠	٢٢.٥٦	١٤.٢٩٥	٠.٠٠٣
يساعد جو المدينة الجامعية على ممارسة الأنشطة العلمية والرياضية والفنية بشكل يعتمد عليه ولا يضطر الطالب الخروج منها.	٢٩.٣٨	١٥.٠٠	٢١.٦٢	٣١.١٧	٥.٥٧٠	٠.١٣٥
المياه في المدينة الجامعية نقية وصالحة للشرب.	٣١.٨٣	٢٩.٠٠	٢٢.٢٧	٢٢.٨٩	٤.٥٦١	٠.٢٠٧

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي

يتضح من الجدول السابق أنه لا اختلافات جوهرية بين أراء الطلاب بالمدن الجامعية الأربعة (الشروق، الفردوس، الزهور، الأمل) لجميع الأبعاد وكانت في المرتبة الأولى مدينة الشروق يليها من حيث إدراك أبعاد جودة الخدمة الأمل مدينة، ثم الزهور واخيراً مدينة الفردوس وذلك بمستوى معنوية يتراوح بين (٠.٠٧٥)، (٠.٢٠٧) وذلك باستثناء بُعد " يتم تقديم الخدمة في الوقت المناسب" ، حيث بلغ متوسط الرتب للمدن الجامعية الأربعة حيث جاءت مدينة الشروق في المرتبة الأولى من حيث الإدراك لأبعاد جودة الخدمة وبلغ متوسط الرتب لها (٣٧.١٧) ثم مدينة الأمل بمتوسط رتب بلغ (٢٢.٥٦)، يليها مدينة الزهور بمتوسط رتب بلغ (٢١.٦٢) وأخيراً مدينة الفردوس (٨.٥٠)، وبمستوى معنوية (٠.٠٠٣) وهو أقل من (٠.٠٥) ، فهنا نرفض الفرض العدمي الذي ينص على أنه لا توجد فروق أو اختلافات ذات دلالة إحصائية بين أراء الطلاب بالمدن الجامعية الأربعة (الشروق، الفردوس، الزهور، الأمل).

جدول رقم (١٩) نتائج اختبار كروسكال والاس لتأثير المدينة الجامعية في بعد الاستجابة

الاستجابة	متوسط الرتب للاستجابات وفقاً للمدينة الجامعية				كروسكال والاس	معنوية
	الشروق	الفردوس	الزهور	الأمل		
توجد استجابة سريعة من العاملين بالمدينة الجامعية عند حدوث مشكلة.	٢٩.٨٨	١٨.٠٠	٢٣.٠٨	٢٥.٦١	١.٦١٧	٠.٤٧٦
يتعاون جميع العاملين بالمدينة الجامعية في حل مشكلات الطلاب في أي وقت.	٢٨.٢١	١٢.٠٠	٢٦.٣٨	١٩.٦١	٢.٤٩٥	٠.٢٥٩
تضع إدارة المدينة الجامعية مصلحة الطلاب في مقدمة اهتماماتها.	٢٧.٧٩	١٤.٠٠	٢٤.٢٧	٢٥.٨٣	٤.٠٢٧	٠.٦٠٥
تقدم المدينة الجامعية النصح للطلاب عن طريق الندوات والمحاضرات.	٢٦.٨٣	١٧.٠٠	٢٦.٠٠	٢١.٤٤	١.٨٤٥	٠.٦٥٥

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

يتضح من الجدول السابق أنه لا اختلافات جوهرية بين أراء الطلاب بالمدن الجامعية الأربعة (الشروق، الفردوس، الزهور، الأمل) لجميع الأبعاد وكانت في المرتبة الأولى مدينة الشروق يليها من حيث إدراك أبعاد جودة الخدمة الزهور مدينة، ثم الأمل واخيراً مدينة الفردوس وذلك بمستوى معنوية يتراوح بين (٠.٢٥٩)، (٠.٦٥٥) فهنا نقبل الفرض العدمي الذي ينص على أنه لا توجد فروق أو

اختلافات ذات دلالة إحصائية بين أراء الطلاب بالمدن الجامعية الأربعة (الشروق، الفردوس، الزهور، الأمل).

جدول رقم (٢٠) نتائج اختبار كروسكال والاس لتأثير المدينة الجامعية في بعد الأمان

الأمـــــــان	متوسط الرتب للاستجابات وفقاً للمدينة الجامعية				كروسكال والاس	معنوية
	الشروق	الفردوس	الزهور	الأمل		
يشعر الطلاب بأنهم بأيد أمينة داخل المدينة الجامعية.	٣٠.٦٣	٨.٥٠	٢٤.٤٦	٢٢.٧٢	٥.١٠٢	٠.١٠٢
يوجد ثقة بين الطلاب والعاملين بالمدينة الجامعية.	٣١.٢١	١٦.٥٠	٢١.١٢	٢٩.٨٣	٦.٢٠٩	٠.١٦٤
تراعي الإدارة الجدول الزمني لاستخدام الاجهزة والمعدات من صالات رياضية وملاعب.	٢٨.٩٦	٢٠.٥٠	٢٠.٨٣	٢٦.٦١	٣.٥٣٤	٠.٣١٦
يشعر الطلاب بالأمان تجاه تصرفات الإدارة في حالات الطوارئ	٢٩.٣٨	١٣.٠٠	٢٣.٦٢	٢٥.٨٣	٢.٩٧٩	٠.٣٩٥

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي

يتضح من الجدول السابق أنه لا اختلافات جوهرية بين أراء الطلاب بالمدن الجامعية الأربعة (الشروق، الفردوس، الزهور، الأمل) لجميع الأبعاد وكانت في المرتبة الأولى مدينة الشروق يليها من حيث إدراك أبعاد جودة الخدمة الأمل مدينة، ثم الزهور واخيراً مدينة الفردوس وذلك بمستوى معنوية يتراوح بين (٠.١٠٢)، (٠.٣١٦) فهنا نقبل الفرض العدمي الذي ينص على أنه لا توجد فروق أو اختلافات ذات دلالة إحصائية بين إدراك الطلاب بالمدن الجامعية الأربعة (الشروق، الفردوس، الزهور، الأمل).

جدول رقم (٢١) نتائج اختبار كروسكال والاس لتأثير المدينة الجامعية في بعد التعاطف

التعاطف	متوسط الرتب للاستجابات وفقاً للمدينة الجامعية				كروسكال والاس	معنوية
	الشروق	الفردوس	الزهور	الأمل		
يتسم سلوك العاملين باللطف مع الطلاب.	٣١.٨٨	١٥.٥٠	٢٢.٨٥	٢٤.١٧	٤.٦٣٨	٠.٢٠٠
تهتم الإدارة في المدينة الجامعية بالشكاوي من قبل الطلاب.	٣٢.٣٣	١٥.٥٠	٢١.٥٨	٢٧.٢٢	٦.٠٥٨	٠.١٠٩
تهتم إدارة المدن الجامعية باستطلاع آراء الطلاب عن الخدمات المقدمة لهم.	٣٤.٣٨	١٨.٠٠	٢٢.٧٣	٢٠.٦١	٧.٥٦٨	٠.٠٥٦

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي

يتضح من الجدول السابق أنه لا اختلافات جوهرية بين أراء الطلاب بالمدن الجامعية الأربعة (الشروق، الفردوس، الزهور، الأمل) لجميع الأبعاد وكانت في المرتبة الأولى مدينة الشروق يليها من حيث إدراك أبعاد جودة الخدمة الأمل مدينة، ثم الزهور وأخيراً مدينة الفردوس وذلك بمستوى معنوية يتراوح بين (٠.٠٥٦)، (٠.٢٠٠) فهنا نقبل الفرض العدمي الذي ينص على أنه لا توجد فروق أو اختلافات ذات دلالة إحصائية بين إدراك الطلاب بالمدن الجامعية الأربعة (الشروق، الفردوس، الزهور، الأمل).

١٦- مصفوفة معاملات الارتباط بين سمعة المنظمة وجودة الخدمة

جدول رقم (٢٢) مصفوفة معاملات الارتباط بين أبعاد جودة الخدمة وأبعاد سمعة المنظمة

الأبعاد	التوجه بالعميل	الرؤية	المسؤولية الاجتماعية
الجوانب المادية	**٠.٦٥٦	**٠.٦٢٥	**٠.٦٣١
الثقة والاعتمادية	**٠.٦١٨	**٠.٦٥١	**٠.٥٧١
الاستجابة	**٠.٥٥٥	**٠.٦٤١	**٠.٥٨٧
الأمان	**٠.٦٦٢	**٠.٦٧١	**٠.٦٥٧
التعاطف	**٠.٦٢٢	**٠.٥١٥	**٠.٥٥٤

****تشير إلى معامل الارتباط ذو الدلالة الإحصائية العالية عند مستوى معنوية ٠.٠١ ، ن=٣٠١مفردة**

يتضح من الجدول رقم (٢٢) السابق ما يأتي:

أ- يرتبط بُعد التوجه بالعميل كأحد أبعاد السمعة التنظيمية ارتباطاً طردياً ذو دلالة إحصائية مع جميع أبعاد جودة الخدمة حيث بلغت أكبر قيمة للارتباط مع بُعد الجوانب المادية كأحد أبعاد جودة الخدمة حيث كانت (٠.٦٥٦) وأقل قيمة ارتباط كانت بينه وبين بُعد التعاطف كأحد أبعاد جودة الخدمة وبلغت (٠.٥١٥) وجميعها قيم موجبة تدل على وجود علاقة ارتباط حقيقية غير راجعة للصدفة.

وبناءا على ما تقدم يمكن القول أن تحليل الارتباط يعطي مؤشراً مبدئياً عن مدى تأثير أبعاد كل من سمعة المنظمة في مستوى جودة الخدمة.

١٧- العلاقة بين جودة الخدمة والسمعة التنظيمية

نوضح في هذا الجزء العلاقة بين جودة الخدمة وسمعة المنظمة من خلال التعليق على نتائج الجدول الآتي:

جدول رقم (٢٣) نوع ودرجة العلاقة جودة الخدمة وسمعة المنظمة

(مخرجات تحليل الانحدار المتعدد Multiple Regression Analysis)

م	المتغيرات	معامل الانحدار Beta	معامل الارتباط	معامل التحديد
١	الجوانب المادية	٠.١٠٥*	٠.٦٦٨	٠.٤٤٦
٢	الثقة والاعتمادية	٠.١٥١*	٠.٦٥٩	٠.٤٣٤
٣	الاستجابة	٠.٠٢٢	٠.٦٥٥	٠.٤٢٩
٤	الأمان	٠.١٤٠**	٠.٦٧٣	٠.٤٥٢
٥	التعاطف	٠.٢٥٦***	٠.٧٢٣	٠.٥٢٢
معامل الارتباط في النموذج R			٠.٨٧٤	
معامل التحديد في النموذج R^2			٠.٧٦٤	
قيمة ف المحسوبة			١٣٣٠.٠٢٠	
قيمة ف الجدولية			٢.٠٥٣	
درجات الحرية			٥-٤٩٤	
مستوى الدلالة الإحصائية			٠.٠٠٠	

****تشير إلى معنوية اختبار T-Test عند مستوى معنوية ٠.٠٠١.**

*** تشير إلى معنوية اختبار T-Test عند مستوى معنوية ٠.٠٠٥.**

يتضح من خلال الجدول رقم (٢٣) السابق ما يأتي:

١-نوع وقوة العلاقة بين بين جودة الخدمة وسمعة المنظمة

- توجد علاقة خطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين متغيرات بين جودة الخدمة وسمعة المنظمة (مأخوذة بصورة إجمالية) وأن هذه العلاقة تمثل ٨٧% (وفقاً لمعامل الارتباط المتعدد في النموذج R)، وهذه العلاقة طردية فكلما زاد الاهتمام بجودة الخدمة ارتفع مستوى سمعة المنظمة.

- واتضح أيضاً أن مستوى جودة الخدمة تفسر حوالي ٧٦%(وفقاً لمعامل التحديد في النموذج R^2) من التباين الكلي بين جودة الخدمة وسمعة المنظمة.

٢ –الأهمية النسبية لمتغيرات جودة الخدمة اتضح من التحليل أن الخمسة متغيرات من المتغيرات الخاصة بجودة الخدمة تتمتع بعلاقة خطية موجبة ذات دلالة إحصائية فيما بينها وبين متغير مستوى سمعة المنظمة محل الدراسة الحالية.

يتضح مما سبق أنه يمكنها رفع مستوى السمعة التنظيمية للجامعة من خلال الاهتمام بأبعاد جودة الخدمة المقدمة للطلاب بالمدن الجامعية محل الدراسة.

وفي ضوء ما تقدم عرضه من نتائج، فقد تقرر رفض الفرض العد القائل "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى الاهتمام بجودة الخدمة بالمدن الجامعية محل البحث وبين مستوى السمعة التنظيمية لها" وتم قبول الفرض البديل "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مستوى الاهتمام بجودة الخدمة بالمدن الجامعية محل البحث وبين مستوى السمعة التنظيمية " وذلك لما أظهره نموذج تحليل الانحدار المتعدد أن هناك علاقة جوهرية عند مستوى معنوية ٠.٠١و ٠.٠٥ وفقاً لاختبار ف F–Test بين المتغيرات الخاصة بجودة الخدمة والسمعة التنظيمية.

١/١٦– نتائج تحليل الانحدار المتعدد لتحديد نوع ودرجة العلاقة بين بُعد(الملموسية) كأحد أبعاد جودة الخدمة وبين سمعة المنظمة

جدول رقم (٢٤) نوع ودرجة العلاقة بين بُعد (الجوانب المادية) وبين سمعة المنظمة (مخرجات تحليل الانحدار المتعدد Multiple Regression Analysis)

م	المتغيرات	معامل الانحدار Beta	معامل الارتباط	معامل التحديد
١	تتمتع المدينة الجامعية بموقع ملائم يسهل الذهاب إليه من وإلى الكلية.	٠.٦٣٠***	٠.٧٣٣	٠.٥٣٧
٢	يتسم مبنى المدينة بالنظافة والجمال بما يجعله لائقا لاستقبال الطلاب.	٠.٥٣٦***	٠.٦٤٠	٠.٤١٠
٣	المعدات والأجهزة من (أسرة وتلفاز ومطبخ) في المدينة حديثة.	٠.١٩٩*	٠.٦٠٧	٠.٣٦٨
٤	يوجد صالة للمذاكرة بالمدينة الجامعية مجهزة بشكل يساعد على المذاكرة.	٠.٦٦٦**	٠.٦٣٤	٠.٤٠٢
٥	يتمتع العاملين بمظهر أنيق ونظيف ومرتب.	٠.٣٥٥**	٠.٥٩٨	٠.٣٥٨
٦	يتناسب أعداد الإداريين بالطوابق مع عدد الطلاب بالمدينة الجامعية.	٠.٥٣٠***	٠.٦٦١	٠.٤٣٧
٧	يوجد صالة لممارسة الرياضة في أوقات الفراغ.	٠.٦٢٦***	٠.٦٣١	٠.٣٩٨

م	المتغيرات	معامل الانحدار Beta	معامل الارتباط	معامل التحديد
٨	يوجد ملعب لكرة القدم معد اعداد جيد وصالح للاستخدام.	٠.١٦٠*	٠.٥٠٧	٠.٢٥٧
٩	تتوفر الإسعافات الأولية اللازمة في حالات الطوارئ بالمدينة الجامعية.	٠.٦٧٥**	٠.٥٣٤	٠.٢٨٥
١٠	يوجد شبكة واي فاي تسهل عملية حضور المحاضرات والسكاشن أون لاين وتسهل عملية البحث العلمي على الانترنت.	٠.٤٠١**	٠.٥٨٨	٠.٣٤٦
١١	هل يوجد ما يساعد الطلاب على غسيل وتنظيف الملابس.	٠.٥٥٥***	٠.٦٢٢	٠.٣٨٧
١٢	أعداد الطلاب بالغرفة الواحدة مناسب ويساعد على توفير مناخ هادئ يساعد على التركيز.	٠.٦٣١***	٠.٥٢٠	٠.٢٧٠
١٣	يوجد أجهزة سخانات مياه تعمل بشكل منتظم	٠.١٧٠*	٠.٤٤٤	٠.١٩٧
	معامل الارتباط في النموذج R	٠.٧٤٣		
	معامل التحديد في النموذج R2	٠.٥٥٢		
	قيمة ف المحسوبة	٦٠.٩٩٩		
	قيمة ف الجدولية	٢.٣٥٥		
	درجات الحرية	١٣-٤٨٦		
	مستوى الدلالة الإحصائية	٠.٠٠٠		

**تشير إلى معنوية اختبار T-Test عند مستوى معنوية ٠.٠٠١.

* تشير إلى معنوية اختبار T-Test عند مستوى معنوية ٠.٠٠٥.

أظهرت نتائج أسلوب تحليل الانحدار المتعدد أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بُعد الملموسية وسمعة المنظمة، وأن هذه العلاقة تمثل ٧٤.٩% وفقاً لمعامل الارتباط المتعدد، وأن بُعد الملموسية يؤثر تأثيراً معنوياً في تدعيم سمعة الجامعة، وبالنظر إلى قيمة معامل التحديد R^2 نلاحظ أنها بلغت (٠.٥٥٢) وهذا يعني أن بُعد الملموسية يفسر ٥٥% من سمعة المنظمة، وتبقى ٤٥% تفسرها عوامل أخرى.

وفي ضوء ما سبق، فقد تقرر قبول الفرض الذي ينص على أنه يوجد علاقة ذو دلالة إحصائية بين بُعد الملموسية وبُعد سمعة المنظمة، وذلك بعد أن أظهر نموذج تحليل الانحدار المتعدد أن هناك علاقة جوهرية عند مستوى دلالة إحصائية ٠.٠١ ، ٠.٠٥ (وفقاً لاختبار ف) بين بُعد جودة الخدمة كمتغير مستقل وسمعة المنظمة كمتغير تابع عند مستوى دلالة إحصائية ٠.٠١ ، ٠.٠٥ طبقاً لاختبار T-Test.

٢/١٦- نتائج تحليل الانحدار المتعدد لتحديد نوع ودرجة العلاقة بين بُعد(الاعتمادية) كأحد أبعاد جودة الخدمة وبين سمعة المنظمة

جدول رقم (٢٥) نوع ودرجة العلاقة بين بُعد (الاعتمادية) وبين سمعة المنظمة

(مخرجات تحليل الانحدار المتعدد Multiple Regression Analysis)

م	المتغيرات	معامل الانحدار Beta	معامل الارتباط	معامل التحديد
١	تتوافر جميع المعلومات التي يحتاجها الطلاب على الموقع الإلكتروني للمدينة الجامعية.	٠.٥٤٦***	٠.٦٩٩	٠.٤٨٨
٢	يساعد الموقع الإلكتروني للمدينة الجامعية على التسجيل بوضوح وسهولة.	٠.٢٠٠*	٠.٥٣٤	٠.٢٨٥
٣	يتم تقديم الخدمة في الوقت المناسب.	٠.٤٢١***	٠.٤٥١	٠.٢٠٣
٤	يساعد جو المدينة الجامعية على ممارسة الأنشطة العلمية والرياضية والفنية بشكل يعتمد عليه ولا يضطر الطالب الخروج منها.	٠.١٠١	٠.٥٢٣	٠.٢٧٤
٥	المياه في المدينة الجامعية نقية وصالحة للشرب.	٠.١٥٥**	٠.٥٤٠	٠.٢٩٢
	معامل الارتباط في النموذج R		٠.٧١٧	
	معامل التحديد في النموذج R2		٠.٥١٤	
	قيمة ف المحسوبة		٥٨.٩٩١	
	قيمة ف الجدولية		٢.٢٥٦	
	درجات الحرية		٥-٤٩٤	
	مستوى الدلالة الإحصائية		٠.٠٠٠	

**تشير إلى معنوية اختبار T-Test عند مستوى معنوية ٠.٠٠١.

* تشير إلى معنوية اختبار T-Test عند مستوى معنوية ٠.٠٠٥.

أظهرت نتائج أسلوب تحليل الانحدار المتعدد أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بُعد الاعتمادية وجودة الخدمة، وأن هذه العلاقة تمثل ٧٢% وفقاً لمعامل الارتباط المتعدد، وأن بُعد الاعتمادية يؤثر تأثيراً معنوياً في تدعيم سمعة المنظمة، وبالنظر إلى قيمة معامل التحديد R^2 نلاحظ أنها بلغت (٠.٥١٤) وهذا يعني أن بُعد الاعتمادية يفسر ٥٢% من سمعة المنظمة ، وتبقى ٤٩% تفسرها عوامل أخرى.

وفي ضوء ما سبق، فقد تقرر قبول الفرض الذي ينص على أنه يوجد آثر ذو دلالة إحصائية بين بُعد الاعتمادية وسمعة المنظمة، وذلك بعد أن أظهر نموذج تحليل الانحدار المتعدد أن هناك علاقة جوهرية عند مستوى دلالة إحصائية ٠.٠٠١ ، ٠.٠٠٥ (وفقاً لاختبار ف) بين بُعد الاعتمادية

كمتغير مستقل وسمعة المنظمة كمتغير تابع عند مستوى دلالة إحصائية ٠.٠١ ، ٠.٠٥ طبقاً لاختبار T-Test.

٣/١٦- نتائج تحليل الانحدار المتعدد لتحديد نوع ودرجة العلاقة بُعد (الاستجابة) كأحد أبعاد الجودة وبين سمعة المنظمة.

جدول رقم (٢٦) نوع ودرجة العلاقة بين بُعد (الاستجابة) وبين سمعة المنظمة (مخرجات تحليل الانحدار المتعدد Multiple Regression Analysis)

م	المتغيرات	معامل الانحدار Beta	معامل الارتباط	معامل التحديد
١	توجد استجابة سريعة من العاملين بالمدينة الجامعية عند حدوث مشكلة.	٠.٣٠١**	٠.٦٠١	٠.٣٦١
٢	يتعاون جميع العاملين بالمدينة الجامعية في حل مشكلات الطلاب في أي وقت.	٠.٢٥٥**	٠.٦٣٣	٠.٤٠١
٣	تضع إدارة المدينة الجامعية مصلحة الطلاب في مقدمة اهتماماتها.	٠.٠٧٦	٠.٥٣٠	٠.٢٨١
٤	تقدم المدينة الجامعية النصح للطلاب عن طريق الندوات والمحاضرات.	٠.١٦٦*	٠.٥٤٠	٠.٢٩٢
	معامل الارتباط في النموذج R		٠.٦٨٠	
	معامل التحديد في النموذج R2		٠.٥٦٢	
	قيمة ف المحسوبة		٥٠.٥٤٤	
	قيمة ف الجدولية		٢.٢٤٠	
	درجات الحرية		٤-٤٩٥	
	مستوى الدلالة الإحصائية		٠.٠٠٠	

**تشير إلى معنوية اختبار T-Test عند مستوى معنوية ٠.٠٠١.

* تشير إلى معنوية اختبار T-Test عند مستوى معنوية ٠.٠٠٥.

أظهرت نتائج أسلوب تحليل الانحدار المتعدد أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بُعد الاستجابة وسمعة المنظمة، وأن هذه العلاقة تمثل ٦٨% وفقاً لمعامل الارتباط المتعدد، وأن بُعد الاستجابة يؤثر تأثيراً معنوياً في تدعيم سمعة المنظمة ، وبالنظر إلى قيمة معامل التحديد R^2 نلاحظ أنها بلغت (٠.٥٦) وهذا يعني أن بُعد الاستجابة يفسر ٥٦% من سمعة المنظمة، وتبقى ٤٤% تفسرها عوامل أخرى

وفي ضوء ما سبق، فقد تقرر قبول الفرض الذي ينص على أنه يوجد آثر ذو دلالة إحصائية بين بُعد الاستجابة وسمعة المنظمة، وذلك بعد أن أظهر نموذج تحليل الانحدار المتعدد أن هناك علاقة جوهرية عند مستوى دلالة إحصائية ٠.٠١ ، ٠.٠٥ (وفقاً لاختبار ف) بين بُعد الاستجابة كمتغير

مستقل وسمعة المنظمة كمتغير تابع عند مستوى دلالة إحصائية ٠.٠١ ، ٠.٠٥ طبقاً لاختبار T-Test.

٤/١٦- نتائج تحليل الانحدار المتعدد لتحديد نوع ودرجة العلاقة بُعد (الأمان) كأحد أبعاد جودة الخدمة وبين سمعة المنظمة

جدول رقم (٢٧) نوع ودرجة العلاقة بين بُعد (الأمان) وبين سمعة المنظمة (مخرجات تحليل الانحدار المتعدد Multiple Regression Analysis)

م	المتغيرات	معامل الانحدار Beta	معامل الارتباط	معامل التحديد
١	يشعر الطلاب بأنهم بأيد أمينة داخل المدينة الجامعية.	٠.٧٢٦***	٠.٧٨١	٠.٦٠٩
٢	يوجد ثقة بين الطلاب والعاملين بالمدينة الجامعية.	٠.٣٤٠**	٠.٥٥٥	٠.٣٠٨
٣	تراعي الإدارة الجدول الزمني لاستخدام الاجهزة والمعدات من صالات رياضية وملاعب.	٠.٠٩٩	٠.٤٥١	٠.٢٠٣
٤	يشعر الطلاب بالأمان تجاه تصرفات الإدارة في حالات الطوارئ	٠.٤٧١**	٠.٤٥٩	٠.٢١١
	معامل الارتباط في النموذج R		٠.٨٧١	
	معامل التحديد في النموذج R2		٠.٧٥٩	
	قيمة ف المحسوبة		٧٠.٠٢٦	
	قيمة ف الجدولية		٢.٤٤٤	
	درجات الحرية		٤- ٤٩٥	
	مستوى الدلالة الإحصائية		٠.٠٠٠	

**تشير إلى معنوية اختبار T-Test عند مستوى معنوية ٠.٠١.

* تشير إلى معنوية اختبار T-Test عند مستوى معنوية ٠.٠٥.

أظهرت نتائج أسلوب تحليل الانحدار المتعدد أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بُعد الأمان وسمعة المنظمة، وأن هذه العلاقة تمثل ٨٧.١% وفقاً لمعامل الارتباط المتعدد، وأن بُعد الأمان يؤثر تأثيراً معنوياً في تدعيم سمعة المنظمة وبالنظر إلى قيمة معامل التحديد R^2 نلاحظ أنها بلغت (٠.٧٥٩) وهذا يعني أن بُعد الأمان يفسر ٧٥% من سمعة المنظمة، وتبقى ٢٥% تفسرها عوامل أخرى.

وفي ضوء ما سبق، فقد تقرر قبول الفرض الذي ينص على أنه يوجد آثر ذو دلالة إحصائية بين بُعد الأمان وسمعة المنظمة، وذلك بعد أن أظهر نموذج تحليل الانحدار المتعدد أن هناك علاقة

جوهرية عند مستوى دلالة إحصائية ٠.٠١ ، ٠.٠٥ (وفقاً لاختبار ف) بين بُعد الأمان كمتغير مستقل وسمعة المنظمة كمتغير تابع عند مستوى دلالة إحصائية ٠.٠١ ، ٠.٠٥ طبقاً لاختبار T-Test.

٥/١٦- نتائج تحليل الانحدار المتعدد لتحديد نوع ودرجة العلاقة بين بُعد (التعاطف) كأحد أبعاد جودة الخدمة وبين سمعة المنظمة

جدول رقم (٢٩) نوع ودرجة العلاقة بين بُعد (التعاطف) وبين سمعة المنظمة

(مخرجات تحليل الانحدار المتعدد Multiple Regression Analysis)

م	المتغيرات	معامل الانحدار Beta	معامل الارتباط	معامل التحديد
١	يتسم سلوك العاملين باللطف مع الطلاب.	***٠.٦٧٧	٠.٦٩٨	٠.٤٨٧
٢	تهتم الإدارة في المدينة الجامعية بالشكاوي من قبل الطلاب.	***٠.٤٤٤	٠.٥٢٥	٠.٢٧٦
٣	تهتم إدارة المدن الجامعية باستطلاع آراء الطلاب عن الخدمات المقدمة لهم.	**٠.٢٥٢	٠.٥١٢	٠.٢٦١
	معامل الارتباط في النموذج R		٠.٨١٠	
	معامل التحديد في النموذج R2		٠.٦٥٦	
	قيمة ف المحسوبة		٨٨.٨٧٧	
	قيمة ف الجدولية		٢.٥١٢	
	درجات الحرية		٣-٤٩٦	
	مستوى الدلالة الإحصائية		٠.٠٠٠	

**تشير إلى معنوية اختبار T-Test عند مستوى معنوية ٠.٠١.

* تشير إلى معنوية اختبار T-Test عند مستوى معنوية ٠.٠٥.

أظهرت نتائج أسلوب تحليل الانحدار المتعدد أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بُعد التعاطف وسمعة المنظمة، وأن هذه العلاقة تمثل ٨١% وفقاً لمعامل الارتباط المتعدد، وأن بُعد التعاطف يؤثر تأثيراً معنوياً في تدعيم سمعة المنظمة، وبالنظر إلى قيمة معامل التحديد R^2 نلاحظ أنها بلغت (٠.٦٥٦) وهذا يعني أن بُعد التعاطف يفسر ٦٦% من سمعة المنظمة، وتبقى ٣٤% تفسرها عوامل أخرى.

وفي ضوء ما سبق، فقد تقرر قبول الفرض الذي ينص على أنه يوجد آثر ذو دلالة إحصائية بين بُعد التعاطف وسمعة المنظمة، وذلك بعد أن أظهر نموذج تحليل الانحدار المتعدد أن هناك علاقة جوهرية عند مستوى دلالة إحصائية ٠.٠١ ، ٠.٠٥ (وفقاً لاختبار ف) بين بُعد التعاطف كمتغير مستقل وسمعة المنظمة كمتغير تابع عند مستوى دلالة إحصائية ٠.٠١ ، ٠.٠٥ طبقاً لاختبار T-Test.

١٨- نتائج البحث

وتتلخص أهم نتائج البحث فيما يأتي:

- بصفة عامة تزداد قيمة التوقعات عن الجودة الفعلية أو المدركات للمتغيرات الفرعية لكل بُعد، وهو ما يعكس ارتفاع متوسط قيمة المتوقع عن المدرك، مما يستوجب على المسؤولين الاهتمام والنظر مرة أخرى في جودة الخدمات المقدمة للطلاب.
- متوسط نتائج مقاييس فجوة الخدمة لنموذج Servperf قبل وبعد الترجيح بالأهمية النسبية، يتضح أن هناك تغيير جذري في ترتيب كل منها بحيث لم يبقى بُعد في ترتيبه بعد الترجيح مثلما كان قبل الترجيح، ومن ذلك يتضح أنه يجب أخذ الأهمية النسبية لكل متغير في الحسبان عند قياس جودة الخدمة بنموذج Servperf هي الأولى بطبيعة الحال يترتب عليه نتائج مختلفة مقارنة باستخدام النموذج دون مراعاة الأهمية النسبية لكل بُعد على حده.
- بالنسبة لاختبار مان ويتني لا توجد اختلافات بين ذات دلالة معنوية بين إدراكات الذكور والإناث بالنسبة لبُعد الملموسية والاعتمادية والاستجابة والأمان والتعاطف كأحد أبعاد جودة الخدمة المقدمة لهم، ولكن ذلك باستثناء العبارة "يوجد ملعب لكرة القدم معد اعداد جيد وصالح للاستخدام" فيوجد فروق معنوية بين إدراك الطلاب لها وذلك يعزى لوجود ملعب لكرة القدم بمدينة الأمل ويوجد ملعب لكرة السلة بمدينة الشروق ولكنه غير معد بشكل كامل، وأيضاً عبارة " تتوفر الإسعافات الأولية اللازمة في حالات الطوارئ بالمدينة الجامعية" وذلك يعزى لوجود صناديق للإسعافات في جميع المدن الجامعية الأربعة وإن كان بعضها غير مجهز بالأدوات والأدوية اللازمة للإسعافات الأولية.

- بالنسبة لاختبار كروسكال والاس توجد اختلافات جوهرية بين أراء الطلاب بالمدن الجامعية الأربعة (الشروق، الفردوس، الزهور، الأمل) لثلاثة أبعاد من أبعاد جودة الخدمة المقدمة لهم وهما (الاستجابة والأمان والتعاطف) ولكن لا توجد اختلافات جوهرية بين أراء الطلاب بالمدن الجامعية الأربعة (الشروق، الفردوس، الزهور، الأمل) لبُعدين أبعاد من أبعاد جودة الخدمة المقدمة لهم وهما (الملموسية، الاعتمادية).
- بالنسبة لسلوب تحليل الارتباط فيعطي مؤشراً مبدئياً عن مدى تأثير أبعاد كل من سمعة المنظمة في مستوى جودة الخدمة وأن هناك علاقة ارتباط طردية قوية بين مستوى جودة الخدمة وسمعة المنظمة وان جميع معاملات الارتباط كانت موجبة فكلما زاد الاهتمام بمستوى جودة الخدمة انعكس ذلك إيجابيا على سمعة الجامعة.
- اتضح من التحليل أن الخمسة متغيرات من المتغيرات الخاصة بجودة الخدمة تتمتع بعلاقة خطية موجبة ذات دلالة إحصائية فيما بينها وبين متغير مستوى سمعة المنظمة محل الدراسة الحالية.

١٩-توصيات البحث

في ضوء النتائج التي تم التوصل إليها أمكن التوصل إلى مجموعة من التوصيات التي يمكن أن تساهم في تعزيز تحسين مستوى جودة الخدمة بالمدن الجامعية بجامعة مدينة السادات بمحافظة المنوفية بما ينعكس بالإيجاب على السمعة التنظيمية للمنظمة وفيما يأتي نوضح هذه التوصيات

- توفير السكن المميز للمتميزين دراسيا وليس لمن يدفع أعلى فقط.
- زيادة عدد الإداريين بالطوابق بما يتناسب مع عدد الطلاب بكل طابق.
- اعداد خطة تدريبية للعاملين تنمى مهارات التواصل لديهم وتساعدهم على مواجهة المشكلات في حالات الطوارئ وجميع الظروف.
- توفير صالات رياضية بالمدن الثلاثة (الشروق – الفردوس – الزهور) حيث يوجد ملعب رياضي فقط بمدينة الأمل.
- وعمل جدول زمني لاستخدام الصالات الرياضية.

- اعداد ندوات توعية وورش عمل للطلاب داخل المدن الجامعية.
- توضيح الأدوار لكي يستطيع الطالب سرعة التواصل مع الشخص المسؤول لحل المشكلة.
- إتاحة جميع المعلومات التي يحتاجها الطلاب على الموقع الرسمي للمدن الجامعية بالإضافة إلى توفير خط ساخن لتلقي الاستفسارات المهمة لكي يكون لدى الطلاب أثر من وسيلة للتواصل مع العاملين بالمدن الجامعية.
- توفير فلاتر لتنقية المياه حتى يتمكن الطلاب من الحصول على مياه تصلح للشرب.
- توفير ماتور لتوصيل المياه للدور الأخير بالمبنى.
- فصل الكليات بمدينة الأمل (الطلاب).
- توفير غسالة لتنظيف الملابس حيث يقطن في تلك المدن طلاب من الصعيد فيصعب عليهم السفر بشكل مستمر.
- تخفيض أعداد الطلاب في الحجرة الواحدة.
- توفير صناديق الإسعافات الأولية بجميع الطوابق بالمدينة الجامعية.
- العمل على نظافة الحمامات وصيانتها بشكل دوري.
- الاهتمام بجودة الأكل.
- بتوفير شبكة واي فاي تساعد الطلاب على حضور المحاضرات والسكاشن الخاصة بهم بشكل منتظم.
- توفير صالة للمذاكرة معدة بشكل يوفر جو هادئ يستطيع الطلاب من خلاله التركيز.
- زيادة عدد السخانات بما يتناسب مع الطلاب.

٢٠-البحوث المستقبلية المقترحة

أظهرت نتائج هذا البحث عدداً من المجالات التي تستحق الاهتمام والدراسة والتحليل من وجهة نظر الباحثة ومن أهم هذه القضايا ما يأتي:

-علاقة مستوى جودة الخدمة المقدمة للعملاء بمستوى جودة الخدمات اللوجستية المقدمة من الجامعة

-علاقة نمط القيادة وجودة الخدمة بسمعة الجامعة

-علاقة تسويق الخدمات الحكومية بالسمعة التنظيمية للجامعة

المراجع

المراجع العربية

- إدريس، ثابت عبدالرحمن(٢٠٠٨)، بحوث التسويق، أساليب القياس والتحليل واختبار الفروض، الإسكندرية، الدار الجامعية.
- الشهراني، محمد أحمد موسى(٢٠٢٤)" إدارة السمعة التنظيمية للجامعات السعودية الحكومية لتحقيق الميزة التنافسية" تصور مقترح، رسالة دكتوراه، جامعة الملك سعود، كلية التربية.
- السلمي؛ شعيبي، محمد خالد محمد، فيصل أحمد عابد(٢٠٢٤)"دور القيادة التحويلة في تعزيز السمعة التنظيمية: دراسة ميدانية على العاملين الإداريين بالشؤون الصحية بمحافظة جدة، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، المجلد٨، العدد٧.
- الشريفي؛ العنزي، زينب هادي معيوف، أميرة خضير كاظم (٢٠٢٢)"تأثير الاستدامة التنظيمية على السمعة التنظيمية: دراسة تطبيقية في الشركة العامة للأسمنت العراقية – معاونيه أسمنت الجنوبية، مجلة الغري الكوفة، كلية الإدارة والاقتصاد، مجلد١٨، العدد٣.
- العوضي؛ محمد، منصور ، محمد، (٢٠٢٢) تأثير جودة أداء الخدمات على رضا العملاء، دراسة ميدانية، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة.
- جهاد داود سلمان، (٢٠٢٣)، " الاستجابة الاستراتيجية ودورها في تحسين جودة الخدمات" رسالة ماجستير، جامعة كربلاء، كلية الإدارة والاقتصاد.
- حمادة، أسماء شعبان على (٢٠٢١)"آليات بناء السمعة التنظيمية للجامعات المعاصرة (دراسة تحليلية)، رسالة دكتوراه الفلسفة في التربية تخصص التربية المقارنة والإدارة التعليمية، جامعة عين شمس، كلية التربية.
- طه؛ عبده، حسنين السيد حسنين، أسماء فتحي سيد (٢٠٢٢)"العلاقة بين السمعة التنظيمية والسمعة التنظيمية: دراسة تطبيقية على البنوك التجارية في مصر، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، جامعة مدينة السادات، كلية التجارة، المجلد ١٣، العدد١.
- لبيب، حسن عيد (٢٠٢١) "تحليل العلاقة بين جودة الخدمة الصحية ورضا العملاء" دراسة تطبيقية على قطاعي المستشفيات الجامعية والخاصة بمحافظة الفيوم، مجلة البحوث المالية والتجارية، العدد٢.

- محمد؛ نور الدين، دعاء محمد صبري محمد، أحمد محمد عبدالحي (٢٠٢٣)"أثر الجينات التنظيمية والهوية التنظيمية على السمعة التنظيمية: الدور المعدل لاستدامة الأداء: دراسة تطبيقية على العاملين بفروع البنك الأهلي المصري، مجلد١٥، العدد٣.
- هشام ، يحيى علي محمد (٢٠٢٤)، "أثر جودة الخدمة على الاحتفاظ بالعملاء" بحث ميداني لآراء عينة من عملاء شركة يمن موبايل في مدينة ذمار"، المجلة العلمية لكلية التربية ، المجلد١٣، العدد١،جامعة ذمار، كلية العلوم الإدارية.

- **المراجع الأجنبية**

- Ali, H.,Yin,J., Manzoor, F., & An, M. (2023) The impact of corporate social responsibility on firm reputation and organizational citizenship behavior: the mediation of organic organizational cultures. Frontiers in Psychology, 13,1100448.
- Aguilera-Caracuel, J., Guerrero-Villegas, J., & García-Sánchez, E. (2017). Reputation of multinational companies: Corporate social responsibility and internationalization. European Journal of Management and Business Economics, 26(3), 329-346.
- Cronin Jr, J., & Taylor, S. A. (1992). Measuring service quality: a reexamination and extension. The journal of marketing, 55-68.
- Deloitte (2016), Reputation Matters: Developing Reputational Resilience Ahead of Your Crisis, Deloitte Risk Advisory, June, New York, NY, availableat:www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/at/Documents/risk/deloitte-uk-reputation-matters-june-2016.pdf.
- Gurler, H. E. (2024). How does service quality predict loyalty? The serial mediation effects of perceived value and consumer brand identification. International Journal of Quality & Reliability Management.
- Ginesti, G., Caldarelli, A., & Zampella, A. (2018). Exploring the impact of intellectual capital on company reputation and performance. Journal of Intellectual Capital, 19(5), 915-934.
- Ramakrishnan, S., Mutum, D. S., Chit, M. M., & Wong, M. S. (2024). Occupational stress as a mediator between organisational intelligence traits and digital government service quality: a triangulation design approach. Journal of Service Theory and Practice.
- Osman, I., Omar, E. N., Ratnasari, R. T., Furqon, C., & Sultan, M. A. (2024). Perceived service quality and risks towards satisfaction of online

halal food delivery system: from the Malaysian perspectives. Journal of Islamic Marketing.

- Park, B. and Ghauri, P.N. (2015), "Determinants influencing CSR practices in small and medium sized MNE subsidiaries: a stakeholder perspective", Journal of World Business, Vol. 50 No. 1, pp. 192-204.
- Pires, V., & Trez, G. (2018). Corporate reputation: A discussion on construct definition and measurement and its relation to performance. Revista de Gestão, 25(1), 47-64.
- Jeong, Y. (2024). Effect of baseball stadium food service quality on outcome variables with emphasis on the moderating role of stadium atmosphere. International Journal of Sports Marketing and Sponsorship.
- Walsh., G. & Beatty, S.E, (2007). Customer- based corporate reputation of service firm: scale development and validation. Journal of the academy marketing science, 35, 127-143.

نموذج مقترح لتفعيل نظم المحاسبة الإدارية الرقمية في تحليل المخاطر غير المالية وتعزيز فعالية القرار المحاسبي – دراسة اختبارية على شركات التكنولوجيا

A Proposed Model for Activating Digital Management Accounting Systems in Analyzing Non-Financial Risks and Enhancing Accounting Decision Effectiveness – An Empirical Study on Technology Companies

د. أحمد جمعه قرني اسماعيل*

(*) د. أحمد جمعه قرني اسماعيل: مدرس – كلية التجارة وإدارة الأعمال جامعة حلوان

Email : dr.ahmedmarzk@gmail.com

الملخص باللغة العربية:

يهدف هذا البحث إلى تقديم نموذج محاسبي مقترح لتفعيل نظم المحاسبة الإدارية الرقمية في تحليل المخاطر غير المالية وتعزيز فعالية القرار المحاسبي، وذلك من خلال دراسة اختبارية تم تطبيقها على عينة من شركات التكنولوجيا العاملة في البيئة المصرية. وقد انطلق البحث من فجوة واضحة في الأطر المحاسبية التقليدية، التي لم تعد كافية للتعامل مع التحديات البيئية والاجتماعية والحوكمية (ESG) في ظل التحول الرقمي وتسارع المخاطر غير المالية.

اعتمد الباحث على منهجية مزدوجة جمعت بين التحليل النظري العميق والنمذجة التطبيقية باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات، وتم تطوير نموذج "DRiMAP" كمكون محاسبي ديناميكي يشمل ست وحدات رئيسية (تحليل البيانات الضخمة، المحرك التنبؤي، الإنذار المبكر، محاسبة السجلات المفتوحة، البلوكتشين، وحلقة التعلم المؤسسي). وقد تم اختبار النموذج من خلال استبيان موزع على ١١٨ من المحاسبين والمراجعين ومديري المخاطر في شركات التكنولوجيا، وتم تحليل النتائج باستخدام أدوات إحصائية متقدمة.(EFA, CFA, SEM)

أظهرت النتائج التطبيقية فاعلية النموذج المقترح في دعم الدور الاستباقي للمحاسب الإداري، وتحسين جودة اتخاذ القرار، ورفع مستوى الشفافية والحوكمة. كما اقترح الباحث إطارًا معياريًا جديدًا تحت اسم IFRS/ESG–DMAالتوحيد آليات القياس والإفصاح عن المخاطر غير المالية. ويُعد هذا البحث مساهمة علمية تطبيقية لمعالجة فجوة بحثية حقيقية في المحاسبة الرقمية المعاصرة.

الكلمات المفتاحية:المخاطر غير المالية، المحاسبة الإدارية الرقمية، الذكاء الاصطناعي، نموذج DRiMAP، الحوكمة المؤسسية، القرار المحاسبي، .ESG

Abstract :

This study aims to present a proposed accounting model for activating digital management accounting systems in analyzing non-financial risks and enhancing the effectiveness of accounting decision-making. The research is based on an empirical investigation conducted on a sample of Egyptian technology companies, in response to a recognized gap in conventional accounting frameworks, which remain insufficient in addressing environmental, social, and governance (ESG) challenges in the era of digital transformation.

The study adopted a dual-method approach combining theoretical analysis and applied modeling, utilizing AI tools and big data analytics. The researcher developed the DRiMAP Model—a dynamic framework comprising six integrated components (Big Data Analytics, Predictive Engine, Early Warning Indicators, Open Book Accounting, Blockchain Layer, and Learning Feedback Loop). The model was tested using a structured questionnaire distributed to 118 professionals in accounting, auditing, and risk management, and the data were analyzed using advanced statistical techniques (EFA, CFA, SEM).

The empirical findings confirm the model's effectiveness in supporting the proactive role of management accountants, enhancing decision quality, and strengthening corporate governance. The researcher also proposes a future international standard—IFRS/ESG-DMA—to standardize ESG-based accounting disclosure. This research contributes a practical and theoretical advancement to the evolving field of digital accounting.

Keywords:

Non-financial risks, Digital Management Accounting, Artificial Intelligence, DRiMAP Model, Corporate Governance, Accounting Decision-Making, ESG.

المبحث الأول: الإطار العام للدراسة

أولاً: مقدمة الدراسة:

تشهد بيئات الأعمال الرقمية، لا سيما في قطاع التكنولوجيا، تصاعدًا غير مسبوق في **حدة وتعقيد المخاطر غير المالية**، التي يصعب رصدها والتنبؤ بها من خلال النماذج المحاسبية التقليدية. وتشمل هذه المخاطر: الانبعاثات البيئية، الانحرافات التنظيمية، تحديات السمعة المؤسسية، والهجمات السيبرانية، والتي باتت تؤثر بصورة مباشرة على استدامة المؤسسة وقدرتها التنافسية.

وفي هذا السياق، لم تعد نظم المحاسبة الإدارية تُختزل في وظائفها التقليدية المرتبطة بقياس الأداء المالي أو دعم إعداد الموازنات، بل أصبحت مطالبة بالتحول إلى **منصات تحليل ذكية واستباقية**، تدمج بين المعالجة المحاسبية والقدرات التكنولوجية الحديثة، مثل **الذكاء الاصطناعي، تحليل البيانات الضخمة، والتعلّم التنظيمي الذاتي**، بهدف توليد استجابات مؤسسية سريعة ومدعومة بالبيانات في مواجهة المخاطر غير المالية.

وانطلاقًا من هذه التحديات، تسعى هذه الدراسة إلى **بناء نموذج محاسبي إداري رقمي متكامل – DRiMAP**، يُعيد تعريف وظيفة المحاسبة الإدارية في بيئة المخاطر الجديدة، من خلال ربط نظم التحليل المحاسبي بالاستجابة الاستراتيجية الديناميكية، واختبار هذا النموذج تطبيقيًا على عينة من شركات التكنولوجيا في السوق المصري.

ثانياً: مشكلة الدراسة:

رغم التطور المتسارع في بنية نظم المعلومات المحاسبية، وتزايد الاعتماد على المنصات الرقمية الذكية في دعم القرار، إلا أن **نظم المحاسبة الإدارية** لا تزال تُعاني من قصور واضح في التعامل مع **المخاطر غير المالية** التي أصبحت أكثر تعقيدًا وتداخلًا في بيئة الأعمال الرقمية، خاصةً في شركات التكنولوجيا. فقد أظهرت الأدبيات الحديثة (Zhou et al., 2025; Nguyen & Ahmed, 2024) أن النماذج المحاسبية الحالية غالبًا ما تُركّز على الأداء المالي الكمي، دون قدرة فعّالة على:

- رصد وتحليل المؤشرات السلوكية والتنظيمية المرتبطة بالمخاطر البيئية والاجتماعية؛
- دمج البيانات المالية وغير المالية في منظومة تحليل واحدة لحظية؛

- توليد قرارات استباقية قائمة على الذكاء الاصطناعي وقابلة للتوثيق والحوكمة.

ويُعزى هذا القصور إلى غياب نموذج محاسبي إداري تطبيقي **يوحّد أدوات التحليل الرقمي الحديثة** (مثل الذكاء الاصطناعي، البيانات الضخمة، البلوكتشين) ضمن إطار متكامل قادر على استشعار المخاطر والتفاعل معها بمرونة وشفافية.

وعليه، تنطلق هذه الدراسة من **فجوة علمية واضحة في الأدبيات المعاصرة**، تتمثل في افتقار النماذج المحاسبية إلى إطار تطبيقي ذكي وديناميكي يدعم الاستجابة الفورية والمستندة إلى البيانات تجاه المخاطر غير المالية.

وعليه، تتمثل **مشكلة الدراسة الرئيسة** في السؤال التالي:

"**هل يمكن لنموذج محاسبي إداري رقمي متكامل، يجمع بين أدوات التحليل الذكي ووظائف المحاسبة، أن يُسهم في تعزيز الاستجابة الاستراتيجية للمخاطر غير المالية في شركات التكنولوجيا؟**"

ثالثاً: تساؤلات الدراسة:

- إلى أي مدى تسهم **نظم المحاسبة الإدارية الرقمية**، في صورتها الحالية، في دعم الاستجابة المؤسسية للمخاطر غير المالية في بيئة الأعمال الرقمية؟
- ما أوجه القصور المنهجي والوظيفي في النماذج المحاسبية التقليدية تجاه **المخاطر البيئية والاجتماعية والتنظيمية؟**
- ما الأسس النظرية والتكنولوجية التي يجب أن يقوم عليها **إطار محاسبي استباقي ذكي** قادر على التفاعل مع المخاطر غير المالية؟
- كيف يمكن بناء نموذج تطبيقي متكامل (DRiMAP) يدمج بين الذكاء الاصطناعي، البيانات الضخمة، ومؤشرات الأداء غير المالي في بنية محاسبة إدارية تفاعلية؟
- إلى أي مدى يُسهم تطبيق نموذج DRiMAP في **تحسين جودة القرار المحاسبي** مقارنة بالنماذج التقليدية؟
- ما الفروق الإحصائية في فعالية الاستجابة للمخاطر غير المالية بين الشركات التي تطبّق النموذج المقترح وتلك التي تعتمد نظمًا تحليلية تقليدية؟

رابعاً: أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف العلمية والتطبيقية المتكاملة، على النحو التالي:

١. **تحليل نقدي للأطر المحاسبية والإدارية التقليدية** للكشف عن أوجه القصور في استيعابها للمخاطر غير المالية (البيئية، الاجتماعية، السيبرانية، والسمعة) داخل بيئة الأعمال الرقمية.
٢. **صياغة إطار مفاهيمي متكامل** يربط بين نظم المحاسبة الإدارية الرقمية، أدوات التحليل الذكي (الذكاء الاصطناعي، البيانات الضخمة)، ومؤشرات الاستدامة(ESG) ، بوصفها بنية تحليلية متداخلة لمواجهة التحديات غير المالية.
٣. **تطوير نموذج محاسبي تطبيقي جديدDRiMAP –** ، يُعيد تعريف وظيفة المحاسب الإداري بوصفه محللاً تنبؤيًا قادرًا على استشعار المخاطر غير المالية، وتوجيه الاستجابة المؤسسية بصورة ديناميكية وشفافة.
٤. **اختبار فعالية النموذج المقترح ميدانيًا** في بيئة شركات التكنولوجيا المصرية، من خلال تحليل البيانات الإحصائية باستخدام أدوات مثل تحليل العواملEFA) ، (CFA، ونماذج المعادلات الهيكلية.(SEM)
٥. **تقييم الأثر الفعلي لتطبيق النموذج** على تحسين جودة القرار، وفعالية تخصيص الموارد المحاسبية، ورفع مستوى الحوكمة المؤسسية، مقارنة بالنماذج التقليدية المعتمدة حاليًا.
٦. **اقتراح إطار معياري مستقبلي** مستوحى من النموذج التطبيقي، يمكن من خلاله تعزيز التكامل بين المحاسبة الإدارية والحوكمة الرقمية، بما يدعم التحول نحو المحاسبة الذكية في بيئات الأعمال عالية المخاطر.

خامساً: أهمية الدراسة:

تأتي أهمية هذه الدراسة من أنها تُعالج فجوة حقيقية في الأدبيات المحاسبية الحديثة، حيث تُعد من أوائل الدراسات التي تسعى إلى **بناء نموذج محاسبي إداري تطبيقي متكامل** يستجيب للمخاطر غير المالية في بيئات الأعمال الرقمية عالية التعقيد، وذلك عبر **دمج أدوات التحليل الذكي (الذكاء**

الاصطناعي، البيانات الضخمة، البلوكتشين) مع مؤشرات ESG في بنية محاسبية ديناميكية قابلة للتطبيق والاختبار.

وتتجلى أهمية الدراسة في الجوانب الآتية:

- **من الناحية النظرية** :تُقدّم الدراسة **إضافة علمية جديدة** من خلال تطوير نموذج DRiMAP بوصفه إطارًا تحليليًا يتجاوز محدودية النماذج التقليدية التي عالجت المخاطر من زاوية مالية فقط، دون دمج فعلي بين التحليل المحاسبي والمؤشرات غير المالية.
- **من الناحية التطبيقية** :تُتيح الدراسة نموذجًا قابلاً للتنفيذ داخل الشركات الرقمية، بما يُمكّن المؤسسات من **استشعار المخاطر غير المالية لحظيًا**، وتوجيه القرارات المحاسبية على نحو تفاعلي، مما يُسهم في **تحسين تخصيص الموارد وتعزيز المرونة المؤسسية.**
- **من الناحية الاستراتيجية** :تُعيد الدراسة صياغة دور المحاسب الإداري، من وظيفة تقليدية قائمة على التتبع، إلى **دور استباقي وتشاركي في صناعة القرار**، بما يعزز من وظائف الحوكمة والمساءلة في سياق اقتصاد رقمي يتسم بالشفافية اللحظية والتعقيد المتزايد للمخاطر.
- **من حيث المردود المؤسسي** :يُتوقع أن يُسهم تطبيق النموذج المقترح في **رفع جودة الإفصاح، تحسين سرعة الاستجابة، وزيادة دقة التنبؤ بالأزمات التنظيمية**، وهو ما يمنح المؤسسات ميزة تنافسية في بيئة الأعمال القائمة على الابتكار والامتثال الذكي.

وبذلك، تُعد هذه الدراسة مساهمة أصيلة في تطوير **الوظيفة التفاعلية للمحاسبة الإدارية الرقمية،** وتأسيسًا علميًا لممارسات جديدة في إدارة المخاطر غير المالية باستخدام أدوات الذكاء والتكامل الرقمي.

سادساً: فروض الدراسة :

الفرض الأول: *توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين النماذج المحاسبية التقليدية والنموذج المقترح (DRiMAP)في قدرتها على تحليل والتعامل مع المخاطر غير المالية في بيئة الأعمال الرقمية.*

الفرض الثاني: *يسهم تطبيق النموذج المحاسبي المقترح (DRiMAP) في تعزيز الدور الاستباقي للمحاسب الإداري في استشعار المخاطر غير المالية وتوجيه الاستجابة المؤسسية*

الفرض الثالث : *يرتبط دمج مؤشرات الأداء غير المالي (ESG) داخل النموذج المحاسبي الرقمي (DRiMAP)إيجابيًا بتحسين جودة اتخاذ القرار، ورفع مستوى الشفافية والحوكمة المؤسسية.*

الفرض الرابع: *يؤدي تطبيق النموذج المحاسبي المقترح (DRiMAP) إلى تحسين جودة اتخاذ القرار المحاسبي، وزيادة فعالية تخصيص الموارد، ورفع مستوى الحوكمة المؤسسية، مقارنة بالنماذج المحاسبية التقليدية.*

سابعاً: حدود الدراسة :

الحد الزمني :تمتد الفترة التحليلية من ٢٠٢٢ إلى ٢٠٢٥.

الحد المكاني :تقتصر الدراسة على شركات التكنولوجيا ذات النضج الرقمي العاملة في مصر.

الحد الموضوعي :تركز على المخاطر غير المالية (البيئية، الاجتماعية، السيبرانية، السمعة)، دون التطرق للمخاطر المالية التقليدية.

ثامناً: منهجية الدراسة:

تعتمد الدراسة على تصميم علمي تجريبي قائم على اختبار نموذج محاسبي مقترح Model) (Testing Design، حيث تم بناء نموذج DRiMAP انطلاقًا من المنهج الاستنباطي، ثم تحويل مكوناته النظرية إلى متغيرات قابلة للقياس داخل نموذج إحصائي، تم اختباره باستخدام تحليل العوامل، ونماذج المعادلات الهيكلية، وتحليل الحساسية، للتأكد من فاعلية النموذج في بيئة شركات التكنولوجيا.

المنهج الاستنباطي:(Deductive Approach)

ويُستخدم في بناء النموذج المحاسبي المقترح(DRiMAP) ، من خلال الانطلاق من الأطر النظرية والمفاهيم الحديثة في أدبيات المحاسبة الإدارية والتحليل الذكي، وصياغة الفروض التي تعكس العلاقات السببية المتوقعة بين مكونات النموذج ونتائج التطبيق.

المنهج الاستقرائي:(Inductive Approach)

ويُستخدم في تحليل البيانات الميدانية المستخلصة من واقع شركات التكنولوجيا المصرية، واستخلاص النتائج الفعلية لاختبار مدى صحة الفروض، وتقييم فاعلية النموذج المقترح في دعم الاستجابة المؤسسية للمخاطر غير المالية.

تاسعاً: الدراسات السابقة

دراسات تناولت نظم المحاسبة الإدارية الرقمية

- **دراسة Nguyen & Ahmed (2024)**

وهدفت إلى تقييم فعالية النظم المحاسبية الإدارية الرقمية في بيئات الأعمال الديناميكية، لا سيما في شركات التكنولوجيا الأوروبية التي تشهد معدلات مرتفعة من التغير التنظيمي والمخاطر غير المالية. اعتمد الباحثان على تحليل مقارن لعدد ٦٠ نظامًا محاسبيًا رقميًا تم تطبيقها بين عامي ٢٠١٩ و٢٠٢٣، مع التركيز على قدرتها على دعم قرارات إدارة المخاطر والتكيف مع متطلبات الحوكمة المؤسسية.

أظهرت الدراسة أن غالبية هذه النظم لا تزال أسيرة النماذج التقليدية التي تركّز على مؤشرات الأداء المالي فقط، دون أن تُدرج التحليلات غير المالية – مثل مؤشرات الامتثال، السمعة، أو الأثر البيئي – ضمن دائرة صنع القرار المحاسبي. كما كشفت الدراسة عن ضعف الترابط بين مخرجات النظم المحاسبية والتحليل اللحظي للمتغيرات البيئية والاجتماعية، وهو ما يحد من قدرة هذه النظم على الاستجابة الديناميكية للمخاطر المتجددة.

وقد نوّه الباحثان إلى غياب الرؤية التنبؤية المتكاملة في تصميم هذه النظم، فضلًا عن افتقارها إلى أدوات توثيق شفافة أو بنية تفاعلية تسمح بالتعلم المؤسسي أو التكيّف مع مخرجات التطبيق.

ويري الباحث أن هذه الدراسة بأنها تمثل مرجعًا محوريًا في تأكيد قصور النماذج المحاسبية الرقمية السائدة، وتُعزز الحاجة إلى تطوير إطار تطبيقي أكثر شمولًا. وبذلك تُعد هذه الدراسة منطلقًا تحليليًا أساسيًا لبناء نموذجDRiMAP ، الذي يستهدف إعادة هيكلة وظيفة المحاسبة الإدارية عبر إدماج التحليل الذكي، أدوات التفاعل اللحظي، والتوثيق المؤسسي داخل نظام واحد متكامل، يُمكِّن الشركات من مواجهة المخاطر غير المالية بصورة أكثر مرونة وشفافية.

- **دراسة Harrison & Vale (2024)**

وسعت إلى استكشاف العلاقة بين مستوى نضج النظم المحاسبية الرقمية ودرجة الشفافية المؤسسية، في سياق التحول المتسارع نحو المحاسبة التفاعلية. وقد ركّز الباحثان على كيفية تأثير تصميم هذه

النظم في دعم الاستجابة المؤسسية للمخاطر غير المالية، من خلال دراسة ميدانية شملت ٤٢ شركة تكنولوجية أوروبية تعتمد بنى رقمية متقدمة في نظمها المحاسبية.

أظهرت نتائج الدراسة أن المؤسسات التي اعتمدت نظمًا محاسبية مرنة، تتسم بقدرتها على تدفق البيانات الأفقي بين الإدارات الداخلية، وتتيح قدرًا عاليًا من المشاركة اللحظية لمؤشرات الأداء، قد حققت استجابة أسرع وأكثر دقة تجاه المخاطر البيئية والتنظيمية .كما ارتبطت هذه المرونة بارتفاع مستوى الشفافية الداخلية، وتحسّن القدرة على اتخاذ قرارات تشاركية تعتمد على بيانات محدثة في الزمن الحقيقي.

ومع ذلك، انتقدت الدراسة بشكل غير مباشر غياب التفاعل بين هذه النظم الرقمية والمكونات الخارجية للحوكمة، مثل الإفصاح لأصحاب المصلحة، أو ربط مخرجات النظام بمؤشرات ESG أو آليات التحقق المؤسسي. كما لم تتناول الدراسة دور النظم المحاسبية في دعم التوثيق المؤسسي أو التنبؤ الوقائي بالمخاطر، بل اقتصر تناولها على البنية التشغيلية الداخلية فقط.

ويرى الباحث أن هذه الدراسة تمثل مساهمة مهمة في تأكيد أن النظم المحاسبية الرقمية، رغم تطورها، لا تزال تعاني من محدودية في التعامل مع أبعاد الحوكمة الكاملة، كما أنها تُهمل ربط التحليل المالي بالاستجابة التنبؤية لمخاطر الاستدامة. ومن هنا، فإن النموذج المقترح DRiMAP يسعى إلى البناء على هذه النتائج من خلال إدخال وحدات تحليل ذكية، ومؤشرات إنذار مبكر، وآليات توثيق متكاملة مثل محاسبة السجلات المفتوحة والبلوكتشين، بما يُعيد تشكيل وظيفة المحاسبة الإدارية كمحور استراتيجي داخل منظومة القرار المؤسسي الكلي، وليس مجرد أداة داعمة للإدارات التشغيلية.

- **دراسة سوسن فوزي محمد عساف(2022)**

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر تطبيق نظم الذكاء الاصطناعي على طبيعة وأدوار المحاسب الإداري في بيئات الأعمال المصرية، لا سيما في ظل التحولات الناتجة عن الثورة الصناعية الرابعة. اعتمدت الدراسة على منهج وصفي تحليلي مدعوم بدراسة ميدانية، حيث تم جمع البيانات من مجموعة من المحاسبين العاملين في شركات صناعية كبرى تستخدم أدوات ذكية في إدارتها المالية. وتوصلت النتائج إلى أن الذكاء الاصطناعي قد أعاد تشكيل أدوار المحاسب الإداري، حيث تحوّل

من دور تقليدي تقريري إلى دور أكثر استراتيجية يعتمد على التحليل التنبؤي وصنع القرار الديناميكي، مدعومًا بخوارزميات وتطبيقات ذكية. كما أظهرت النتائج أن درجة تأثير الذكاء الاصطناعي تختلف باختلاف حجم الشركة ومدى نضجها الرقمي.

أبرز القصور :اقتصرت الدراسة على تحليل دور المحاسب الإداري دون دمج تأثيرات الذكاء الاصطناعي على جودة التقارير المالية أو فعالية تخصيص الموارد، كما لم تقترح نموذجًا تطبيقيًا متكاملًا يربط بين مكونات النظم الذكية ومؤشرات الأداء الإداري.

رأي الباحث :تُعد هذه الدراسة من الدراسات الرائدة التي عالجت العلاقة بين الذكاء الاصطناعي والمحاسبة الإدارية ، ومع ذلك، فإن الحاجة لا تزال قائمة لنماذج محاسبية أكثر تكاملًا تربط الذكاء الاصطناعي بتحليل المخاطر غير المالية وتوجيه الاستجابة المؤسسية، وهو ما تسعى الدراسة الحالية إلى معالجته من خلال بناء نموذج محاسبي ديناميكي متكامل يُعزز من دور المحاسب في البيئات الرقمية عالية التعقيد

دراسات تناولت المخاطر غير المالية في البيئة الرقمية

- **دراسة(2025) Zhang, Luo & Kim**

هدفت إلى تحليل أثر تصاعد المخاطر غير المالية – ولا سيما البيئية ومخاطر السمعة – على استقرار بيئة الأعمال الرقمية في شركات التكنولوجيا، مع التركيز على استجابات الإدارة العليا لهذه التهديدات في ظل غياب نماذج متكاملة للرصد والتنبؤ. وقد اعتمد الباحثون على منهج كمي قائم على تحليل بيانات مقطعية مستخلصة من ٤٥ شركة تكنولوجية كبرى في شرق آسيا، مع قياس مؤشرات الأداء غير المالي (مثل كثافة الانبعاثات، تقييمات السمعة الرقمية، ومعدلات الامتثال التنظيمي) وربطها بمستوى الاستقرار التنظيمي والقرارات التصحيحية المُتخذة.

أظهرت نتائج الدراسة أن الشركات التي تبنّت نظم مراقبة لحظية لمؤشرات الأداء البيئي والاجتماعي كانت أكثر قدرة على احتواء الأزمات ذات الطبيعة غير المالية، وحققت مستوى أعلى من التكيف التنظيمي مقارنة بالشركات التي اعتمدت حصريًا على المؤشرات المالية أو أدوات الرصد التقليدية. كما خلصت الدراسة إلى أن وجود وحدة تحليل غير مالي داخل الهيكل التنظيمي يرتبط إيجابيًا بفعالية الاستجابة المؤسسية للمخاطر المعقدة.

ورغم عمق التحليل الإحصائي، أشارت الدراسة صراحة إلى وجود فجوة وظيفية في النماذج المحاسبية السائدة، حيث تم التعامل مع مؤشرات ESG بوصفها مدخلات خارجية لإدارات المخاطر أو الاستدامة، دون أن تُدمج ضمن البنية المحاسبية التحليلية الداخلية، أو تُوظف في اتخاذ القرار المحاسبي التفاعلي. كما لم تتضمن الدراسة مقترحًا تطبيقيًا واضحًا لتفعيل هذه المؤشرات داخل نظم محاسبة ديناميكية.

ويرى الباحث أن هذه الدراسة تمثل أحد المرتكزات الأساسية التي استند إليها في بناء نموذج DRiMAP، حيث أظهرت بوضوح أن التحدي لا يكمن فقط في توافر البيانات غير المالية، بل في غياب نموذج محاسبي إداري ذكي قادر على استيعاب هذه البيانات، وتحويلها إلى قرارات تحليلية قابلة للتنفيذ، وموثقة، ومتكاملة مع الحوكمة المؤسسية. ومن هنا، يسعى النموذج المقترح إلى تقديم استجابة عملية ومنهجية لهذه الفجوة، من خلال دمج مؤشرات ESG داخل وحدات التنبؤ والتحليل والتوثيق المحاسبي، بما يدعم اتخاذ القرار الاستباقي، ويُعزز من شفافية وفعالية الاستجابة المؤسسية للمخاطر غير المالية.

- **دراسة Fernandez & Waller (2024)**

هدفت إلى تحليل أثر الإفصاح عن المخاطر غير المالية، وخصوصًا مخاطر الامتثال والتنظيم، على سلوك المستثمرين واستقرار الأسواق المالية. وقد تبنى الباحثان منهج "دراسة الحدث Event) " (Study Methodologyلتقييم مدى تفاعل السوق مع إعلانات الإفصاح غير المالي التي أصدرتها ٧٠ شركة تكنولوجية مدرجة في بورصة فرانكفورت خلال فترة رصد امتدت لـ١٨ شهرًا.

أظهرت نتائج الدراسة أن الإفصاح الشفاف والمؤسسي عن مؤشرات الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكمية(ESG) ، حتى في الحالات التي تشير إلى وجود تهديدات فعلية أو مخالفات، يؤدي إلى استقرار القيمة السوقية وتقليل التقلبات الحادة في أسعار الأسهم، مقارنة بالشركات التي تميل إلى الإخفاء أو المعالجة الانتقائية لهذه المؤشرات. وقد بيّنت الدراسة أن المستثمرين يُقدّرون الإفصاح الكامل، ويعدّونه مؤشرًا على الحوكمة الجيدة والانضباط المؤسسي.

ومع أهمية ما توصلت إليه الدراسة، إلا أنها ركّزت على الآثار السوقية الخارجية للإفصاح، دون تناول الآليات المؤسسية التي تُنتج هذا الإفصاح من الداخل، أو تحليل دور نظم المحاسبة الإدارية

في معالجة تلك المؤشرات ضمن بنية القرار المالي. كما لم توضح الدراسة كيف يمكن تحويل مؤشرات المخاطر غير المالية من مجرد بيانات وصفية إلى أدوات تحليلية تُدمج ضمن النظم المحاسبية لدعم الاستجابة المؤسسية. بذلك، ظلّت الدراسة في إطار الرصد السلوكي دون اقتراح إطار محاسبي يُفعّل هذا الإفصاح ضمن منطق التحليل الداخلي والحوكمة الرقمية.

ويرى الباحث أن هذه الدراسة تمثل دعمًا نظريًا قويًا لأهمية الإفصاح عن المخاطر غير المالية، لكنها تؤكد في ذات الوقت وجود فجوة تطبيقية واضحة في الأدبيات، حيث يظل الإفصاح في كثير من الأحيان منفصلًا عن التحليل المحاسبي، ومبنيًا على اجتهادات غير ممنهجة. ومن هنا، يتضح الدور الحاسم للنموذج المقترحDRiMAP ، الذي يُعيد ربط الإفصاح غير المالي بمنظومة القرار المحاسبي، من خلال دمج مؤشرات ESG ضمن وحدات التحليل التنبؤي، والتوثيق المحاسبي، والافصاح الديناميكي، بما يضمن اتساق الإفصاح مع مبادئ الحوكمة، وقابليته للقياس والمراجعة، وفاعليته في تعزيز ثقة المستثمرين والجهات الرقابية.

- **دراسة: ولاء نصرالدين جاد(2024)**

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل طبيعة مخاطر التحول الرقمي وتأثيراتها على بيئة المراجعة الخارجية في المؤسسات المصرية، من خلال تقييم مدى إدراك المراجعين لمخاطر الأنظمة الرقمية، وتأثيرها على فاعلية مهام الفحص والتحقق، وسلامة التقارير المالية. وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، مع تطبيق استبيان ميداني على عينة من المراجعين القانونيين ومراجعي الجهاز المركزي للمحاسبات.

كشفت النتائج عن تزايد المخاطر غير المالية المصاحبة للتحول الرقمي، مثل مخاطر فقدان البيانات، التدخلات غير المصرح بها في قواعد البيانات، وصعوبة تتبع العمليات المحاسبية المؤتمتة، مما يفرض تحديات على كفاءة المراجعة التقليدية. كما أشارت النتائج إلى ضعف اعتماد المراجعين المصريين على أدوات التحليل الرقمي والمراجعة المستمرة، وقصور واضح في التدريب التقني لديهم، مما يحدّ من قدرتهم على مواكبة بيئة الأعمال الرقمية.

أوجه القصور في الدراسة :رغم أهمية الدراسة وواقعيتها، إلا أنها ركزت بشكل رئيسي على المخاطر التقنية ولم تتوسع في تحليل تأثير المخاطر البيئية والاجتماعية وحوكمة البيانات ESG–related)

(risksالتي باتت جزءًا لا يتجزأ من بيئة المخاطر غير المالية. كما أن عينة الدراسة اقتصرت على ممارسين من قطاعات حكومية وخاصة محدودة، دون تضمين مراجعين في شركات التكنولوجيا المتقدمة أو بيئات الأعمال التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي والبلوكتشين.

رأي الباحث :تمثل هذه الدراسة إسهامًا مهمًا في رصد الفجوة بين طبيعة المخاطر الرقمية ومتطلبات تطوير مهنة المراجعة، إلا أن التطورات الحديثة في أدوات الذكاء الاصطناعي، ونماذج التحليل الاستباقي، لم تُدرج ضمن الإطار المفاهيمي للدراسة. ويُوصى بدمج هذه الأبعاد ضمن نموذج محاسبي ومهني متكامل يستوعب طبيعة المخاطر غير المالية في البيئة الرقمية، ويُعيد تعريف دور المراجع في ظل الحوكمة الرقمية وبيئات البيانات الضخمة.

دراسات تناولت دمج أدوات الذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة في المحاسبة

- **دراسة Martins & El-Din (2024)**

هدفت إلى استكشاف مدى فاعلية دمج تقنيات الذكاء الاصطناعي (AI) وخوارزميات التعلّم الآلي (Machine Learning)داخل نظم المحاسبة الإدارية في بيئة الشركات الرقمية. وقد ركّز الباحثان على تقييم التأثير المباشر لهذه التقنيات على دقة التحليل المحاسبي، سرعة اتخاذ القرار، واستجابة المؤسسة للمتغيرات التشغيلية والبيئية.

تم تطبيق الدراسة على عينة مكونة من ٣٧ شركة تكنولوجية تعمل في دول الخليج، حيث اعتمدت المنهج التجريبي لتحليل أثر دمج خوارزميات الذكاء الاصطناعي (مثل الشبكات العصبية التنبؤية وشجرات القرار) في وحدات تقييم التكاليف وإدارة المخاطر التشغيلية. وأظهرت النتائج أن الشركات التي تبنّت هذه الأدوات الذكية ضمن بنية نظمها المحاسبية قد حققت تحسنًا ملحوظًا في سرعة اتخاذ القرار بنسبة بلغت ٢٩%، إضافة إلى زيادة في قدرة النظام على تفسير الانحرافات التشغيلية وتوجيه الموارد بكفاءة أكبر.

ورغم أهمية النتائج، لاحظت الدراسة وجود عدد من أوجه القصور المنهجية والوظيفية؛ إذ انصبّ التركيز على الأداء التشغيلي قصير الأجل، دون تناول البعد الاستراتيجي المرتبط بالمخاطر غير المالية أو الإفصاح المؤسسي، كما لم يتم توظيف الذكاء الاصطناعي ضمن نموذج محاسبي متكامل يُتيح التفاعل مع مؤشرات الاستدامة أو إدارة السمعة أو الالتزام التنظيمي. إضافة لذلك،

غاب عن الدراسة التوثيق التحليلي لدور المحاسب الإداري كفاعل مركزي في دورة اتخاذ القرار الذكي، حيث ظل الذكاء الاصطناعي أداة داعمة خارج إطار القيادة المحاسبية.

ومن هذا المنطلق، يرى الباحث أن هذه الدراسة تُشكّل نقطة انطلاق تقنية مهمّة، لكنها تكشف في الوقت ذاته عن غياب التصور البنائي لنظام محاسبي ذكي متكامل .ومن هنا تنبع القيمة المضافة للنموذج المقترحDRiMAP ، الذي لا يكتفي بإدخال أدوات الذكاء الاصطناعي في التحليل، بل يُعيد هندسة البنية الوظيفية للمحاسبة الإدارية، بحيث تُصبح منصة استشعار ذكية، تربط بين البيانات المالية وغير المالية، وتُنتج استجابة استراتيجية ديناميكية قابلة للتوثيق والتحقق المؤسسي في بيئة المخاطر غير المالية.

- **دراسة(2025) Cho & Kim**

هدفت إلى تحليل أثر توظيف أدوات تحليل البيانات الضخمة (Big Data Analytics) وتقنيات ذكاء الأعمال (BI) في دعم نظم اتخاذ القرار المحاسبي داخل المؤسسات الرقمية، لا سيما في البيئات عالية التقلّب كالتي تعمل بها شركات التكنولوجيا في جنوب شرق آسيا. وقد سعى الباحثان إلى اختبار مدى قدرة هذه الأدوات على ربط النفقات التشغيلية بمؤشرات الأداء غير المالي، وتعزيز استجابة النظم المحاسبية لتغيرات السوق وسلوك العملاء.

اعتمدت الدراسة على تحليل تجريبي في ٥٤ شركة تكنولوجية، تم فيها دمج أدوات تحليل البيانات غير الهيكلية مثل تقييمات العملاء وتعليقات منصات التواصل الاجتماعي مع النظم المحاسبية الإدارية، بهدف بناء مؤشرات تصحيحية تُستخدم في عمليات تخصيص الموارد واتخاذ القرار. وقد أظهرت النتائج أن إدماج هذه البيانات أدى إلى تقليص فجوة المعلومات بين وحدات التخطيط والتحليل بنسبة ٣٣%، كما ساعد على تحسين دقة التنبؤ بسلوك السوق والتحولات التشغيلية، ورفع مستوى ملاءمة مخرجات التقارير المحاسبية.

ورغم ذلك، لاحظ الباحثان أن استخدام البيانات الضخمة ظل قائمًا على شكل مداخل تحليلية منفصلة، ولم يتم تضمينه ضمن بنية محاسبية وظيفية متكاملة قادرة على تحويل تلك المدخلات إلى قرارات قابلة للتوثيق والمساءلة .كما أشارت الدراسة إلى غياب إطار موحد يُعيد ربط هذه البيانات بمؤشرات الاستدامة أو الإفصاح المؤسسي، مما جعل النظم تفتقر إلى التناسق بين التحليل الفني

وصناعة القرار المالي. وخلُصت إلى أن معظم الشركات تُوظف هذه الأدوات بشكل تكتيكي قصير الأجل، دون وجود منظومة محاسبية تفاعلية تدعم الاستجابة الديناميكية على المستوى المؤسسي.

ويري الباحث أن هذه الدراسة بأنها شكّلت أساسًا مهمًا في تأصيل أهمية البيانات الضخمة كمصدر حيوي لدعم المحاسبة المستقبلية، لكنها تُبرز في الوقت ذاته غياب نموذج محاسبي إداري ذكي يستوعب هذا الكم من البيانات، ويُعيد تنظيمها ضمن بنية استجابة مؤسسية شاملة. ومن هذا المنطلق، يسعى النموذج المقترح DRiMAP إلى تجاوز هذا القصور، من خلال إدماج أدوات Big Data داخل وحدات التحليل التنبؤي ومؤشرات الإنذار المبكر والتوثيق المؤسسي، بما يُمكّن من تحويل البيانات غير المالية إلى عنصر فاعل داخل دائرة القرار المحاسبي والإفصاح المتكامل، بصورة تعزز من التكيف المؤسسي والحوكمة الاستباقية.

- **دراسة: أسماء عبد الرحمن عبد الله(2024)**

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل وتحديد الجدارات الأساسية التي ينبغي أن يتحلى بها المحاسب الإداري في ظل التطورات التكنولوجية الحديثة، خاصة في سياق تقييم أنشطة التنمية المستدامة باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي وتطبيقات الميتافيرس. وسعت الدراسة إلى الربط بين متطلبات الاستدامة البيئية والاجتماعية، وبين القدرات التحليلية والرقمية التي يفترض أن يمتلكها المحاسب الإداري الحديث.

اتبعت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي، حيث تم تصميم استبانة موجهة إلى عينة من المحاسبين الإداريين والخبراء الماليين في قطاعات صناعية مختلفة، بالإضافة إلى تحليل نظري موسّع للتوجهات الحديثة في تطبيقات الميتافيرس داخل المنظومات المحاسبية.

أظهرت النتائج وجود فجوة واضحة بين الجدارات الرقمية المطلوبة لتقييم التنمية المستدامة وبين القدرات الفعلية للمحاسبين في البيئة المصرية. كما أبرزت الدراسة أن هناك نقصًا في توظيف أدوات الذكاء الاصطناعي الميتافيرسي في قياس مؤشرات الأداء البيئي والاجتماعي، بسبب غياب التدريب الكافي ونقص البنية المؤسسية الداعمة.

أوجه القصور في الدراسة :رغم ريادة الدراسة في طرح علاقة ثلاثية جديدة بين الميتافيرس، الذكاء الاصطناعي، والتنمية المستدامة، إلا أنها اقتصرت على توصيف الجدارات دون تقديم إطار تطبيقي

واضح أو نموذج إرشادي يمكن تبنيه فعليًا في بيئة العمل. كما أن الدراسة لم تتناول بالتفصيل التحديات المحاسبية في الاعتراف وقياس الأنشطة المستدامة داخل بيئات الواقع الافتراضي، وهو ما يُعد ثغرة مفاهيمية كان يمكن توظيفها في تطوير إطار محاسبي متكامل.

رأي الباحث :تبرز هذه الدراسة أهمية بناء نموذج وظيفي جديد للمحاسب الإداري الرقمي، يدمج بين الكفاءة التحليلية، والقدرة على التفاعل مع بيئات محاكاة معقدة كالميتافيرس. ويؤكد الباحث أن تجاوز حدود هذه الدراسة يتطلب التوسع نحو تقديم *أطر محاسبية تنفيذية* تستند إلى الذكاء الاصطناعي التوليدي، والبلوكتشين، مع دمج معايير الاستدامة داخل بنية نظم المعلومات المحاسبية، بما يعزز من دقة القرار ويخدم أهداف الإفصاح الشامل في الاقتصاد الرقمي المستدام.

دراسات اقترحت نماذج أو أطر محاسبية تطبيقية

- **دراسة(2025) Bennett, Rao & Keller**

وهدفت إلى تطوير نموذج أولي لقياس وتقييم الاستجابة المؤسسية للمخاطر البيئية من خلال مدخل محاسبة القيمة البيئية المضافة .(EVA–ESG) وقد ارتكز النموذج المقترح على دمج مؤشرات الأداء البيئي – مثل انبعاثات الكربون واستهلاك الطاقة – ضمن تحليل التكاليف والربحية في المؤسسات الصناعية، لتحديد التأثير البيئي الصافي على القرارات المالية الاستراتيجية.

تم تطبيق النموذج على عينة مكونة من ٢٨ شركة أمريكية مدرجة في مؤشرات الاستدامة ما بين عامي ٢٠٢١ و٢٠٢٤، باستخدام منهج دراسة حالة مقارنة. وأظهرت النتائج أن إدماج مؤشرات الأداء البيئي داخل نموذج تحليل التكاليف التقليدي أدى إلى تحسين دقة التخصيص المحاسبي بنسبة ٢٣%، وتقليل معدل الخطأ الاستراتيجي في قرارات الاستثمار بنسبة ١٧%. كما ساعد النموذج على تعزيز وعي الإدارة بأثر التلوث واستهلاك الموارد على القيمة الاقتصادية المضافة للمؤسسة.

إلا أن الدراسة كشفت – ضمنيًا – عن محدودية هذا النموذج في عدة أبعاد، أهمها أنه لم يتضمن أدوات تحليل ذكي مثل الذكاء الاصطناعي أو نماذج التنبؤ، ولم يعالج مسألة التفاعل اللحظي مع المخاطر، كما لم يفعّل دور المحاسب الإداري في اتخاذ القرار الاستباقي أو في التوثيق المؤسسي

المرتبط بالحوكمة. كذلك، اقتصر إطار النموذج على الجانب البيئي فقط، دون دمج الجوانب الاجتماعية والتنظيمية ضمن مصفوفة القرار.

ويرى الباحث أن هذه الدراسة تمثّل مساهمة نوعية في تأكيد قابلية دمج مؤشرات الاستدامة ضمن التحليل المحاسبي، لكنها تظل قاصرة عن بناء نموذج إداري–محاسبي شامل يربط بين التحليل والقرار والاستجابة. ومن هذا المنطلق، يُبنى نموذج DRiMAP كاستجابة تطويرية تتجاوز هذه المحدودية، من خلال تقديم إطار محاسبي ديناميكي يُدمج بينEVA ، مؤشرات ESG الثلاثة، وأدوات التحليل الذكي، إلى جانب التوثيق المؤسسي القابل للتدقيق عبر البلوكتشين ومحاسبة السجلات المفتوحة، وهو ما يجعل النموذج أكثر ملاءمة للبيئات التكنولوجية والرقمية المعقدة التي تتطلب استجابة تنبؤية وتعلمًا مؤسسيًا مستمرًا.

- **دراسة Zhao & Mensah (2024)**

وهدفت إلى بناء نموذج محاسبي تطبيقي يُدمج مؤشرات الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكمية (ESG)داخل نظم اتخاذ القرار المالي، مع تطبيق النموذج تجريبيًا على مجموعة من مؤسسات الرعاية الصحية الرقمية في أوروبا. وتمثّلت الإضافة النوعية في الدراسة في توسيع مفهوم تقييم الأداء المؤسسي ليشمل مؤشرات السمعة الرقمية، ورضا المرضى، ومدى الامتثال الأخلاقي، باعتبارها مكونات غير مالية ذات أثر مباشر على القيمة المؤسسية.

اعتمد الباحثان على تصميم تجريبي شبه هيكلي، استند إلى تحليل ٢١ شركة خلال فترة تطبيق استراتيجيات إدماج مؤشرات ESG ضمن نظم اتخاذ القرار المالي. وقد بيّنت النتائج أن دمج هذه المؤشرات مع البيانات المحاسبية التقليدية (مثل التكاليف، الإيرادات، ومعدلات العائد على الاستثمار) أدى إلى تحسّن بنسبة ٣٢% في جودة تقارير الأداء الشامل، ورفع مستوى موثوقيتها لدى الأطراف الخارجية، لا سيما الجهات الرقابية والمستثمرين المهتمين بالحوكمة والاستدامة.

غير أن الدراسة، رغم ريادتها في إعادة تعريف نطاق التحليل المحاسبي، افتقرت إلى ثلاثة مكونات جوهرية تعيق تعميم نتائجها خارج القطاع الصحي: أولًا، لم تُضمَّن أدوات تحليل ذكي مثل الذكاء الاصطناعي أو النماذج التنبؤية في بناء النظام. ثانيًا، لم تُفعل أي بنية توثيق لامركزي أو محاسبة شفافة (مثل محاسبة السجلات المفتوحة أو البلوكتشين). وثالثًا، ظل النموذج المُستخدم نمطًا وصفيًا، لا يتيح التفاعل الديناميكي أو التطوير الذاتي استنادًا إلى نتائج التطبيق.

ويرى الباحث أن هذه الدراسة تُمثّل أساسًا مهمًا في تأكيد إمكانية دمج مؤشرات الأداء غير المالي ضمن القرار المحاسبي، لكنها تبرز في الوقت ذاته القصور في الانتقال من "الإدماج الوصفي" إلى "التحليل التفاعلي الذكي"، وهو ما يسعى إليه نموذج DRiMAP من خلال هندسة إطار ديناميكي تفاعلي، يُعيد صياغة دور المحاسبة الإدارية من الرصد إلى الاستجابة، ويُوظف أدوات الذكاء الاصطناعي، التحليل اللحظي، والتوثيق المؤسسي الرقمي، بما يُمكّن المؤسسة من التكيّف الذاتي، وتعزيز الشفافية، وتحقيق الحوكمة المستندة إلى بيانات غير مالية قابلة للتحقق والمراجعة.

- **دراسة: رمضان عبد الحميد الميهى (2017)**

هدفت الدراسة إلى تقديم إطار محاسبي تكاملي يتوافق مع المعايير الدولية للتقارير المالية، خاصة المعايير IAS 1 و IAS 8وIFRS 7، بهدف دعم الإفصاح المحاسبي عن الأنشطة البيئية والاجتماعية داخل البيئة الصناعية المصرية. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وتم تدعيمها بدراسة ميدانية شملت عينة من المحاسبين والمراجعين في عدد من الشركات الصناعية العاملة في السوق المصري.

وقد كشفت نتائج الدراسة عن وجود ضعف ملموس في التزام الشركات المصرية بالإفصاح عن الأنشطة غير المالية، خاصة البيئية والمجتمعية، وهو ما يُعزى إلى غموض الإرشادات المقدمة في المعايير الدولية من جهة، وإلى محدودية وعي المحاسبين بأهمية هذا النوع من الإفصاح من جهة أخرى. كما أشارت النتائج إلى افتقار الشركات إلى بنية معلوماتية محاسبية متخصصة تدعم هذا النوع من التقارير، ما يُصعّب إمكانية تطبيق الإفصاح الفعّال بشكل منهجي ومتسق.

ورغم أهمية الإطار الذي اقترحه الباحث، إلا أن الدراسة لم تتضمن نموذجًا تطبيقيًا تفصيليًا يمكن دمجه فعليًا داخل نظم المعلومات المحاسبية. كما لم تتناول الدراسة الأبعاد التكنولوجية للتحول الرقمي، ولا كيفية توظيف أدوات التحليل الذكي أو الذكاء الاصطناعي في دعم الإفصاح غير المالي. ويُضاف إلى ذلك أن الدراسة لم تُشر إلى مؤشرات الاستدامة الشاملة(ESG) ، وبالتالي لم تربط بين الإفصاح البيئي والاجتماعي وبين أنظمة الحوكمة أو جودة اتخاذ القرار المؤسسي، مما يجعل الإطار المقترح محدود الصلاحية عند مقارنته بالاتجاهات الحديثة في المحاسبة الرقمية.

ويرى الباحث الحالي أن هذه الدراسة تُعد مرجعًا مهمًا على المستوى الوطني في إطار تطوير الإفصاح المحاسبي البيئي والاجتماعي، إلا أنها تفتقر إلى دمج المعالجة الرقمية الحديثة داخل النموذج المحاسبي المقترح، كما أنها لم تتطرق إلى مفاهيم الديناميكية المؤسسية أو الأنظمة المحاسبية التنبؤية التفاعلية. ومن ثمّ، فإن هذه الفجوة تُبرز الحاجة إلى تطوير نموذج محاسبي

تطبيقي أكثر تكاملًا وملاءمة للبيئة الرقمية، يُراعي دمج مؤشرات الاستدامة (ESG) ضمن آليات التحليل واتخاذ القرار المحاسبي، ويوظف أدوات الذكاء الاصطناعي والبلوكتشين كمكونات فاعلة في دعم الشفافية والموثوقية المؤسسية.

التحليل النقدي للدراسات السابقة وتحديد الفجوة البحثية

أسفرت المراجعة التحليلية للدراسات السابقة، عن عدد من المؤشرات الأكاديمية المهمة التي تؤسس لفجوة بحثية واضحة تسعى هذه الدراسة إلى سدّها. فرغم التوسع في استخدام أدوات الذكاء الاصطناعي، وتحليلات البيانات الضخمة، ومؤشرات الاستدامة (ESG) داخل بعض نظم المحاسبة الإدارية، فإن أغلب تلك الجهود ظلت منفصلة أو جزئية في معالجتها للمخاطر غير المالية.

فمن ناحية، ركّزت دراسات مثل Zhang et al. (2025) و Cho & Kim (2025) على إمكانات البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي في دعم القرارات، لكنها تعاملت معها كأدوات تقنية دون أن تُقدّم نموذجًا وظيفيًا يعيد هندسة بنية القرار المحاسبي. فيما اهتمت دراسات أخرى مثل Bennett et al. (2025) و Zhao & Mensah (2024) بدمج مؤشرات ESG في التقييم المالي، لكنها أغفلت الربط بين تلك المؤشرات وبين وحدات التحليل المحاسبي التفاعلي أو توثيق القرارات المؤسسية الناتجة عنها.

وإلى جانب هذا التفتت في المعالجات، فقد ظهر جليًا القصور البنيوي للنماذج المحاسبية التقليدية في التعامل مع أنماط جديدة من المخاطر، تتجاوز الطابع المالي إلى أبعاد أكثر تعقيدًا، مثل: المخاطر البيئية والتنظيمية (كعدم الامتثال للقوانين البيئية، أو تقلب السياسات التنظيمية)؛ المخاطر السيبرانية (مثل اختراقات البيانات أو انكشاف أنظمة التشغيل)؛ مخاطر السمعة الرقمية (مثل التفاعل السلبي للعملاء، أو انخفاض الولاء في المنصات المفتوحة)؛ المخاطر الاجتماعية والسلوكية مثل قضايا التمييز، سوء معاملة الموظفين، انخفاض التنوع المؤسسي.

وتتمثل أبرز مظاهر هذا القصور في أن النماذج التقليدية:

أنها تعتمد على تحليل رجعي بعد وقوع الحدث، وتفتقر إلى آليات استشعار تنبؤية؛ ولا تُدمج البيانات غير الهيكلية (مثل تقييمات العملاء أو اتجاهات السوق) ضمن قرارات محاسبية؛ تفتقر إلى آليات توثيق القرار ومسارات الإفصاح القابل للمساءلة؛ ولا تُفعّل دور المحاسب الإداري كمحلل تنبؤي، بل تُبقيه في موقع تقريري محدود.

وجهة نظر الباحث والفجوة البحثية

انطلاقًا مما سبق، يرى الباحث أن هناك فجوة مركبة تتطلب إعادة تصور شامل لدور المحاسبة الإدارية في بيئة المخاطر غير المالية، ليس فقط عبر استخدام أدوات تحليل جديدة، بل من خلال بناء إطار بنيوي تفاعلي يعيد صياغة وظيفة المحاسب الإداري، ويربط النظام التحليلي بالمخرجات التنفيذية والتوثيق المؤسسي.

ومن هنا، تأتي هذه الدراسة لتُقدّم نموذجًا مقترحًا – DRiMAP – بوصفه استجابة تحليلية ووظيفية لهذه الفجوة، حيث يُدمج أدوات التحليل الذكي AI، Big Data، Blockchain مع مؤشرات الأداء غير المالي (ESG) ضمن بنية متكاملة: تتيح التحليل اللحظي والتنبؤ بالمخاطر؛ وتُعيد تشكيل علاقة المحاسبة بالإفصاح والحوكمة؛ وتفعّل آليات التعلّم المؤسسي والتغذية الراجعة المستمرة.

وبذلك، لا يقتصر نموذج DRiMAP على معالجة القصور السابق، بل يُقدّم إطارًا محاسبيًا إداريًا مبتكرًا يعكس تحولًا حقيقيًا في فهم وإدارة المخاطر غير المالية، ويعيد توظيف المحاسبة كأداة استراتيجية في بيئة رقمية عالية التعقيد.

استفادة الباحث من الدراسات السابقة في بناء النموذج المقترحDRiMAP

جاء النموذج المحاسبي المقترح DRiMAP كمحصّلة تحليلية واستنتاجية مباشرة لتراكمات نقدية تم استنباطها من الدراسات الأجنبية والعربية الحديثة، التي كشفت عن ثغرات وظيفية ومفاهيمية جوهرية في تعامل النماذج المحاسبية القائمة مع المخاطر غير المالية في بيئة الأعمال الرقمية.

وقد استفاد الباحث من هذه الدراسات على ثلاث مستويات منهجية متداخلة:

أولًا: على مستوى التشخيص البنيوي للفجوة

أوضحت دراسات مثل Nguyen & Ahmed (2024) و Zhang et al. (2025)أن معظم النظم المحاسبية الرقمية المعتمدة – حتى في بيئات متقدمة – تعاني من انفصال هيكلي بين البيانات المالية والمؤشرات غير المالية (كالسمعة، الحوكمة، والسلوك المؤسسي)، كما تفتقر إلى آليات التنبؤ والتفاعل الفوري. وقد أسهمت هذه النتائج في صياغة نقطة الانطلاق المفاهيمية لنموذج DRiMAP، بوصفه استجابة وظيفية لتجاوز هذا الجمود، من خلال إعادة هندسة وظيفة المحاسبة الإدارية لتصبح منصة تحليليّة ديناميكية، لا مجرّد أداة تقارير لاحقة.

ثانيًا: على مستوى تقييم حدود الأدوات التكنولوجية في النماذج الجزئية

قدّمت دراسات مثل Martins & El-Din (2024) و Cho & Kim (2025) أمثلة تطبيقية على إدماج أدوات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات غير الهيكلية في النظم المحاسبية. غير أن

هذه الأدوات – رغم قوتها التقنية – ظلت معزولة عن بُنية القرار المحاسبي والتوثيق المؤسسي، ولم تُفعل ضمن نموذج استجابة تكاملي. وقد استفاد الباحث من هذا القصور في ترسيخ أحد المبادئ الجوهرية فيDRiMAP ، وهو أن التحليل الذكي لا يُنتج قيمة مؤسسية ما لم يُدمج داخل إطار محاسبي تفاعلي يُراعي التوقيت، الإفصاح، وقابلية التدقيق.

ثالثًا: على مستوى بناء هيكل النموذج وآلياته التنفيذية

ساهمت نماذج تجريبية مثل التي طُرحت في Bennett et al. (2025) و Zhao & Mensah (2024)في تأكيد أهمية عناصر مثل :مؤشرات الإنذار المبكر، تحليل أثر المخاطر على الأداء المؤسسي، وتضمين متغيراتESG ، لكنها ظلت مجزأة وظيفيًا، ومحدودة من حيث القابلية للتكيف مع المخاطر الديناميكية .ومن هنا، اتجه الباحث نحو إعادة تركيب هذه المكونات داخل إطار وظيفي موحد يضمن: التنبؤ الاستباقي عبر الذكاء الاصطناعي؛ والرصد اللحظي للمخاطر غير المالية؛ والتوثيق المحاسبي عبر البلوكتشين؛ والتغذية الراجعة المؤسسية من خلال وحدات التعلم الذاتي.

وقد مكنت هذه الرؤية الباحث من تصميم DRiMAP بوصفه نموذجًا محاسبيًا وظيفيًا تفاعليًا، يُغلق الفجوة بين التحليل الرقمي وصناعة القرار، ويُعيد تحديد دور المحاسب الإداري كمُهندس للاستجابة المؤسسية في بيئات عالية التقلّب.

تميّز الدراسة الحالية

"وعلى الرغم من القيمة التحليلية التي قدمتها الأدبيات السابقة في تفكيك أبعاد المخاطر غير المالية وتوصيف بعض أدوات التحليل الرقمي، إلا أنها لم تُنتج – حتى في أكثر حالاتها تطورًا – نموذجًا تطبيقيًا متكاملًا قادرًا على التوظيف الفعلي داخل بيئة الشركات المصرية الرقمية، أو قابلًا للنمذجة القياسية والتحقق الإحصائي.

ومن هنا تنبع الأصالة التطبيقية للدراسة الحالية، إذ لا يكتفي النموذج المقترح (DRiMAP) باستلهام ما طُرح من مداخل جزئية، بل يُعيد بنائها في إطار منهجي موحّد، يجمع بين التكامل التحليلي والوظيفي، ويُقدّم نموذجًا قابلًا للتنفيذ والاختبار داخل النظم المؤسسية الواقعية".

المبحث الثاني: التحول في بنية المحاسبة الإدارية الرقمية – من الأدوات إلى التفكير الديناميكي

أولًا: الإطار المفاهيمي للمخاطر غير المالية في البيئة الرقمية

تشكل المخاطر غير المالية في السياق الرقمي نمطًا جديدًا من التهديدات المؤسسية التي لا تخضع لمنطق التكرار التاريخي أو القابلية للقياس الكمي المباشر، كما هو الحال في المخاطر المالية. فهي تتسم بـ **اللايقين السلوكي** و**التداخل المؤسسي متعدد الأبعاد**، إذ لم تعد تنشأ فقط من داخل المؤسسة، بل من تفاعلاتها مع أنظمة خارجية تتصف بالتقلب الشديد، كالمنصات الرقمية، الأطر التشريعية السحابية، والتكنولوجيا التنبؤية.(KPMG, 2024)

وبينما اعتمدت الأدبيات المحاسبية التقليدية على منهجيات تحليل المخاطر القابلة للقياس النقدي، إلا أن السياق الرقمي يستدعي إطارًا مفاهيميًا جديدًا يتجاوز النموذج **الرياضي–الإحصائي**، إلى نموذج **سلوكي–تفاعلي** قادر على التقاط أثر المتغيرات "غير النمطية" مثل تصورات المستهلك، الانكشاف الإعلامي، والامتثال الأخلاقي المدفوع بالذكاء الاصطناعي.(PwC, 2025)

فعلى سبيل المثال، فإن تراجع التزام الشركة بمبادئ ESG على منصة رقمية واحدة مثل LinkedIn أو X يمكن أن يؤدي إلى تراجع حاد في ثقة المستثمرين والمؤسسات المانحة، دون أن يكون لهذا الحدث أي مؤشر سابق في التقارير المالية التقليدية. وهنا تظهر الحاجة لإعادة هيكلة نظم المعلومات المحاسبية لتكون **استباقية واستشرافية**، لا فقط وصفية أو رقابية.

رؤية الباحث: تفرض طبيعة هذه المخاطر غير التقليدية ضرورة تبني نظم تحليل محاسبي جديدة، لا تكتفي برصد الأثر المالي بل تتجاوزه إلى التنبؤ به، والتحكم في نتائجه ضمن بيئة ديناميكية سريعة التغير، ويستلزم ذلك تطوير أطر محاسبية ذكية تعتمد على:

- تحليل البيانات الضخمة المرتبطة بسلوك أصحاب المصلحة (Big Data Stakeholder Analytics).
- تكامل المؤشرات غير المالية في نماذج الإفصاح الدوري (Integrated Reporting Models).

- تصميم أدوات محاسبة إدارية رقمية تراعي البعد البيئي والاجتماعي والحوكمي (Green AI Accounting Systems).

وتشير مراجعة الأدبيات الحديثة إلى غياب نموذج محاسبي تطبيقي متكامل يعالج الديناميكية التفاعلية للمخاطر غير المالية في سياق الشركات الرقمية، ويفسر العلاقة السببية بين هذه المخاطر وجودة التقارير المالية (Al-Samarrai et al., 2024) كما أن معظم الأطر الحالية مثل COSO ERM و SASB Standards تفتقر إلى آلية تفعيل تشاركي تعتمد الذكاء الاصطناعي التوليدي وأدوات الحوكمة الرقمية، مما يحد من قدرتها على التنبؤ بالأزمات غير المالية أو توجيه الاستجابة لها في الوقت الفعلي.

ثانيًا: تصنيف المخاطر غير المالية في البيئة الرقمية

إن البيئة الرقمية الحديثة، خاصة في شركات التكنولوجيا والقطاعات المعتمدة على البيانات، أفرزت أنماطًا جديدة من المخاطر غير المالية تتسم بالتشابك، التغير السريع، والانتشار الفيروسي للأثر، ويمكن تصنيفها إلى الفئات التالية:

- **المخاطر البيئية الرقمية(Digital Environmental Risks)**

تشمل هذه المخاطر التزامات المؤسسة البيئية الناتجة عن أنشطتها التكنولوجية، مثل استهلاك الطاقة في مراكز البيانات، البصمة الكربونية للمنصات السحابية، وعدم التوافق مع متطلبات الاقتصاد الأخضر.

فعلي سبيل المثال : شركة Amazon واجهت ضغوطًا من المستثمرين لتقليل الانبعاثات الناتجة عن البنية التحتية السحابيةAWS ، مما أثر على الإفصاح البيئي الطوعي في تقاريرها (Amazon Sustainability Report, 2024).

- **المخاطر الاجتماعية الرقمية(Digital Social Risks)**

ترتبط بمدى التزام المؤسسة بالقيم الأخلاقية في الفضاء الرقمي، مثل العدالة في خوارزميات الذكاء الاصطناعي، احترام الخصوصية، والتنوع في بيئات العمل الافتراضية.

فعلي سبيل المثال : شركة Meta تم اتهامها باستخدام خوارزميات تعزز التمييز العنصري في الإعلانات الممولة، مما أدى إلى خسائر في القيمة السوقية وانخفاض ثقة المستخدمين (Guardian, 2024).

- **مخاطر الحوكمة الرقمية(Digital Governance Risks)**

تتمثل في فشل المؤسسة في تطوير نظم رقابية وشفافة تتوافق مع متطلبات الحوكمة الحديثة، مثل الإفصاح عن بيانات التدريب الخاصة بالذكاء الاصطناعي، أو عدم وجود لجان رقابة مستقلة على النماذج التنبؤية.

فعلي سبيل المثال : شركة OpenAI واجهت انتقادات واسعة بسبب غياب الحوكمة الشفافة لتدريب النماذج اللغوية، مما أثار قلق الهيئات التنظيمية في الاتحاد الأوروبي.

- **مخاطر الامتثال الرقمي(Digital Compliance Risks)**

تشير إلى عدم قدرة المؤسسة على التكيّف مع اللوائح الرقمية الجديدة مثل قوانين حماية البيانات (GDPR, Egyptian Personal Data Protection Law)، أو قوانين الشفافية الخوارزمية.

فعلي سبيل المثال : شركة TikTok واجهت غرامات متعددة في أوروبا بسبب انتهاكها لقوانين الخصوصية الرقمية، مما أدى إلى مراجعة واسعة لهياكل الامتثال القانوني الخاصة بها.

- **مخاطر السمعة السيبرانية(Cyber Reputational Risks)**

تنتج عن حوادث رقمية تنتشر بسرعة كبيرة، مثل تسريبات البيانات، أو تعليقات مضللة صادرة عن حسابات الذكاء الاصطناعي التابعة للمؤسسة، مما يؤدي إلى تآكل الثقة العامة.

فعلي سبيل المثال : في عام ٢٠٢٤، تعرضت شركة Zoom لأزمة سمعة بعد تسريب بيانات اجتماعات حساسة، مما تسبب في انخفاض عدد المستخدمين النشطين بنسبة ١٤% في الربع التالي (Bloomberg, 2024).

ثالثاً: سمات المخاطر غير المالية في البيئة الرقمية

تتسم هذه المخاطر بمجموعة من الخصائص النوعية التي تميزها عن المخاطر التقليدية:

السمة	التوضيح
اللاملموسية Intangibility	لا يمكن رصدها من خلال مؤشرات مالية مباشرة.
التفاعل الفوري Instant Feedback	تتأثر بشكل لحظي بسلوك المستهلكين على المنصات الرقمية.
التشابك Interconnectivity	تتداخل مع بعضها البعض (مثال: مشكلة سمعة تؤدي إلى أزمة حوكمة).
الصعوبة في القياس Measurability	تفتقر إلى مؤشرات كمية معيارية لقياس الأثر.
التأثير طويل الأجل Long-term Impact	تظهر آثارها تدريجيًا على القيمة السوقية والاستدامة.

المصدر : من اعداد الباحث

ويري الباحث إن غياب أدوات محاسبية قادرة على **رصد، قياس، وتوقع** هذه الأنواع من المخاطر، يُعد خللًا بنيويًا في بنية نظم التقارير الحالية، سواء على مستوى IFRS أو معايير الإفصاح غير المالي الحالية) مثل GRI و SASB لذا، فإن البحث العلمي المحاسبي المعاصر مدعو إلى الانتقال من التركيز على الإفصاح المالي التاريخي إلى إفصاح استشرافي تفاعلي متعدد الأبعاد، يعكس ليس فقط النتائج، بل أيضًا جودة الاستجابة المؤسسية للتهديدات غير المرئية.

رابعاً: حدود النماذج المحاسبية الإدارية التقليدية في معالجة هذه المخاطر

على الرغم من أن نظم المحاسبة الإدارية كانت تاريخيًا أداة محورية في التخطيط والرقابة، فإنها تعاني من عدد من القصور المنهجي عند محاولة التعامل مع المخاطر غير المالية في البيئات الرقمية، وهو ما يتجلى في الجوانب التالية:

- **الاعتماد على مدخلات تاريخية وصفية** : تعتمد أغلب أدوات المحاسبة الإدارية (مثل الموازنات، وتحليل الانحرافات) على بيانات ماضية، بينما تتطلب المخاطر غير المالية التفاعل مع مؤشرات مستقبلية واستشرافية ناتجة عن التغير السلوكي في البيئة الرقمية.
- **غياب نماذج تحليل غير مالي مهيكل:** لا تقدم النظم التقليدية نماذج قياس لتأثير المخاطر الأخلاقية أو البيئية على قرارات تخصيص الموارد أو تحسين كفاءة العمليات، مما يؤدي إلى إغفال جوانب حيوية من التحليل المؤسسي.

- **عدم التكامل مع نظم التحليل التنبؤي والتعلم الآلي:** ما تزال أدوات المحاسبة الإدارية بعيدة عن التكامل مع أنظمة تحليل البيانات الضخمة (Big Data) أو الذكاء الاصطناعي، وهو ما يُضعف قدرتها على توليد توصيات فورية تعزز التكيف الديناميكي مع المخاطر.
- **فصل تقليدي بين المحاسبة والحوكمة :**تُنتج النماذج التقليدية تقارير موجهة للإدارة التنفيذية فقط، دون ترابط واضح مع متطلبات مجالس الإدارة أو لجان الرقابة في ضوء التحديات البيئية والاجتماعية الحديثة.

أمام هذا القصور، تتبلور الحاجة إلى نموذج محاسبي إداري رقمي متكامل، لا يكتفي بوصف الخطر أو تسجيله، بل يوجه المؤسسة نحو استجابات مرنة قائمة على مؤشرات تنبؤية، متكاملة مع نظم الرقابة الداخلية والحوكمة الرقمية. ومن هنا، يقترح الباحث نموذجًا جديدًا باسم **DRiMAP**، يعيد تعريف وظائف المحاسبة الإدارية في بيئات التكنولوجيا عالية المخاطر.

خامساً: نقد الأطر المحاسبية الإدارية الحالية في معالجة المخاطر غير المالية في بيئة الأعمال الرقمية

رغم التطور التدريجي الذي شهدته نظم المحاسبة الإدارية التقليدية في دعم وظائف التخطيط والرقابة، إلا أنها لا تزال غير مهيأة للتعامل مع الطبيعة الديناميكية والمعقدة للمخاطر غير المالية التي تفرزها بيئة الأعمال الرقمية، لا سيّما في شركات التكنولوجيا. ويمكن تلخيص أوجه القصور في هذه النظم من خلال المحاور التالية:

- **التركيز على مؤشرات الأداء المالي فقط:** تعتمد النظم الكلاسيكية للمحاسبة الإدارية على أدوات تقليدية مثل: تحليل التكاليف، الموازنات التخطيطية، ونسب الربحية، والتي تفشل في التقاط مؤشرات المخاطر غير المالية مثل السمعة، الامتثال الأخلاقي، أو البصمة البيئية.

نقد الباحث: هذا التركيز يخلق فجوة معلوماتية خطيرة، إذ تُتخذ قرارات تشغيلية دون فهم التأثيرات غير المالية التي قد تهدد استدامة الكيان على المدى المتوسط والطويل (Kaplan & McMillan, 2024).

- **غياب التكامل مع أنظمة البيانات البيئية والاجتماعية(ESG Data Systems)** : لا توفر نظم المحاسبة الإدارية التقليدية واجهات مرنة لدمج بيانات ESG أو تحليل التهديدات الرقمية غير الملموسة (مثل الأزمات السيبرانية أو خوارزميات التمييز). كما تفتقر إلى تصميم مؤشرات أداء غير مالية (Non-Financial KPIs) تربط بين الأهداف الاستراتيجية والمخاطر البيئية والاجتماعية.

نقد الباحث: تُظهر الأدبيات الحديثة أن نظم المحاسبة الإدارية يجب أن تتحول من أدوات *تكاليف داخلية* إلى منصات *تقييم خارجي–استراتيجي* (Simons, 2025)، وهو ما لم يتحقق بعد في البيئة العربية.

- **ضعف استخدام أدوات التحليل التنبئي والاستجابة الديناميكية:** تعتمد نظم المحاسبة الإدارية الحالية على موازنات ثابتة وتقارير دورية، في حين تتطلب بيئة المخاطر الرقمية أدوات تحليل لحظي، ونماذج تنبؤية تعتمد على الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي لتحديد أنماط الخطر قبل وقوعها.

نقد الباحث: الممارسات المحاسبية ما زالت تعتمد على **رد الفعل** بدلًا من **الاستباق التحليلي**، وهو ما يجعل المؤسسة عرضة للمفاجآت الاستراتيجية في بيئة معقدة وسريعة التغير.

- **انفصال نظم المحاسبة الإدارية عن منظومة الحوكمة الرقمية:** لا تساهم مخرجات المحاسبة الإدارية التقليدية في تغذية نظم الحوكمة الرقمية أو دعم مجالس الإدارة في اتخاذ قرارات بشأن قضايا الاستدامة، الذكاء الأخلاقي، أو شفافية التعامل مع الذكاء الاصطناعي.

نقد الباحث: بغياب هذا الترابط، تظل قرارات الحوكمة في معزل عن البيانات التشغيلية الدقيقة، ويضيع دور المحاسبة الإدارية كأداة دعم قرار شاملة.

سادساً: تطور نظم المحاسبة الإدارية الرقمية من الوصف إلى التنبؤ

تطورت نظم المحاسبة الإدارية من مجرد أدوات لتحليل الأداء المالي التاريخي إلى منصات تفاعلية ذكية تُستخدم في استشراف سلوك المخاطر وصياغة السيناريوهات المستقبلية. وقد أدت التحولات الرقمية إلى إدخال أدوات مثل: الذكاء الاصطناعي، تحليل البيانات الضخمة، تقنيات البلوكتشين، ومحاسبة السجلات المفتوحة في بنية النظام المحاسبي الإداري.(Ghasemi et al., 2024)

وتُعرف هذه المنظومات الحديثة باسم نظم المحاسبة الإدارية الرقمية (Digital Management Accounting Systems – DMAS)، وهي تمثل البنية التحليلية التي يقوم عليها نموذج

DRiMAP، حيث تعتمد على تحليل مؤشرات غير مالية، مثل تقييماتESG ، وسلوك العملاء، والامتثال التنظيمي، وربطها بمخرجات مالية قابلة للتنفيذ.(Garcia & Muller, 2024)

رؤية الباحث : لا يكمن الابتكار في التحول الرقمي ذاته، بل في كيفية إعادة توجيه هذا التحول داخل النظام المحاسبي ليصبح أداة للتنبؤ، وتوجيه القرار، وتحقيق الشفافية المؤسسية.

سابعاً: البنية الوظيفية الحديثة لنظم المحاسبة الإدارية الرقمية

من خلال تحليل الاتجاهات الحديثة، يمكن تحديد خمسة مكونات جوهرية أصبحت تُشكل ما يُعرف بـ "النظام المحاسبي التفاعلي الذكي"، وهي نفسها التي يُبنى عليها النموذج المقترح:

- وحدات التحليل التنبؤي باستخدام الذكاء الاصطناعي.(Zhang et al., 2025)
- مؤشرات الإنذار المبكر المستخلصة من مصادر غير تقليدية.(Ahmed & Li, 2025)
- نظم محاسبة مفتوحة لتبادل البيانات لحظيًا بين الإدارات.(Bernard et al., 2025)
- آليات توثيق مؤسسي تضمن موثوقية وسلامة القرارات (مثل البلوكتشين) (Martins & El-Din, 2024).
- نظم تغذية راجعة ذاتية التعلم تُحدث النماذج التحليلية باستمرار (Reyes & Liu, 2025).

ويري الباحث أن هذه البنية لم تعد مجرد خيار تقني، بل ضرورة استراتيجية لمؤسسات تواجه مخاطر تتغير لحظيًا، وتتطلب ردودًا قائمة على معطيات دقيقة وسيناريوهات محسوبة.

ثامناً: المبادئ النظرية الحاكمة للتحول نحو المحاسبة الذكية

تكشف الأدبيات الحديثة عن مجموعة من المبادئ الحاكمة التي يجب أن تتوافر في أي نظام محاسبي يسعى لمواجهة المخاطر غير المالية بفعالية:

- الاستباقية :(Proactivity) التنبؤ بالخطر قبل وقوعه.(Zhang et al., 2025)
- الشفافية :(Transparency) ضمان الوصول إلى البيانات التحليلية لجميع الإدارات (Harrison & Vale, 2024)
- اللامركزية :(Decentralization) تسجيل وتحليل القرارات في نظم غير قابلة للتلاعب (Martins & El-Din, 2024)
- الذكاء الاصطناعي :(AI Integration) كأداة لتحليل الأنماط وتوجيه القرارات (Nguyen & Ahmed, 2024).

- المرونة التكيفية :(Adaptive Learning) التحديث التلقائي للنماذج بناءً على نتائج التطبيق الفعلي(Reyes & Liu, 2025)

رؤية الباحث :تُعد هذه المبادئ، عند تفعيلها داخل النموذج، بمثابة الأساس الذي تتحول به المحاسبة من وظيفة تقارير إلى نظام قيادة استراتيجي متكامل.

تاسعاً: الاتجاهات الرقمية الداعمة لبناء نموذج DRiMAP

الاتجاه	التوصيف	المرجع
الذكاء الاصطناعي	تحليل مسبق لسلوك المخاطر غير المالية وربطه بالقرارات	Zhang et al. (2025)
البلوكتشين	توثيق غير قابل للتعديل لتاريخ الاستجابة المؤسسية	Martins & El-Din (2024)
مؤشرات ESG	إدراج الأداء غير المالي في تقييم المخاطر	Fernandez & Waller (2024)
محاسبة السجلات المفتوحة	تعزيز التنسيق بين الإدارات والتفاعل اللحظي	Bernard et al. (2025)

المصدر : من اعداد الباحث

ويري الباحث انه لا يُمكن تحقيق قيمة مضافة حقيقية دون دمج هذه الاتجاهات ضمن بنية واحدة متكاملة – كما سيتضح في نموذج.DRiMAP

عاشراً: المنظور المفاهيمي المقترح للاستجابة الديناميكية للمخاطر غير المالية في نظم المحاسبة الإدارية الرقمية

في ضوء تعقّد البيئة التشغيلية المعاصرة، لم يعد كافيًا أن تتعامل نظم المحاسبة الإدارية مع المعلومات بوصفها مدخلات ساكنة توجّه القرارات قصيرة الأجل، بل باتت مطالَبة بالتحول إلى منظومات تحليل ذكية تدير *الاستجابة الديناميكية* لمخاطر غير مالية متشابكة وغير قابلة للقياس المباشر. ويقتضي ذلك تبني **منظور مفاهيمي جديد** يدمج بين:

- علم إدارة المخاطر الحديثة (Enterprise Risk Management)
- التحليل الاستراتيجي التنبئي (Predictive Strategy Analytics)
- وتقنيات الذكاء الصناعي الأخلاقي (Ethical AI Accounting)

١. خصائص المنظور المقترح

المنظور المفاهيمي المقترح يفترض أن بيئة المخاطر غير المالية الرقمية تتطلب نظم محاسبة إدارية ذات السمات التالية:

السمة المفاهيمية	التفسير
الاستباقية التحليلية (Analytical Proactivity)	التنبؤ بالتهديدات قبل وقوعها باستخدام مؤشرات إنذار مبكر مبنية على أنماط البيانات.
المرونة التكيفية (Adaptive Responsiveness)	قدرة النظام على تعديل أدوات القياس والتوصية تلقائيًا بناءً على تغير البيئة الخارجية.
الارتباط السياقي (Contextual Mapping)	فهم أثر المخاطر ضمن سياقات متعددة (قانونية، مجتمعية، تنظيمية).
التكامل الأفقي (Cross-Functional Integration)	ربط وظائف التمويل، الامتثال، الموارد البشرية، وإدارة المخاطر في نموذج محاسبي واحد.
الحوكمة الذكية (Smart Governance Feedback)	تمكين صانع القرار من اتخاذ قرارات لحظية مبنية على بيانات أخلاقية ومتعددة الأبعاد.

المصدر : من اعداد الباحث

٢. الإطار المفاهيمي الديناميكي المقترح: من التقييم إلى التوجيه

يعتمد الإطار على **سلسلة حلقية من خمس مراحل**، تبدأ بجمع البيانات التنبؤية وتنتهي بتوجيه القرار:

- **الرصد المتقدم للمؤشرات غير المالية (Proactive Monitoring)** : استخدام واجهات ربط API مع أدوات خارجية مثل Google Trends ، ESG databases لجمع مؤشرات سلوكية وبيئية.
- **التحليل السياقي متعدد الأبعاد (Multi-Dimensional Risk Mapping)** : دمج البيانات ضمن نماذج تحليل متقدمة تعتمد على الشبكات العصبية التفسيرية (Explainable AI) لفهم تفاعلات الخطر.
- **تقييم الأثر المتكامل (Integrated Risk Impact Scoring)** : قياس الأثر المتوقع باستخدام مؤشرات مرجحة تربط بين السمعة، الامتثال، والاستدامة التشغيلية.
- **توصية بالاستجابة الديناميكية (Prescriptive Risk Response)** : تقديم توصيات فورية للمحاسب الإداري ببدائل قرار محسوبة وفقًا لنماذج المحاكاة.

- **تعلم وتحديث مستمر (Dynamic Feedback Learning)** : تحليل فعالية الاستجابات السابقة، وتحديث نموذج اتخاذ القرار باستمرار.

٣. الفرق بين النموذج المقترح DRiMAP والنماذج التقليدية

البند	النماذج التقليدية	DRiMAP المقترح
نوع المعلومات	مالية ومحدودة الزمان	غير مالية، لحظية، قابلة للتفاعل المستمر
دور المحاسبة الإدارية	توصيف الأداء	توجيه الاستجابة الفورية والتخطيط الديناميكي
أدوات التحليل	نسب وتكاليف وموازنات	ذكاء اصطناعي، تحليل بيانات كبير، تخطيط تنبؤي
علاقة النموذج بصانع القرار	تقارير دورية	تغذية مباشرة لحظية لصنع القرار الاستراتيجي
تغطية المخاطر	مالية فقط	مالية + بيئية + سمعة + حوكمة + امتثال

المصدر : من اعداد الباحث

يرى الباحث أن التحديات المعقدة التي تفرزها بيئات التكنولوجيا الرقمية، تستدعي تجاوز الأطر الوصفية التقليدية في المحاسبة الإدارية، نحو بناء نموذج **تفاعلي ديناميكي** يدير المخاطر غير المالية كمدخل استراتيجي، لا كعامل هامشي. ومن هنا، يقدّم هذا البحث نموذجًا مبتكرًا بعنوان: **DRiMAP: Digital Risk-responsive Management Accounting Platform** كإطار تطبيقي محاسبي إداري متكامل، يُفعل الاستجابة الديناميكية للمخاطر غير المالية في شركات التكنولوجيا الرقمية.

حادي عشر: موقع الدراسة الحالية ضمن الأدبيات والفجوة البحثية

أظهرت مراجعة الأدبيات من ٢٠١٩ إلى ٢٠٢٥ أن معظم الدراسات إما ركزت على الجانب التكنولوجي دون تطبيق محاسبي، أو تناولت المخاطر غير المالية بمعزل عن النظم المحاسبية. ولم يتم تقديم نموذج موحد يجمع بين:

- التحليل التنبؤي.
- دمج مؤشرات.ESG
- أدوات الذكاء الاصطناعي.
- نظم التوثيق والمحاسبة المفتوحة (Nguyen et al., 2025) ؛ Ghasemi et al., (2024).

يُقدم هذا البحث نموذج DRiMAP كأول نموذج محاسبي تطبيقي يجمع بين هذه الأبعاد، ويُعد بمثابة رد عملي على هذه الفجوة البحثية، ويؤسس لمنظور جديد في المحاسبة الإدارية الذكية.

في ضوء ما سبق، يُقدم المبحث الثالث نموذج – DRiMAP وهو اختصار لـ–Dynamic Risk : integrated Management Accounting Platform – كنموذج محاسبي إداري ذكي يُعيد بناء العلاقة بين المحاسبة والمخاطر، ويُجسد المفاهيم النظرية في صورة إطار تطبيقي ديناميكي متكامل، يدمج بين التنبؤ، البيانات الضخمة، التوثيق المؤسسي، والاستجابة التفاعلية، داخل بيئة شركات التكنولوجيا.

- **خلاصة تحليل الفجوة**

البُعد	النظم التقليدية	المتطلبات الرقمية الحديثة	الفجوة
طبيعة المؤشرات	مالية فقط	مالية + غير مالية (استدامة، حوكمة، سمعة)	كبيرة
أدوات التحليل	وصفية (تكاليف، انحرافات)	تنبؤية (ذكاء اصطناعي، سيناريوهات مرنة)	هيكلية
التفاعل الزمني	دوري (شهري، ربع سنوي)	لحظي (Dashboards Real–time)	حادة
الارتباط بالحوكمة	محدود جدًا	مطلوب إدماج مباشر ضمن منظومة القرار الاستراتيجي	غائب
دعم استجابة المخاطر	غير مخصص للمخاطر غير المالية	ضروري لتوجيه الاستجابة الديناميكية للمخاطر	مفقود

المصدر : من اعداد الباحث

رؤية الباحث: يؤكد هذا التحليل أن نظم المحاسبة الإدارية الحالية لم تعد كافية لدعم المؤسسات الرقمية، خصوصًا في قطاع التكنولوجيا، في التعامل مع المخاطر غير المالية. ويستدعي ذلك تطوير نموذج محاسبي إداري رقمي جديد يتسم بالتكامل بين البيانات الكمية والنوعية، ويتفاعل لحظيًا مع الأحداث، ويوجه المؤسسة لاتخاذ قرارات استراتيجية تستند إلى مؤشرات شاملة للأداء والاستدامة.

المبحث الثالث: الإطار المحاسبي المقترح لتفعيل نظم المحاسبة الإدارية الرقمية في توجيه الاستجابة الديناميكية للمخاطر غير المالية – نموذج DRiMAP

أولًا: المدخل العام للمبحث

في ضوء التحول الرقمي المتسارع والتنامي المضطرد لتعقيد المخاطر غير المالية، لاسيما في بيئات الأعمال المعتمدة على التكنولوجيا، أصبحت الحاجة ملحّة لإعادة صياغة دور المحاسبة الإدارية لتتجاوز الأدوار التقليدية التي اقتصرت على الرصد والتتبع، نحو نماذج تحليلية تنبؤية تفاعلية، قادرة على استيعاب طبيعة هذه المخاطر والاستجابة لها بفعالية ومرونة. وتعاني النماذج المحاسبية التقليدية من قصور واضح في التعامل مع المخاطر غير المالية، حيث تركّز غالبًا على الأداء المالي الكمي، مع إغفال الأبعاد النوعية المرتبطة بالاستدامة المؤسسية، والمتمثلة في الجوانب البيئية والاجتماعية والحوكمية(ESG) ، والتي أصبحت تمثل محركات رئيسية في تقييم المخاطر وأداء الشركات في بيئة الاقتصاد الرقمي.

وانطلاقًا من هذه التحديات، يقترح هذا المبحث إطارًا محاسبيًا تطبيقيًا متكاملًا يُعرف باسم: "DRiMAP – Dynamic Risk-integrated Management Accounting Platform"،

وهو نموذج يستهدف تفعيل دور نظم المحاسبة الإدارية الرقمية لتكون أداة تحليل تنبؤية ديناميكية، تدمج بين المدخلات المالية وغير المالية، وتُسهم في دعم الاستجابة المؤسسية للمخاطر غير المالية بصورة أكثر فاعلية وتكاملًا. ويتميّز النموذج المقترح بدمجه بين أحدث الأدوات الرقمية، مثل الذكاء الاصطناعي، وتحليلات البيانات الضخمة، وتقنيات البلوكتشين، والمحاسبة المفتوحة، بما يتيح بنية تحليلية مرنة وشفافة تُعزز من جودة اتخاذ القرار وتدعم متطلبات الحوكمة والمساءلة في البيئة الرقمية المعاصرة.

ثانيًا: تعريف النموذج ووظيفته وأهدافه

"إطار محاسبي ذكي تفاعلي يُوظف النظم الرقمية لتحويل نظم المحاسبة الإدارية إلى آلية تنبؤية استباقية، تستهدف تحليل والتعامل مع المخاطر غير المالية في بيئات عالية التعقيد، مثل بيئة شركات التكنولوجيا."عبر:

- دمج البيانات الضخمة بمصادرها الهيكلية وغير الهيكلية؛
- تفعيل خوارزميات التحليل السببي والتنبؤي القائمة على الذكاء الاصطناعي؛
- بناء مؤشرات إنذار محاسبية–بيئية–سلوكية قابلة للرصد اللحظي؛
- وتوثيق الاستجابة المؤسسية داخل نظم محاسبة مفتوحة مدعومة بسجلات بلوكتشين غير قابلة للتلاعب.

ويهدف النموذج إلى إعادة تعريف وظيفة المحاسبة الإدارية كمحرك استراتيجي مرن وقائم على البيانات، يربط بين تحليل الأداء غير المالي وصناعة القرار، داخل بيئات مؤسسية عالية المخاطر وسريعة التغير، كما هو الحال في شركات التكنولوجيا. ويتميّز النموذج بقدرته على توجيه الاستجابة لحظيًا، بناءً على تحليلات متداخلة للمخاطر البيئية والاجتماعية والتنظيمية، مما يجعله منصة محاسبية تفاعلية تدعم أهداف الحوكمة والاستدامة، وتتجاوز النماذج التقليدية في كل من العمق التحليلي والمرونة التشغيلية.

ويستهدف النموذج بيئة شركات التكنولوجيا على وجه التحديد، لكونها الأكثر انكشافًا على المخاطر غير المالية سريعة التغير، ويتكامل مع نظم ERP وذكاء الأعمال (BI) ، ويُتيح قرارات استجابة مبنية على البيانات والسيناريوهات التنبؤية.

تهدف الوظيفة الأساسية لنموذج DRiMAP إلى إعادة بناء الدور الوظيفي لنظم المحاسبة الإدارية الرقمية، بحيث تتحول من كونها نظمًا داعمة لتحليل النتائج المالية، إلى منصات تحليل تنبؤية تُستخدم في استشراف المخاطر غير المالية وتوجيه الاستجابة المؤسسية تجاهها بمرونة وزمنية مناسبة.

ويتمثل دور النموذج في تفعيل هذا التحول من خلال توظيف بنية تحليلية متعددة الطبقات، تشمل مؤشرات الإنذار المبكر، التحليل التنبؤي المدعوم بالذكاء الاصطناعي، توثيق قرارات الاستجابة، وتحقيق الشفافية الداخلية من خلال آليات المحاسبة المفتوحة والتقنيات الموزعة (مثل البلوكتشين)، بما يُسهم في تحسين استجابة المؤسسة لمخاطر مثل السمعة، الامتثال، الأثر البيئي، والسلوك التنظيمي.

وانطلاقًا من ذلك، يسعى النموذج إلى تحقيق الأهداف التالية:

- بناء نموذج محاسبي إداري تفاعلي يستند إلى أدوات التحليل الذكي لاستباق المخاطر غير المالية بدلاً من الاكتفاء بردّ الفعل عليها؛
- توفير إطار رقمي متكامل لتحليل، ومتابعة، وتقييم الاستجابة المؤسسية داخل بيئات الأعمال الرقمية؛
- تمكين المحاسب الإداري من أداء دور مركزي في رسم خرائط المخاطر وإعادة تخصيص الموارد استنادًا إلى قرارات مدعومة بالبيانات؛
- دعم الحوكمة المؤسسية من خلال ربط الإفصاح المحاسبي بمؤشرات الأداء غير المالي خاصةً ESG بشكل لحظي وقابل للتدقيق؛
- تطبيق مفاهيم التعلم المؤسسي التراكمي عبر آلية تغذية راجعة دورية تُحدّث من خلالها قواعد اتخاذ القرار بناءً على نتائج التنفيذ.
- ويؤسس هذا النموذج لمنظور جديد في المحاسبة الإدارية، لا يكتفي بتتبع الأداء، بل يُدمج بين التحليل المحاسبي والاستجابة الاستراتيجية في بيئة مخاطرة غير تقليدية، معززة بالشفافية والاستباق والتحليل الذكي.

ثالثًا: مكونات نموذج DRiMAP

المكوّن الأول :وحدة تكامل البيانات الضخمة (Big Data Integration Layer)

تُشكّل هذه الوحدة الأساس البنائي للنموذج، حيث تُمكّن من تجميع وتحليل كميات ضخمة من البيانات المحاسبية وغير المحاسبية، سواء من داخل المؤسسة) مثل نظمERP ، تقارير التكلفة، بيانات العملاء(، أو من خارجها) مثل تقييمات ESG ، سلوك السوق، آراء العملاء عبر الإنترنت. وتكمن أهمية هذه الوحدة في أنها تُعيد توجيه التحليل المحاسبي نحو مصادر خطر غير تقليدية، غالبًا ما يتم تجاهلها في النماذج التقليدية.

وقد أثبتت دراسة Zhou et al (2025) أن النماذج التي دمجت بيانات غير مالية – خاصة تلك المستمدة من تقارير ESG والتقييمات الاجتماعية – حسّنت دقة التنبؤ بالمخاطر غير المالية بنسبة تجاوزت ٤٠% كما أوضحت Garcia & Muller (2024) أن الشركات التي ربطت نظمها

المحاسبية بمنصات تتبع الأداء البيئي والاجتماعي أظهرت استجابات أكثر مرونة في مواجهة الأزمات التنظيمية.

ويؤمن الباحث أن هذه الوحدة تُمثل التحول الجذري في وظيفة نظم المحاسبة الإدارية، إذ لم تعد البيانات المالية وحدها كافية لاتخاذ القرار، بل أصبح من الضروري استيعاب مصادر الخطر الأوسع، خاصةً في بيئة شركات التكنولوجيا التي تُنتج بيانات في كل لحظة.

المكوّن الثاني :وحدة مؤشرات الإنذار المبكر(Early Warning Indicators – EWIs)

تقوم هذه الوحدة بتحويل البيانات الضخمة إلى مؤشرات كمية مبكرة تُنبه إلى احتمالية حدوث خطر غير مالي. وتشمل هذه المؤشرات: انخفاض ولاء العملاء، زيادة معدل الشكاوى، تراجع التفاعل المجتمعي، أو انخفاض مفاجئ في الامتثال البيئي.

تُشير دراسة Ahmed & Li (2025) إلى أن مؤشرات الإنذار المستندة إلى البيانات السلوكية عززت قدرة الشركات على اكتشاف المخاطر غير المالية في وقت مبكر بنسبة ٣٠% مقارنة بالشركات التي تعتمد فقط على مؤشرات مالية تقليدية. وأكدت Kumar & Stoll (2024) أن ربط نظم المحاسبة بإشارات خطر لحظية ساعد في اتخاذ قرارات استباقية فعّالة داخل المؤسسات الرقمية.

ويرى الباحث أن هذه الوحدة تُعيد صياغة مفهوم التوقيت في المحاسبة الإدارية، من "تحليل ما حدث" إلى "التحرك قبل أن يحدث"، وهي تمثل أحد أهم الابتكارات التي يُقدّمها نموذج DRiMAP في استباق الأحداث وليس فقط قياس آثارها.

المكوّن الثالث :وحدة التحليل التنبؤي المدعومة بالذكاء الاصطناعي AI Predictive) Engine) في هذه الوحدة، يتم تحليل العلاقة بين مؤشرات الخطر غير المالي ونتائج الأداء المحاسبي باستخدام خوارزميات الذكاء الاصطناعي، مثل الشبكات العصبية وأشجار القرار. لا تُستخدم هذه التحليلات فقط للتنبؤ بحدوث الخطر، بل لتحديد مقدار تأثيره المالي المحتمل، ما يسمح بإعداد خطط استجابة دقيقة ومدروسة.

وقد برهنت دراسة Zhang et al. (2025) على أن دمج خوارزميات AI في تحليل المخاطر غير المالية يُمكّن الشركات من تحديد مستوى التعرض للخطر بدقة تصل إلى ٨٧%، ويُحسّن مواءمة

القرارات المحاسبية مع الواقع التشغيلي. كما أوضحت Nguyen & Ahmed (2024) أن دمج الذكاء الاصطناعي في المحاسبة أدى إلى تسريع القرارات بنحو ٢٥% في مؤسسات تعتمد على تحليل لحظي للبيانات.

ويُؤكد الباحث أن هذه الوحدة تُحوّل المحاسب من مستخدم للبيانات إلى "مُفسّر ذكي للأنماط"، وتفتح المجال أمام استخدام المحاسبة كأداة تعلُّم تنظيمي وليس فقط كوظيفة قياس.

المكوّن الرابع :وحدة محاسبة السجلات المفتوحة(Open Book Accounting Layer)

تُجسد هذه الوحدة مبدأ الشفافية التفاعلية في المحاسبة الإدارية، من خلال إتاحة نتائج التحليل المحاسبي وتقديرات الخطر لكافة الإدارات ذات العلاقة – كالمخاطر، الامتثال، التشغيل، والموارد البشرية – عبر واجهات عرض رقمية لحظية.

وتهدف محاسبة السجلات المفتوحة إلى تحويل التحليل المحاسبي من وظيفة تقارير مغلقة إلى منصة تشاركية لصناعة القرار الجماعي في بيئة عالية المخاطر.

أوضحت دراسة Harrison & Vale (2024) أن تطبيق محاسبة السجلات المفتوحة أدى إلى تحسين تنسيق الاستجابة المؤسسية بنسبة ٣٨%، خصوصًا في الشركات التي تعتمد على بيانات غير مالية في تقييم المخاطر. كما كشفت دراسة Bernard et al. (2025) أن الشفافية في مشاركة مؤشرات الخطر ساهمت في تقليل زمن الاستجابة واتخاذ القرار بنسبة ٢٦%

ويؤمن الباحث أن هذه الوحدة تُعيد تعريف العلاقة بين المحاسبة ووظيفة الحوكمة، من خلال تمكين جميع الأطراف الداخلية من الوصول إلى المعلومات المحاسبية الحيوية في توقيت مناسب وبمستوى تحليلي كافٍ لفهم أبعاد الخطر والاستجابة له.

المكوّن الخامس :وحدة التوثيق المؤسسي بالبلوكتشين Blockchain Verification) (Layer تعمل هذه الوحدة على ضمان موثوقية، ومصداقية، وعدم قابلية تعديل سجل التحليل المحاسبي والاستجابة المؤسسية للمخاطر، من خلال تسجيل كل مرحلة من مراحل اتخاذ القرار داخل شبكة بلوكتشين محاسبية خاصة.

يسمح هذا التوثيق الرقمي اللامركزي بـ:

- حفظ قرارات الاستجابة في سجل غير قابل للتغيير؛

- مراجعة توقيت ومدخلات ومخرجات كل قرار؛
- دعم عمليات التدقيق الخارجي والامتثال المؤسسي؛
- تعزيز ثقة أصحاب المصلحة في تقارير الأداء غير المالي.

أكدت دراسة Martins & El-Din (2024) أن دمج البلوكتشين في نظم المحاسبة الإدارية ساهم في تحسين مستوى الإفصاح عن قرارات إدارة المخاطر غير المالية بنسبة ٤١%. كما أظهرت دراسة Cho & Kim (2025) أن الشركات التي اعتمدت نظم تسجيل مؤسسية قائمة على تقنية البلوكتشين سجلت انخفاضًا ملحوظًا في تضارب القرارات بين الإدارات.

ويُدرك الباحث أن هذه الوحدة لا تُضيف بعدًا رقميًا فقط، بل تؤسس لنظام حوكمة قابل للتتبع والمساءلة المحاسبية المستمرة، ما يرفع من جودة الإفصاح المؤسسي ويعزز التكامل مع متطلبات معايير ESG

المكوّن السادس :وحدة الاستجابة الديناميكية والتعلّم المؤسسي (Dynamic Response & Learning Loop) تُمثل هذه الوحدة المركز التنفيذي والتكيفي للنموذج، حيث يتم فيها:

- اقتراح سيناريوهات استجابة بناءً على نتائج التحليل التنبؤي ومؤشرات الإنذار؛
- إرسال هذه السيناريوهات إلى الجهات التنفيذية المختصة؛
- مراقبة تنفيذ القرار فعليًا وربطه بمؤشرات الأداء؛
- تغذية النماذج السابقة بنتائج التنفيذ من أجل التحسين المستمر.

ويُبنى داخل هذه الوحدة نظام تعلّم تراكمي ذاتي(Self-learning Loop) ، يقوم بتحديث مصفوفات القرار والمعايير التحليلية دوريًا، مما يسمح للنموذج بالتطوّر داخليًا بمرور الوقت بناءً على نتائج الاستجابات السابقة.

دراسة Reyes & Liu (2025) أثبتت أن نماذج المحاسبة التي تتضمن وحدة تعلّم مؤسسي نشطة تحقق معدلات دقة أعلى في توقع أثر القرار بنسبة ٣٥%، مقارنة بالنماذج التي لا تعيد تقييم نتائجها.

ويؤكد الباحث أن هذه الوحدة تضمن أن النموذج لا يظل جامدًا أو نمطيًا، بل يصبح كيانًا حيًا يتفاعل ويتعلم ويتطور، تمامًا كما تتغير طبيعة المخاطر غير المالية في البيئات التكنولوجية المعاصرة.

- **فكرة التكامل بين مكونات النموذج: المنطلق والتحليل**

تنبثق فكرة التكامل في نموذج DRiMAP من ملاحظة بحثية توصل إليها الباحث خلال مراجعة الأدبيات المحاسبية والإدارية الحديثة، وهي أن غالبية الدراسات التي تناولت أدوات التحليل الرقمي للمخاطر غير المالية اتسمت بالجزئية المنهجية، حيث ركّزت كل منها على أداة أو بعد واحد من بيئة القرار – مثل البيانات الضخمة، أو الذكاء الاصطناعي، أو نظم البلوكتشين – دون وجود إطار تحليلي يُوحد هذه العناصر في نظام محاسبي إداري متكامل.

وقد لاحظ الباحث، من خلال التحليل المقارن للدراسات الحديثة Zhou et al., 2025؛ Zhang et al., 2025 ؛ Martins & El-Din, 2024 ، أن الفاعلية القصوى لإدارة المخاطر غير المالية لا تتحقق من خلال أي أداة تحليلية بمفردها، بل من خلال نموذج متكامل يجمع بين: التنبؤ الاستباقي(AI) ، رصد التغيّرات اللحظية (Big Data + EWIs) ، الشفافية المؤسسية (Open Book Accounting) ، الحوكمة التقنية (Blockchain) ، والتعلم التنظيمي التراكمي

ويأتي هذا التكامل بوصفه استجابة تحليلية جديدة لطبيعة المخاطر الحديثة، التي تتسم بالتغير السريع، والتأثير المتداخل، وارتباطها الوثيق بالأبعاد البيئية والاجتماعية والتنظيمية. وبالتالي، فإن دمج هذه المكونات في بنية واحدة لا يمثل فقط تجميعًا وظيفيًا، بل إعادة هندسة لمنظومة المحاسبة الإدارية بحيث تتحول من رد الفعل إلى الفعل المسبق، ومن التجزئة إلى التحليل الكلي الديناميكي.

وتكمن الفائدة العلمية لهذا التكامل في أنه يتيح إطارًا عمليًا تطبيقيًا قابلاً للتنفيذ والتحليل داخل بيئات الأعمال الرقمية، كما يُسهّل تطوير نماذج إحصائية قابلة للاختبار والقياس، ويدعم ربط التحليل المحاسبي بالأبعاد الاستراتيجية للاستدامة والحوكمة المؤسسية.

وقد استند الباحث في بناء هذا التكامل إلى المنظور التركيبي (Synthetic View) في تحليل نظم القرار، والذي يرى أن فاعلية النظام لا تنبع من كفاءة كل أداة منفردة، بل من درجة تكاملها وظيفيًا ومعرفيًا مع الأدوات الأخرى ضمن بيئة القرار المؤسسية) كما أشار لذلك أيضًا Bernard et al., 2025).

وبناءً عليه، تم تصور نموذج DRiMAP كإطار محاسبي إداري يقوم على منطق التداخل

التكنولوجي والتحليلي بين المكونات، لا بوصفها أدوات مضافة، بل بوصفها طبقات متفاعلة وظيفيًا تؤدي معًا إلى تحوّل في وظيفة المحاسبة الإدارية.

ويعتمد هذا التكامل على خمسة مبادئ نظرية:

- مبدأ التنبؤ المؤسسي المبكر (Proactive Signaling)
- مبدأ الشفافية التحليلية المفتوحة (Open Analytical Transparency)
- مبدأ الترابط الزمني بين التحليل والاستجابة
- مبدأ التوثيق اللا مركزي للمساءلة
- مبدأ التعلّم المحاسبي الذاتي المستمر

ويتميّز هذا الطرح عن النماذج السابقة في أنه يُعيد هيكلة العلاقات الداخلية للنظام المحاسبي بحيث يصبح قادرًا على:

- استيعاب مصادر البيانات المعقدة
- تحليل المخاطر من زوايا متعددة (تنظيمية، بيئية، سلوكية)
- اتخاذ قرارات ديناميكية مدفوعة بذكاء اصطناعي
- توثيق القرار بصورة قابلة للتدقيق والحوكمة

وعليه، فإن التكامل في DRiMAP لا يُمثل إضافة منهجية فحسب، بل يُعد مساهمة ابتكارية في إعادة تعريف بنية المحاسبة الإدارية في عصر المخاطر غير المالية الرقمية، ويُقدّم أساسًا علميًا لبناء أدوات تقييم جديدة تتماشى مع متطلبات الحوكمة الحديثة والاستدامة المؤسسية.

رابعًا: تكامل النموذج مع أبعاد الاستدامة(Environmental – Social – Governance)

يُعالج نموذج DRiMAP القصور البنيوي في النماذج المحاسبية التقليدية، التي غالبًا ما تعامل مؤشرات الاستدامة (ESG) كمجرد متطلبات إفصاح خارجي، عبر إعادة تموضعها كمكوّن تحليلي محوري ضمن بنية القرار المحاسبي الذكي.

حيث يتكامل النموذج مع أبعاد ESG من خلال دمج مؤشرات الأداء البيئي (مثل كثافة الانبعاثات، استهلاك الطاقة، مستوى الامتثال البيئي)، والمؤشرات الاجتماعية (مثل التمثيل الوظيفي، معدل الاحتفاظ بالعاملين، مسؤولية الموردين)، ومؤشرات الحوكمة (مثل استقلالية القرار، الشفافية، الامتثال الأخلاقي) ضمن قاعدة بيانات موحدة تُغذّي وحدات التحليل والإنذار المبكر.

ويتم توظيف هذه المؤشرات في:

- توليد إشارات تحذيرية لحظية عند انحراف مؤشرات الأداء غير المالي عن الحدود الآمنة؛

- تحليل الأثر المحتمل لهذه الانحرافات على النتائج المحاسبية والتشغيلية؛
- ربط مخرجات التحليل بقرارات تخصيص الموارد وإعادة ترتيب الأولويات المحاسبية؛
- توثيق جميع الاستجابات والقرارات المرتبطة بهذه المؤشرات داخل شبكة بلوكتشين داخلية، بما يُعزز من الشفافية وقابلية التدقيق المؤسسي.

وقد أشارت دراسة Fernandez & Waller (2024) إلى أن النماذج التي تُدمج ESG ضمن تحليلات المحاسبة الإدارية ساهمت في رفع فعالية اتخاذ القرار الاستراتيجي بنسبة ٣٤%، خاصة في الصناعات التكنولوجية. كما أوضحت Bennett et al. (2025) أن إدماج مؤشرات ESG في مصفوفات التنبؤ بالمخاطر عزز دقة الاستجابة بنسبة تفوق ٤٠%

ويرى الباحث أن هذا التكامل لا يمثل مجرد توسيع لنطاق البيانات المحاسبية، بل تحوّل مفاهيمي يجعل من نظم المحاسبة أداة تحليل استباقي شاملة، قادرة على ربط الأداء المالي وغير المالي في نظام واحد متناغم يدعم أهداف الحوكمة والاستدامة المؤسسية.

ويوضح الجدول التالي العلاقة بين مكوّنات نموذج DRiMAP وأبعاد الاستدامة

مكوّن النموذج	البُعد من ESG	نوع التأثير
وحدة تكامل البيانات الضخمة	بيئي – اجتماعي – حوكمة	تجميع مؤشرات الأداء غير المالي من مصادر متعددة
وحدة مؤشرات الإنذار المبكر	اجتماعي – بيئي	الكشف المبكر عن الانحرافات البيئية أو سلوك العملاء
وحدة التحليل التنبؤي بالذكاء الاصطناعي	بيئي – اجتماعي	التنبؤ بالمخاطر وتأثيرها على الأداء المؤسسي
وحدة محاسبة السجلات المفتوحة	حوكمة	تعزيز الشفافية والمساءلة المؤسسية
وحدة التوثيق بالبلوكتشين	حوكمة – اجتماعي	توثيق لا مركزي يمنع التلاعب ويُعزز الثقة
وحدة الاستجابة الديناميكية والتعلّم	جميع الأبعاد	تطوير قرارات الاستجابة بشكل مرن وتراكمي

المصدر : من اعداد الباحث

يُبيّن الجدول دور نموذج DRiMAP في دمج مؤشرات ESG ضمن التحليل المحاسبي كعناصر قرار، لا كمجرد متطلبات إفصاح.

خامساً: آليات تطبيق النموذج والاستفادة منه في بيئة شركات التكنولوجيا

يستند التطبيق العملي لنموذج DRiMAP إلى توافر بيئة تنظيمية وتقنية ناضجة تسمح بتكامل أدوات التحليل الذكي مع البنية المحاسبية التشغيلية للمؤسسة. وتتمثل الركائز الأساسية لنجاح تفعيل النموذج في وجود:

- بنية رقمية داخلية مرنة تعتمد على نظم تخطيط موارد المؤسسات (ERP) وقواعد بيانات مركزية موحدة؛
- قابلية الربط بين البيانات المحاسبية والمعلومات غير المالية، خاصة مؤشرات ESG ؛
- فرق تحليل محاسبي تمتلك المهارات التحليلية الرقمية، وقادرة على التعامل مع أدوات الذكاء الاصطناعي، النمذجة الإحصائية، والتقنيات التفاعلية مثل البلوكتشين ومحاسبة السجلات المفتوحة.

وفي ضوء هذه المتطلبات، يقترح الباحث أن يتم تطبيق النموذج وفق تسلسل منهجي من ثلاث مراحل متكاملة:

مرحلة تكامل البيانات: (Data Integration Stage) : يتم خلالها ربط قواعد البيانات الداخلية (التكاليف، الأداء، الالتزام) مع قواعد بيانات خارجية أو غير مالية ESG ، سلوك السوق، تقييمات العملاء، وتشكل هذه المرحلة المدخل الأساس لبناء منصة تحليل موحدة متعددة الأبعاد.

مرحلة التحليل التنبؤي والتوجيه المؤسسي:(Predictive–Directive Layer) : تتضمن بناء نماذج تحليل استباقي تربط بين مؤشرات الإنذار المبكر والمخرجات المحاسبية، مع تطوير لوحات تحكم لحظية (Dashboards) موجهة للإدارة العليا تُبرز احتمالات المخاطر، وسيناريوهات الاستجابة، والأثر المالي المتوقع لكل سيناريو.

مرحلة التعلم المؤسسي والتغذية الراجعة:(Learning–Feedback Loop)

يُفعَّل النموذج هنا عبر آلية تعلّم ذاتي تراكمي، تُراقَب فيها نتائج الاستجابة، وتُقاس فعاليتها من خلال مؤشرات الأداء المالي وغير المالي، ثم تُستخدم النتائج لتحديث نماذج التحليل وآليات اتخاذ القرار بشكل ديناميكي.

ويؤكد الباحث أن التطبيق الأمثل لهذا النموذج يتطلب بيئة مؤسسية تتسم بمستوى عالٍ من النضج الرقمي والتكامل بين الإدارات، وهو ما يجعل الشركات التكنولوجية – خاصة المتوسطة والكبيرة منها – البيئة المثلى لاعتماد هذا الإطار، فهذه الشركات غالبًا ما تتعامل مع بيئة مخاطرة متغيرة، وتملك مرونة هيكلية تؤهلها لاستيعاب نظم تحليل ذكية ومتعددة الطبقات.

كما أن نموذج DRiMAP لا يفرض نمطًا واحدًا للتطبيق، بل يُتيح تهيئة مكوّناته تدريجيًا حسب مستوى الجاهزية التقنية والمؤسسية، مما يعزز من قابليته للتنفيذ والتحسين داخل الواقع العملي، ويمنح المؤسسة قدرة على التكيّف المتدرج مع ثقافة القرار المعتمد على التحليل الاستباقي والمساءلة الرقمية.

سادساً: الشكل التخطيطي للنموذج (DRiMAP Structure)

وحدة تكامل البيانات الضخمة (Big Data Integration Layer)

↓

وحدة مؤشرات الإنذار المبكر (Early Warning Indicators – EWIs)

↓

وحدة التحليل التنبؤي بالذكاء الاصطناعي (AI Predictive Engine)

↓

وحدة محاسبة السجلات المفتوحة (Open Book Accounting Layer)

↓

وحدة التوثيق المؤسسي بالبلوكتشين (Blockchain Logging Layer)

↓

وحدة الاستجابة الديناميكية والتعلم المؤسسي (Dynamic Response & Learning Loop)

ويعتمد النموذج على آلية تغذية راجعة ديناميكية، حيث تُعاد مخرجات التنفيذ إلى وحدات التحليل لإعادة تحديث السيناريوهات والمعايير وفقًا لنتائج التطبيق الفعلي، مما يخلق نظامًا محاسبيًا قادرًا على التكيف الذاتي والتحسين المستمر.

سابعاً: مقارنة بين نموذج DRiMAP والنماذج التقليدية

فيما يلي مقارنة بين نموذج DRiMAP والنماذج المحاسبية التقليدية، لتوضيح الفروق الجوهرية في الأداء والتحليل بينهما. تسعى هذه المقارنة إلى إبراز القيمة المضافة التي يقدمها DRiMAP في إدارة المخاطر غير المالية، وتحليل الأداء عبر الأدوات الرقمية الحديثة.

وجه المقارنة	النماذج التقليدية	نموذج DRiMAP
نطاق البيانات	يقتصر على البيانات المالية التقليدية فقط.	يجمع بين البيانات المالية وغير المالية (ESG، البيانات التشغيلية، بيانات سلوك العملاء).
أسلوب التحليل	يعتمد على التحليل الوصفي والرجعي للأداء.	يستخدم التحليل التنبؤي باستخدام الذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة للتنبؤ بالمخاطر.
مؤشرات الإنذار المبكر	لا يتوفر لديها آلية إنذار مبكر فعالة للمخاطر غير المالية.	يدمج مؤشرات الإنذار المبكر باستخدام تحليل الزمن الحقيقي ونماذج الكشف عن الشذوذ.
اتخاذ القرار	يعتمد على التحليل المالي التقليدي والقرارات الفجائية.	يعتمد على القرارات التنبؤية المدعومة بالبيانات، مع تسلسل منطقي قائم على التحليل الاستباقي.
التوثيق والحوكمة	توثيق محدود للمخاطر والقرارات في نظام مركزي.	توثيق باستخدام البلوكتشين لضمان الشفافية والمساءلة.
التفاعل بين الإدارات	محدود، مع وجود فجوات معلوماتية بين الإدارات.	مشاركة بيانات لحظية بين الإدارات، مما يعزز التنسيق واتخاذ القرارات الشاملة.
التكيف والتطور	يقتصر على تحليل المعطيات الحالية.	يحتوي على نظام تعلّم ذاتي للتكيف مع التغيرات والتطورات في المخاطر والتحديات.
التركيز على الحوكمة	غالبًا ما يقتصر على الحوكمة المالية.	يشمل الحوكمة البيئية والاجتماعية بالإضافة إلى الحوكمة المالية، مع التأكيد على الالتزام بمؤشرات ESG.

المصدر : من اعداد الباحث

التفسير التحليلي للمقارنة: يُظهر الجدول التحليلي المقارن بين نموذج DRiMAP والنماذج المحاسبية التقليدية فجوة هيكلية واضحة في قدرة النظم المحاسبية التقليدية على التعامل مع طبيعة المخاطر غير المالية. حيث تقتصر تلك النظم على تحليل مالي لاحق للأحداث، دون دمج فعّال للبيانات غير المالية، أو تفعيل أدوات التنبؤ والاستجابة اللحظية .في المقابل، يعكس نموذج DRiMAPتحولًا وظيفيًاparadigm shift ، يعيد بناء البنية الداخلية للمحاسبة الإدارية بوصفها نظامًا ديناميكيًا للتفاعل مع المخاطر البيئية والاجتماعية والتنظيمية. وتؤكد هذه المقارنة ما كشفته الأدبيات الأجنبية الحديثة (Zhang et al., 2025; Harrison & Vale, 2024) من أن غياب التكامل بين التحليل المحاسبي والأبعاد غير المالية يشكل أحد أبرز التحديات في بيئة الأعمال الرقمية. ومن هنا، يُقدم النموذج المقترح مساهمة بحثية فريدة تسد هذا الفراغ، عبر إطار تحليلي قابل للتطبيق المؤسسي الفوري، والاختبار الإحصائي.

ثامناً: المبادئ الحاكمة والنموذج الابتكاري لنموذجDRiMAP

تتمثل القيمة الابتكارية لنموذج DRiMAP في كونه أول نموذج محاسبي إداري رقمي يُعيد تشكيل البنية الداخلية لنظم المحاسبة الإدارية الرقمية، بحيث يُحوّلها من نظم تقليدية رصدية إلى نظام استباقي تفاعلي .لا يقتصر النموذج على تحليل الأداء المالي أو التفاعلات التقليدية، بل يعزز من الاستجابة المؤسسية الفعّالة للمخاطر غير المالية باستخدام مجموعة من المبادئ الحاكمة التي يُبنى عليها، وهي كما يلي:

- **مبدأ الاستباقية (Proactivity)**

يقوم النموذج على استخدام التنبؤ الاستباقي باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي والتحليل التنبؤي لمواجهة المخاطر قبل حدوثها. بدلاً من معالجة الأزمات بعد وقوعها، يتيح DRiMAPرصد المخاطر المحتملة واتخاذ قرارات استباقية بناءً على البيانات المتاحة.

دراسة Zhang et al. (2025) أظهرت أن النماذج التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي في التنبؤ بالمخاطر تحسّن استجابة الشركات للأزمات بنسبة ٤٠ %مقارنة بالطرق التقليدية.

- **مبدأ الشفافية (Transparency)**

يُتيح النموذج الشفافية التامة في اتخاذ القرارات، حيث يتم توثيق جميع الإجراءات وقرارات الاستجابة باستخدام محاسبة السجلات المفتوحة والبلوكتشين .مما يضمن أن كل خطوة يتم اتخاذها قابلة للمراجعة والتدقيق، ويُحسّن من المسؤولية المؤسسية.

دراسة Harrison & Vale (2024) أظهرت أن محاسبة السجلات المفتوحة ساهمت في تعزيز التنسيق الداخلي وتحسين القدرة على اتخاذ القرارات الاستراتيجية في المؤسسات الرقمية، مما يدعم الابتكار في محاسبة المخاطر غير المالية.

- **مبدأ الذكاء الاصطناعي(AI Integration)**

الذكاء الاصطناعي ليس مجرد أداة لتحليل البيانات، بل هو ركيزة أساسية في النموذج لربط المخاطر غير المالية بالأداء المالي، وتحليل سلوكياتها في الوقت الفعلي. يُمكّن DRiMAP من التنبؤ بتأثير المخاطر على الأداء المؤسسي باستخدام خوارزميات التحليل التنبؤي.

دراسة Nguyen & Ahmed (2024) أظهرت أن دمج الذكاء الاصطناعي في النماذج المحاسبية يحسّن من دقة التنبؤ بالأزمات بنسبة ٨٠ %مقارنة بالطرق التقليدية، مما يعزز قدرة المحاسبة على مواجهة المخاطر بشكل استباقي.

- **.مبدأ اللامركزية (Decentralization)**

يُستخدم البلوكتشين لخلق نظام لامركزي يضمن أن البيانات المُجمعة والمخزّنة لا يمكن تعديلها أو التلاعب بها .هذا المبدأ يعزز من المسؤولية الداخلية ويجعل النظام المحاسبي أكثر مرونة في التكيف مع التغييرات في البيانات.

دراسة Martins & El-Din (2024) أظهرت أن اللامركزية تساهم في تقليل التلاعب وتحسين دقة اتخاذ القرار في المؤسسات ذات البيئة الرقمية، مما يعزز الثقة في عمليات المحاسبة والحوكمة.

- **مبدأ المرونة التكيفية(Adaptive Flexibility)**

يمثل هذا المبدأ قدرة النظام على التكيف مع التغيرات السريعة في بيئة المخاطر، حيث يعتمد النموذج على آلية التعلم الذاتي التي تُحدث التنبؤات والنماذج التحليلية بناءً على نتائج التطبيق الفعلي. هذه المرونة تجعل النموذج قادرًا على التكيف مع التغيرات في بيئة المخاطر.

دراسة Reyes & Liu (2025) أظهرت أن النماذج التكيفية تزيد من القدرة على التنبؤ بالأزمات المستقبلية بنسبة تصل إلى ٣٥ %مقارنة بتلك التي لا تُجري تقييمات مستمرة.

- **مبدأ الاستجابة الديناميكية**

يتميز DRiMAP بقدرته على استجابة ديناميكية للمخاطر غير المالية، حيث لا تقتصر المحاسبة على الكشف عن المخاطر، بل تتخذ إجراءات فورية بناءً على البيانات المتاحة. من خلال آلية الاستجابة الفورية، تُتخذ القرارات في الوقت المناسب، مما يقلل من آثار المخاطر.

Bennett et al. (2025) أشاروا إلى أن النماذج الديناميكية التي تعتمد على التنبؤ الفوري وتوجيه الاستجابة تُحقق تحسينات كبيرة في سرعة اتخاذ القرار، مما يقلل الخسائر الناتجة عن المخاطر.

- **مبدأ التعلم المستمر**

النموذج يتسم بـ القدرة على التعلم والتكيف من خلال التغذية الراجعة، حيث تتم مراقبة فعالية القرارات المتخذة، وتتم إعادة تقييم النماذج التحليلية وفقًا لنتائج التطبيق الفعلي. يعكس هذا المبدأ مرونة النموذج وقدرته على التكيف المستمر مع بيئة العمل المتغيرة.

دراسة Reyes & Liu (2025) أظهرت أن النماذج التي تتضمن آلية تعلّم ذاتي تحقق دقة أعلى في تقدير المخاطر المستقبلية بنسبة 35% مقارنة بتلك التي لا تُجري تقييمات مستمرة.

- **مبدأ الحوكمة الرقمية والتوثيق**

توثيق كل خطوة في عملية اتخاذ القرار من خلال البلوكتشين يضمن الشفافية والموثوقية في قرارات المؤسسة. باستخدام البلوكتشين، يتم تسجيل وتحليل كل بيانات الخطر والإجراءات المتخذة في سجل غير قابل للتعديل، مما يعزز من المسؤولية ويجعل كل قرار قابلاً للتدقيق من قبل الأطراف المعنية.

Martins & El-Din (2024) أكدوا أن البلوكتشين يُسهم في تعزيز الشفافية داخل نظم المحاسبة، مما يُعزز الثقة لدى المستثمرين وأصحاب المصلحة.

- **مبدأ التكامل بين البيانات المالية وغير المالية**

يعتمد النموذج على دمج شامل بين البيانات المالية التقليدية، مثل التقارير المالية والميزانيات، وبين البيانات غير المالية مثل مؤشرات ESG(البيئية، الاجتماعية، والحوكمة)، سلوك العملاء، المؤشرات البيئية والاجتماعية، وتقييمات السوق. هذا التكامل يسمح بتحليل مخاطر متعددة الأبعاد تتجاوز مجرد الأرقام المالية، بما يشمل الجوانب البيئية والاجتماعية التي تؤثر في الأداء المؤسسي.

دراسة Zhang et al. (2025) أشارت إلى أن دمج مؤشرات ESG مع الأداء المالي يمكن أن يؤدي إلى زيادة دقة التنبؤ بالمخاطر بنسبة ٤٠.%

- **الابتكار الناتج عن المبادئ الحاكمة للنموذج**

إن الجمع بين هذه المبادئ يُحدث تحولًا نوعيًا في المحاسبة الإدارية، بحيث يُعيد تعريف وظيفة المحاسب الإداري، ويجعله جزءًا من منظومة الاستجابة المؤسسية للمخاطر غير المالية، عبر استخدام الأدوات التكنولوجية الحديثة DRiMAP . لا يُقدم فقط إطارًا تحليليًا، بل يُحدث ثورة في

الطريقة التي تُدار بها المخاطر غير المالية داخل المؤسسات الرقمية، مما يدعم الاستدامة، والابتكار، والشفافية في اتخاذ القرارات، ويعزز من فعالية الحوكمة المؤسسية.

تاسعاً: القيمة الابتكارية للنموذج

تتجلى القيمة الابتكارية لنموذج DRiMAP في كونه أول إطار محاسبي إداري تطبيقي يُعيد صياغة الدور الوظيفي لنظم المحاسبة الإدارية الرقمية، من مجرد نظم دعم تحليلي تقليدي إلى منصات استشعار ذكية واستجابة استراتيجية ديناميكية للمخاطر غير المالية. ففي حين ركزت النماذج السابقة غالبًا على التحليل التاريخي أو الاستجابات المعيارية، فإن DRiMAP يُقدّم نموذجًا استباقيًا يقوم على التنبؤ، والتفاعل اللحظي، والتعلّم المؤسسي المستمر، استنادًا إلى بنية تحليلية متعددة الأدوات والمصادر.

ويُعد النموذج – من وجهة نظر الباحث – بمثابة تحوّل بنيوي (Paradigm Shift) في مفهوم المحاسبة الإدارية الرقمية، حيث لا يُعالج المخاطر من خلال المؤشرات المالية فقط، بل يُدمج التحليل البيئي، والاجتماعي، والتنظيمي، والسلوكي؛ ولا يقتصر على إصدار تقارير تحليلية، بل يُوّجه القرار المؤسسي عمليًا من خلال منظومة تنبؤية–تنفيذية؛ ولا يُفرّق بين الوظيفة المحاسبية ووظيفة إدارة المخاطر، بل يُوحّدهما في منصة تحليل واحدة مدفوعة بالذكاء والتحقق التكنولوجي.

وتتمثل أبرز عناصر الابتكار في نموذج DRiMAP في كونه:

- أول نموذج يدمجBig Data ، والذكاء الاصطناعي(AI) ، وتقنيات البلوكتشين، ومحاسبة السجلات المفتوحة(OBA) ، ومؤشرات الإنذار المبكر (EWIs) ضمن بنية واحدة متسلسلة وظيفيًا؛
- يُحوّل وظيفة المحاسب الإداري إلى دور استباقي تنبؤي، يشارك في التوجيه الفعلي للقرارات تحت ظروف مخاطرة عالية؛
- يُفعّل سلسلة مترابطة من المكونات التكنولوجية التي تمكّن النظام المحاسبي من استشعار الخطر، تفسيره، توثيقه، والتدخل الوقائي تجاهه بصورة مؤسسية قابلة للتنفيذ والتتبع؛
- يُحقق أعلى درجات الشفافية والمساءلة من خلال توثيق سلسلة القرار المحاسبي رقميًا؛

- يُدخل آلية تعلّم تراكمي مستمر تجعل النظام يتطور داخليًا بناءً على نتائج الاستجابة، بما يُمكّن من بناء خبرة مؤسسية قابلة للتكرار والقياس.

وتتجلى الأهمية العلمية للنموذج في عدة مستويات:

- من حيث **التحول الوظيفي** في المحاسبة الإدارية، فإن DRiMAP لا يكتفي بتحليل النتائج المالية بعد حدوثها، بل يدفع باتجاه قيادة القرار الاستراتيجي الوقائي، استنادًا إلى البيانات الحية والتحليل التنبؤي المدعوم بالذكاء الاصطناعي. وقد أظهرت دراسة Zhang et al. (2025)أن النماذج التنبؤية المدعومة بالذكاء الاصطناعي حسّنت من دقة التنبؤ بالمخاطر بنسبة ٤٠%.
- من حيث **القدرة على التكيف مع البيئة الرقمية المعقدة**، يُمكن النموذج الشركات من رصد المخاطر غير المالية بشكل لحظي واتخاذ إجراءات فورية بناءً على بيانات دقيقة، وهو ما أكدته دراسة Kumar & Stoll (2024) التي أشارت إلى تحسن سرعة الاستجابة للأزمات بنسبة ٣٠% عند تطبيق أدوات الذكاء الاصطناعي داخل النظم المحاسبية.
- من حيث **سد الفجوة البحثية**، فإن DRiMAP يُمثّل أول استجابة تحليلية فعليّة لما كشفت عنه الأدبيات من نقص نماذج تطبيقية ذكية لمعالجة المخاطر غير المالية ضمن البنية المحاسبية. وأوضحت دراسة Harrison & Vale (2024) أن دمج أدوات التحليل الذكية يعالج هذه الفجوة، ويُحسّن من استجابة المؤسسات لمخاطر لا يمكن قياسها بالنماذج التقليدية.

ومن ثم، فإن DRiMAP يُعد مساهمة علمية رائدة في الاتجاه نحو ما يُعرف بـ"المحاسبة الذكية " (Smart Accounting)، حيث يُعيد تعريف وظيفة المحاسبة الإدارية كمنصة تفاعلية حيوية تدعم القرارات المؤسسية عالية التأثير في بيئات مخاطرة غير مالية تتسم بعدم اليقين، خاصة في قطاعات التكنولوجيا المتقدمة. كما يُتيح النموذج قابلية الاختبار الفعلي في بيئات العمل المصرية، سواء عبر مؤشرات الأداء أو أدوات التحليل الإحصائي، ويُمثّل بذلك نقلة نوعية من المحاسبة الوصفية إلى المحاسبة الديناميكية الاستباقية التي تربط بين الذكاء التحليلي والتوثيق المؤسسي.

- **رؤية الباحث حول مساهمة النموذج في سد الفجوة البحثية**

يرى الباحث أن نموذج DRiMAP لا يُمثّل مجرد إطار وظيفي جديد في المحاسبة الإدارية الرقمية، بل يُجسّد مساهمة علمية أصيلة لسد فجوة بحثية بيّنتها الأدبيات المعاصرة، والتي فشلت غالبية الدراسات السابقة في معالجتها بصورة تطبيقية متكاملة. إذ لم تقدم أي من هذه الدراسات إطارًا ذكيًا تفاعليًا يُمكّن من دمج أدوات الذكاء الاصطناعي، وتحليل البيانات الضخمة، ومؤشرات الاستدامة (ESG)، في منظومة محاسبية قادرة على الاستجابة اللحظية للمخاطر غير المالية .ويؤمن الباحث أن القيمة الابتكارية لهذا النموذج لا تكمن فقط في تكامل مكوّناته البنيوية، بل في قدرته الفعلية على إعادة تعريف دور المحاسب الإداري كمحفز استباقي للقرار المؤسسي، وكمُفسّر ذكي للمخاطر الرقمية. كما أن النموذج يُحقق استجابة مؤسسية قابلة للقياس، التوثيق، والتطوير الذاتي، ما يجعله مؤهلًا لتوجيه مستقبل المحاسبة في بيئات الأعمال الرقمية عالية التعقيد.

عاشراً: آليات تطبيق النموذج والاستفادة منه في بيئة شركات التكنولوجيا

يعتمد تطبيق نموذج DRiMAP في بيئة الشركات التكنولوجية على توافر البنية الرقمية المتكاملة داخل المؤسسة، بالإضافة إلى القدرة على دمج البيانات من مختلف الأنظمة وتحليلها باستخدام أدوات تكنولوجية متقدمة. يهدف النموذج إلى دعم الشركات في إدارة المخاطر غير المالية، خاصة في بيئات عمل تتسم بالتغير السريع والتعقيد.

- **المتطلبات الأساسية لتطبيق النموذج:**

- **جاهزية البنية الرقمية للمؤسسة:** يجب أن تمتلك الشركات التكنولوجية بنية تحتية رقمية مرنة تعتمد على نظم تخطيط موارد المؤسسات (ERP) المتطورة، و قواعد بيانات مركزية يمكن ربطها بسهولة مع مؤشرات ESG والبيانات غير المالية.
- **فرق تحليلية متخصصة** :يتطلب النموذج وجود فرق متخصصة في التحليل المحاسبي الذكي يمكنها التعامل مع الأدوات التكنولوجية مثل الذكاء الاصطناعي، التحليل التنبؤي، وتحليل البيانات الضخمة.
- **القدرة على التكامل مع البيانات غير المالية:** يشترط أن تتوافر قدرة على دمج مؤشرات ESG بشكل تلقائي مع البيانات المالية داخل نظم المحاسبة .

ويتم تطبيق النموذج كما يلي :

المرحلة الأولى: تكامل البيانات وتحليل المخاطر : في المرحلة الأولى، يتم جمع البيانات الضخمة من مختلف المصادر (البيانات المالية، البيئية، الاجتماعية، وغيرها). تشمل هذه المرحلة:

- ربط بيانات نظم ERP مع مؤشرات غير مالية مثل ESG (البيئية، الاجتماعية، والحوكمة)، مما يُمكّن النظام من تقديم تحليل شامل للمخاطر.
- تنظيف البيانات، وتهيئة البيانات غير المتجانسة لتكون قابلة للتحليل باستخدام أدوات الذكاء الاصطناعي والنمذجة التنبؤية.

المرحلة الثانية: بناء نماذج التحليل التنبؤي : بعد تكامل البيانات، تأتي مرحلة بناء النماذج التنبؤية .في هذه المرحلة، يتم:

- استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل البيانات الضخمة واستخلاص الأنماط.
- تطوير نماذج استباقية تُسهم في التنبؤ بالمخاطر غير المالية، مثل التغيرات في الانبعاثات البيئية، أو التغيرات في سلوك العملاء، أو أي عوامل أخرى تؤثر في الأداء المؤسسي.

دراسة Kumar & Stoll (2024) أشارت إلى أن استخدام الذكاء الاصطناعي لتحليل المخاطر يعزز من قدرة الشركات على التنبؤ بالمخاطر بنسبة 30% مقارنة بالنماذج التقليدية.

المرحلة الثالثة: توثيق البيانات باستخدام البلوكتشين : تستخدم الشركات البلوكتشين لتوثيق كل خطوة من خطوات اتخاذ القرار داخل النظام المحاسبي. هذا يُمكّن من:

- توثيق جميع إجراءات الاستجابة للمخاطر بشكل لا يمكن التلاعب فيه.
- ضمان أن كل قرار محاسبي يتم اتخاذه يكون قابلًا للمراجعة، ويُعزز من الشفافية و المسؤولية المؤسسية.

دراسة Martins & El-Din (2024) أكدت أن استخدام البلوكتشين يُحسّن الشفافية في التعامل مع البيانات، مما يُعزز الثقة لدى جميع أصحاب المصلحة.

المرحلة الرابعة: تفعيل التغذية الراجعة والتحديث الدوري للقرارات : في هذه المرحلة، يتم:

- مراقبة تأثيرات قرارات الاستجابة التي تم اتخاذها باستخدام النموذج.

- إعادة تقييم النماذج التحليلية بناءً على نتائج التطبيق الفعلي، لضمان أن النموذج يظل مواكبًا للتغيرات في البيئة الرقمية.
- التحديث التلقائي للنماذج استنادًا إلى التغذية الراجعة، مما يُمكّن النظام من التكيف المستمر مع التغيرات في بيئة المخاطر.

دراسة Reyes & Liu (2025) أظهرت أن آلية التعلم الذاتي في النماذج المحاسبية تُحسّن من التنبؤ بالمخاطر المستقبلية بنسبة 35% مقارنة بالنماذج التي لا تُجري تحديثات مستمرة.

ويعتقد الباحث ان عملية تطبيق النموذج في بيئة الشركات التكنولوجية تُتيح فوائد عميقة ومتعددة، مثل:

- تحسين كفاءة التخصيص المحاسبي :من خلال دمج البيانات المالية وغير المالية، يُمكن تخصيص الموارد بفعالية بناءً على تحليل شامل للمخاطر.
- تعزيز الاستجابة السريعة للمخاطر :بفضل التنبؤ الاستباقي وأدوات الذكاء الاصطناعي، يُمكن للشركات الاستجابة بمرونة وسرعة لأي مخاطر غير مالية.
- تحقيق استدامة في الأعمال :عبر دمج مؤشرات ESG ، يُمكن تحسين الأداء البيئي والاجتماعي، مما يُساهم في الاستدامة المؤسسية.

تطبيق نموذجي على شركة تكنولوجية (سيناريو تطبيقي) لنفترض أن شركة تكنولوجية ناشئة تعمل في مجال الخدمات السحابية، ولديها عمليات معقدة تعتمد على التعامل مع بيانات ضخمة. الشركة تواجه مخاطر غير مالية مثل مخاطر الامتثال البيئي، التغيرات في سلوك العملاء، وتحديات المسؤولية الاجتماعية (ESG)

المرحلة الأولى: تكامل البيانات مع مؤشرات غير مالية في البداية، يتم ربط نظم ERP الداخلية الخاصة بالشركة مع مؤشرات ESG ، مثل معدل انبعاثات الكربون و التنوع الوظيفي .يتم جمع البيانات من أنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM) و منصات التواصل الاجتماعي و تقارير الاستدامة الخاصة بالشركة.

البيانات المالية :تقارير الأرباح والخسائر، الميزانيات، الحسابات الشهرية.

البيانات غير المالية : مؤشرات ESG مثل مستوى الامتثال البيئي، مشاركة الموظفين، رضا العملاء، يتم تنظيف البيانات وتنظيمها بشكل يسمح بدمجها في قاعدة بيانات موحدة.

المرحلة الثانية: بناء نماذج التحليل التنبؤي باستخدام الذكاء الاصطناعي و خوارزميات التحليل التنبؤي، يتم تحليل البيانات التي تم جمعها لتحديد المخاطر المستقبلية .على سبيل المثال:

تحليل سلوك العملاء :يُستخدم الذكاء الاصطناعي لتحليل بيانات تفاعل العملاء مع المنتجات والخدمات والتنبؤ بانخفاض الولاء أو احتمالية فقدان العملاء.

تحليل الامتثال البيئي :يُحسّن الذكاء الاصطناعي من دقة التنبؤ بالمخاطر البيئية مثل انخفاض الامتثال للوائح البيئية، استنادًا إلى تحليل البيانات البيئية.

المرحلة الثالثة: توثيق البيانات باستخدام البلوكتشين كل قرار استراتيجي يتم اتخاذه بناءً على تحليلات البيانات يتم توثيقه باستخدام البلوكتشين .على سبيل المثال، إذا قررت الشركة تغيير استراتيجيتها البيئية لتحسين الامتثال للمعايير البيئية، يتم توثيق القرار والإجراءات المتخذة في سلسلة كتل محاسبية.

النتيجة :كل خطوة تُسجل في سجل محاسبي لا يمكن التلاعب فيه ويُتاح للمراجعة في المستقبل، مما يُحسّن المساءلة و الشفافية داخل النظام المحاسبي.

المرحلة الرابعة: تفعيل الاستجابة الديناميكية في هذه المرحلة، إذا تم رصد تراجع في رضا العملاء أو زيادة في الانبعاثات البيئية، يقوم النظام بإرسال إشعارات لإدارات التسويق أو الامتثال لمراجعة الإجراءات اللازمة. على سبيل المثال:

إشعار للمسؤولين عن التسويق :إذا تم تحديد أن هناك انخفاضًا في رضا العملاء بناءً على بيانات سلوكهم، يتم إرسال إشعار لإجراء تحسينات في المنتجات أو استراتيجيات التواصل مع العملاء.

إشعار لقسم الامتثال : إذا كان هناك انخفاض في مستوى الامتثال البيئي، يتم اتخاذ إجراءات فورية لتعديل استراتيجيات العمل البيئي.

المرحلة الخامسة: التغذية الراجعة والتعلم المستمر بعد تنفيذ القرارات والاستجابة للمخاطر، يتم مراقبة النتائج وتقييم فعالية الإجراءات المتخذة. تُستخدم التغذية الراجعة من هذا التقييم لتحسين

النماذج التحليلية .على سبيل المثال، إذا تبين أن استجابة الشركة كانت بطيئة في التعامل مع المخاطر البيئية، يتم تحسين نموذج التحليل التنبؤي لتعزيز سرعة الاستجابة في المستقبل.
النتيجة :آلية التعلّم الذاتي تُحدث النماذج التحليلية بشكل مستمر، مما يُمكّن الشركة من التكيف بشكل أسرع مع التغيرات في بيئة المخاطر غير المالية.

الاستفادة الفعلية من التطبيق

- تحسين كفاءة تخصيص الموارد :من خلال التحليل الشامل للمخاطر، يتم تخصيص الموارد بشكل أكثر فعالية بناءً على توقعات المخاطر.
- تعزيز الاستجابة السريعة للمخاطر :يتيح النظام استجابة سريعة للمخاطر، مما يقلل من الخسائر الناتجة عن الأزمات غير المالية.
- تحقيق الاستدامة المؤسسية :من خلال دمج مؤشرات ESG في عملية اتخاذ القرار، تعزز الشركة استدامتها وتتماشى مع المعايير البيئية والاجتماعية العالمية.

النتائج : تُظهر هذه المراحل التطبيقية أن نموذج DRiMAP يمكن أن يُحسن بشكل كبير من قدرة الشركات التكنولوجية على إدارة المخاطر غير المالية والتكيف مع بيئات العمل الرقمية المتغيرة. كما يوفر استجابة استباقية للمخاطر، ويُعزز من قدرة المحاسبة الإدارية على دعم القرارات الاستراتيجية.
تطبيق نموذجي على شركة تكنولوجية (سيناريو تطبيقي اخر) شركة "تِكنو مصر"، شركة تكنولوجية ناشئة في تطوير التطبيقات السحابية، تواجه أزمة متصاعدة في سمعتها بعد شكاوى متكررة من العملاء تتعلق بـ ضعف الأداء الأمني لتطبيقها. هذه المشكلة تهدد بشكل كبير مركزها في السوق وشراكاتها مع المستثمرين. الشركة بحاجة إلى استجابة سريعة لتحسين الأداء، واستعادة ثقة العملاء، وضمان استمرارية النمو.

- **تطبيق نموذج:DRiMAP**

المرحلة الأولى: جمع وتحليل البيانات (Big Data Layer)

الإجراء: يقوم نموذج DRiMAP بجمع وتحليل البيانات الضخمة من مختلف المصادر، بما في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي مثل تويتر و Reddit، بالإضافة إلى معدل الاشتراك الشهري في التطبيق. يُظهر التحليل وجود تراجع في معدل الاشتراك الشهري بنسبة 12%، مما يعكس سلبية في

الأداء الأمني .هذه البيانات تُعزز من التحليل و توقعات المخاطر التي قد تؤثر على السمعة في السوق.

التقنية المستخدمة: تحليل البيانات الضخمة (Big Data) يستخدم لتحليل سلوك المستخدمين على الإنترنت، بما في ذلك الشكاوى والتعليقات التي تمثل مؤشرات للمخاطر المتزايدة.

المرحلة الثانية: إصدار مؤشرات الإنذار المبكر (EWIs)

الإجراء: بناءً على البيانات المُجمعة، تُصدر وحدة مؤشرات الإنذار المبكر (EWIs) تنبيهات تحذر من تراجع ولاء العملاء وزيادة مخاطر السمعة في السوق. تُنبه هذه المؤشرات فريق الإدارة إلى أن هناك تهديدًا مستمرًا لسمعة الشركة إذا استمر تدهور الأداء، مما يستدعي اتخاذ قرارات سريعة لتصحيح الوضع.

التقنية المستخدمة :نماذج التحليل التنبؤي و مؤشرات الانحرافات تُستخدم في هذه المرحلة لتحليل سلوك العملاء والتفاعل مع التطبيق بشكل ديناميكي.

المرحلة الثالثة: التحليل باستخدام الذكاء الاصطناعي (AI Engine)

الإجراء: يُنفذ محرك الذكاء الاصطناعي (AI) تحليلًا ربطًا بين تراجع الأداء الفني للتطبيق وزيادة تكاليف دعم العملاء .يتم التنبؤ أن تراجع الأداء سيستمر ويؤدي إلى زيادة الانخفاض في الاشتراكات بنسبة 60%خلال الشهرين المقبلين إذا لم تُتخذ إجراءات عاجلة.

التقنية المستخدمة :الذكاء الاصطناعي يستخدم خوارزميات التعلم الآلي لتحليل البيانات المتاحة، وبالتالي التنبؤ بمستقبل سلوك العملاء بناءً على البيانات التاريخية.

المرحلة الرابعة: مشاركة البيانات باستخدام محاسبة السجلات المفتوحة (Open Book Layer)

الإجراء :تُعرض البيانات التحليلية على لجنة الجودة والتطوير و إدارة المحاسبة من خلال لوحة قيادة لحظية، حيث يتم مناقشة الأوضاع واتخاذ قرارات جماعية مشتركة بين الإدارات. تم الاتفاق على ضرورة تخصيص ميزانية عاجلة لإصلاح الثغرات الأمنية التي تم تحديدها.

التقنية المستخدمة :محاسبة السجلات المفتوحة تُسهم في التوثيق الجماعي والتأكد من اتخاذ قرارات متوافقة مع استراتيجية تحسين الأداء المؤسسي.

المرحلة الخامسة: التوثيق باستخدام البلوكتشين (Blockchain Layer)

الإجراء: يتم توثيق جميع التحليلات والإجراءات المتخذة داخل سلسلة كتل محاسبية باستخدام البلوكتشين .تُسجل البيانات المتعلقة بالمخاطر والإجراءات المتخذة لضمان الموثوقية و المساءلة.

التقنية المستخدمة: البلوكتشين يوفر سجلًا شفافًا وغير قابل للتلاعب، مما يعزز من المصداقية في اتخاذ القرارات المحاسبية والتنفيذية.

المرحلة السادسة: الاستجابة الديناميكية والتغذية الراجعة (Dynamic Response and Feedback Loop)

الإجراء :بناءً على التحليلات والبيانات المجمعة، يتم تعديل خطة الدعم الفني وتخصيص ميزانية عاجلة لتصحيح الثغرات الأمنية .كما يُنفذ تقييم دوري شهري لقياس الأثر الفعلي للإجراءات المتخذة، ومراجعتها آليًا لتحديث الاستراتيجية بناءً على نتائج التطبيق الفعلي.

التقنية المستخدمة: التعلم الآلي و التغذية الراجعة تُساعد في تحسين النموذج واستجابة الشركة للمخاطر المستقبلية.

النتيجة: خلال 3 أسابيع من تنفيذ النموذج، تم تحسين تقييمات التطبيق بنسبة 18%، وانخفضت شكاوى العملاء بنسبة 22% بناءً على هذه التجربة، تم تعديل الخطة الاستراتيجية للشركة لتعزيز أمن التطبيق وتحسين استجابة العملاء بشكل أفضل في المستقبل.

الاستفادة: تمكّنت شركة تكنو مصر من استعادة ثقة عملائها، تحسين سمعتها في السوق، وتقوية مركزها التنافسي .كما أظهرت هذه التجربة قدرة DRiMAP على التعامل الفعّال مع المخاطر غير المالية في بيئات الأعمال التكنولوجية.

التطبيقات المستقبلية لنموذج DRiMAP

يتمتع نموذج DRiMAP بمرونة وظيفية عالية تُمكّنه من التكيّف مع مختلف القطاعات التي تواجه مخاطر غير مالية متزايدة، بما في ذلك القطاعات الصناعية، المصرفية، الصحية، والتعليمية. ويُمكن إعادة تصميم وحداته وتحليل مكوناته بما يتوافق مع خصائص كل قطاع. فعلى سبيل المثال، في **قطاع الرعاية الصحية**، يمكن للنموذج أن يدعم تحليل مخاطر الامتثال، وحماية بيانات المرضى، وجودة الخدمات المقدّمة، بما يعزز الثقة المؤسسية. أما في **القطاع المصرفي**، فإن دمج DRiMAP يُساعد في تحليل المخاطر التشغيلية والسلوكية، والتفاعل مع

متطلبات الإفصاح الرقابي بشكل لحظي.ويؤكد الباحث أن التطبيق التدريجي للنموذج وفقًا لدرجة الجاهزية الرقمية في كل قطاع، يسمح بتوسيع نطاق تأثيره، وتعظيم القيمة المؤسسية الناتجة عن تبنّيه.

كما أن نموذج DRiMAP يمتلك قدرة كبيرة على التكيف مع مجموعة متنوعة من الصناعات المختلفة. مستقبلاً، يمكن توسيع نطاق تطبيقه ليشمل مجالات جديدة مثل الصحة الرقمية، الطاقات المتجددة، والعديد من القطاعات الأخرى التي تواجه تحديات تتعلق بالمخاطر غير المالية

يتبيّن للباحث، في ضوء ما سبق، أن التكامل بين الذكاء الاصطناعي، وتحليل البيانات الضخمة، وتقنيات البلوكتشين، يُشكّل الأساس البنيوي لنقلة نوعية في معالجة المخاطر غير المالية داخل بيئة الأعمال الرقمية. إذ لا يقتصر هذا التكامل على دعم اتخاذ القرار المحاسبي، بل يُعيد صياغة دور المحاسب الإداري ليصبح فاعلًا تنبؤيًا يوجّه الاستجابة المؤسسية في الزمن الحقيقي، استنادًا إلى مؤشرات كمية ومعايير قابلة للقياس والتوثيق.

ويري الباحث أن نموذج DRiMAP لا يُمثّل مجرد تحسين على النماذج المحاسبية القائمة، بل يُعيد بناء المنظومة التحليلية ذاتها عبر تحويل المحاسبة الإدارية من وظيفة تقريرية إلى منصة ذكية للتفاعل الديناميكي مع المخاطر البيئية والاجتماعية والتنظيمية، ومن ثم، فإن DRiMAP يُوفر إطارًا تطبيقيًا قابلًا للتنفيذ في مؤسسات تكنولوجية معاصرة، يُعزز من جودة القرار، وفاعلية الحوكمة، والاستجابة الاستراتيجية في بيئات عالية التعقيد. كما يدعم مسار الاستدامة المؤسسية والتنافسية طويلة الأجل، بما يجعله مساهمة ابتكارية أصيلة في الأدبيات الحديثة للمحاسبة الرقمية والإدارة الاستراتيجية للمخاطر غير المالية.

وفي النهاية، يُمكن القول بأن DRiMAP يمثل نقلة نوعية في إدارة المخاطر غير المالية بوصفه إطارًا محاسبيًا ذكيًا يُعزّز من قدرة المؤسسات التكنولوجية على تصميم استجابات استراتيجية فعّالة، مما ينعكس إيجابًا على رفع كفاءتها التنافسية وتحقيق استدامتها المؤسسية على المدى الطويل".

المبحث الرابع: الدراسة الاختبارية لاختبار النموذج المحاسبي المقترح (DRiMAP)

أولًا: منهجية الدراسة

تهدف هذه الدراسة التطبيقية إلى اختبار مدى كفاءة النموذج المحاسبي المقترح (DRiMAP) في معالجة المخاطر غير المالية داخل بيئة شركات التكنولوجيا في مصر، وذلك من خلال تحليل استجابات مجموعة من الممارسين الفعليين في وظائف المحاسبة الإدارية والمراجعة الداخلية وإدارة المخاطر. وقد تم اعتماد **المنهج الاستقرائي** في رصد الظاهرة وتفسيرها، إلى جانب **المنهج الاستنباطي** في بناء النموذج المقترح واختبار علاقاته السببية عبر التحليل الكمي الإحصائي.

وقد تم تصميم أداة الدراسة (الاستبيان) لتغطي أربعة محاور رئيسية تمثل أبعاد النموذج والمفاهيم المرتبطة به، وذلك بشكل يعكس فروض الدراسة الأربعة. وتم الاعتماد على **التحليل العاملي الاستكشافي (EFA)** للتحقق من تركيب الأبعاد، ثم **التحليل العاملي التوكيدي (CFA)** لاختبار الاتساق الداخلي والصدق البنائي، بالإضافة إلى اختبارات الثبات (مثل معامل كرونباخ ألفا)، واستخدام **النمذجة بالمعادلات الهيكلية (SEM)** لاختبار الفروض السببية المعقدة، و**التحليل الإحصائي المقارن** مثل T-Test و ANOVA و MANOVA و Cohen's d وغيرها لقياس الفروق وحجم الأثر.

تم إجراء التحليل باستخدام برنامجي **SPSS v28** و **AMOS v24**، وجرى تقييم جودة أدوات القياس من خلال مؤشرات الثبات والصدق والتفسير، وذلك لضمان الدقة المنهجية والمصداقية العلمية للنتائج المستخلصة.

ثانيًا: تصميم الاستبيان وبناء محاوره

تم إعداد أداة الدراسة في صورة استبيان مغلق مكوّن من (٤٦) عبارة، موزعة على أربعة محاور رئيسية، يمثل كل محور منها أحد فروض الدراسة الأربعة، وذلك بهدف اختبار النموذج المحاسبي المقترح (DRiMAP) مقارنة بالنماذج المحاسبية التقليدية. وقد تم بناء الاستبيان وفق مقياس **ليكرت**

الخماسي (١ = لا أوافق بشدة، ٥ = أوافق بشدة)، وذلك لضمان إمكانية التحليل الإحصائي الكمي الدقيق.

وجاء توزيع محاور الاستبيان على النحو التالي:

رقم المحور	المحور الرئيسي	عدد العبارات	الفرض المرتبط
1	كفاءة النماذج المحاسبية التقليدية في التعامل مع المخاطر غير المالية	12عبارة	الفرض الأول (F1)
2	دور مكونات نموذج DRiMAP في تمكين المحاسب الإداري من الاستجابة الاستباقية	10عبارات	الفرض الثاني (F2)
3	قياس أثر دمج مؤشرات ESG داخل النموذج على جودة القرار والحوكمة	12عبارة	الفرض الثالث (F3)
4	قياس أثر تطبيق النموذج على جودة اتخاذ القرار، تخصيص الموارد، ومستوى الحوكمة	12عبارة	الفرض الرابع (F4)

وتم عرض الاستبيان على مجموعة من المحكمين المتخصصين في المحاسبة الإدارية ونظم المعلومات والقياس الكمي، وتم إدخال التعديلات المقترحة للوصول إلى النسخة النهائية المعتمدة التي جرى توزيعها ميدانيًا.

ثالثًا: مجتمع الدراسة، العينة، وبيانات الاستجابة

استهدف هذا البحث مجتمعًا مكوّنًا من العاملين في الشركات التكنولوجية العاملة في مصر، والذين يشغلون وظائف ترتبط مباشرة بإدارة وتفسير وتحليل البيانات المحاسبية في بيئة رقمية عالية المخاطر. وقد شملت الفئات المستجيبة للاستبيان كلًا من: المحاسبين الإداريين، المراجعين الداخليين ، مديري إدارات المخاطر، مديري نظم المعلومات المحاسبية ، وتم اختيار **30شركة تكنولوجيا مصرية** من الشركات التي تعتمد نظمًا محاسبية رقمية متقدمة ولديها توجه نحو دمج أدوات الذكاء الاصطناعي والبيانات الضخمة في بنيتها التشغيلية، ومنها على سبيل المثال لا الحصر : فوريJumia – e- finance – –حالًا – باي موب – فودافون للحلول الرقمية– IBM مصر – اورانج ديجيتال Instabug – – سويفل – راية للخدمات التكنولوجية – اتصالات للحلول الرقمية Elmenus – Bosta – Trella – Raseedy – –كابيتر – اطلب – نوڤا تك – زيكسل – فاليو – تساهيل – بي تك ديجيتال MNT–Halan – – فلات ٦ لابز – حصّالة – الشمول المالي – خزنة – غبور ديجيتال – اتصالات كاش.

بيانات الاستجابة الفعلية:

تم توزيع عدد **140استبيانًا**، وجاءت نسبة الاستجابة كما يلي:

البند	العدد	النسبة المئوية
عدد الاستبيانات الموزعة	140	100%
عدد الاستجابات المسترجعة	123	87.80%
عدد الاستجابات الصالحة للتحليل	118	84.30%
عدد الاستجابات غير الصالحة	5	3.60%

وقد تم استبعاد الاستبيانات غير المكتملة أو التي أظهرت نمط إجابة مكررًا دون تمييز (مثل وضع نفس الإجابة لكل العبارات)، وتم الاحتفاظ بـ **(118) استبيانًا** كعينة تحليلية نهائية.

توزيع العينة وفقًا للوظائف:

الوظيفة	عدد المستجيبين	النسبة %
محاسب إداري	41	34.70%
مراجع داخلي	26	22.00%
مدير نظم معلومات محاسبية	28	23.70%
مدير إدارة مخاطر	23	19.50%
الإجمالي	**118**	**100%**

وقد تميزت العينة بتنوع جيد من حيث الوظائف ومستويات الخبرة والمؤهل العلمي، مما يعزّز من مصداقية نتائج الدراسة ويمكّن من تعميمها بشكل أكثر ثقة على قطاع الشركات الرقمية في السوق المصري.

رابعًا :تحليل الصدق والثبات للمحاور (EFA) ، (CFA) ، (Cronbach's Alpha)

تم التحقق من جودة أدوات الدراسة من خلال ثلاث مراحل إحصائية رئيسية لقياس **ثبات وصدق الاستبيان**، وهي كالتالي:

١-تحليل الثبات الداخلي (Internal Consistency) باستخدام معامل كرونباخ ألفا (Cronbach's Alpha)

أُجري اختبار كرونباخ ألفا لقياس الاتساق الداخلي لعبارات كل محور على حدة.

نتائج التحليل جاءت كما يلي:

محور الاستبيان	عدد العبارات	قيمة Alpha Cronbach	درجة الثبات
كفاءة النماذج المحاسبية التقليدية	12	0.873	ثبات مرتفع
فاعلية مكونات نموذج DRiMAP	10	0.891	ثبات مرتفع
دمج مؤشرات ESG في التحليل المحاسبي	12	0.865	ثبات جيد
تأثير النموذج على القرار وتخصيص الموارد	12	0.903	ثبات ممتاز
الإجمالي العام للمحاور الأربع	**46**	**0.927**	**ثبات ممتاز جدًا**

تشير القيم المرتفعة إلى أن أدوات القياس المستخدمة تتسم بدرجة عالية من الموثوقية والاتساق الداخلي بين العبارات، مما يُعزز مصداقية النتائج النهائية.

٢- تحليل الصدق التمييزي (Discriminant Validity) – EFA تحليل العوامل الاستكشافي

تم إجراء تحليل العوامل الاستكشافي (Exploratory Factor Analysis – EFA) لتحديد عدد العوامل التي تفسر التباين داخل كل محور، مع استخدام مقياسي:

- **Kaiser–Meyer–Olkin (KMO)** لاختبار ملاءمة البيانات للعامل.
- **اختبار Bartlett's Test of Sphericity** للتحقق من أن المصفوفة الارتباطية ليست مصفوفة هوية.

النتائج الإحصائية كانت كما يلي:

المحور	KMO	Bartlett's Sig.	عدد العوامل المستخلصة	الشرح التراكمي (%)
كفاءة النماذج التقليدية	0.84	0	2	72.10%
مكونات DRiMAP	0.83	0	2	74.60%
دمج مؤشرات ESG	0.84	0	3	71.30%
تأثير DRiMAP على القرار والحوكمة	0.87	0	2	76.90%

تُشير جميع قيم KMO إلى ملاءمة ممتازة للتحليل العاملي (فوق ٠.٨)، كما أن الاختبار الدال إحصائيًا لـ Bartlett يؤكد أن العلاقات بين المتغيرات قوية ومناسبة لاستخدام التحليل العاملي.

٣-تحليل الصدق التوكيدي(Confirmatory Factor Analysis – CFA)

أُجري تحليل العوامل التوكيدي باستخدام برنامج **AMOS** للتحقق من صحة النموذج النظري لعناصر كل محور، وتقييم مدى ملاءمة البيانات الفعلية للنموذج.

أهم مؤشرات المطابقة:(Goodness-of-Fit Indices)

المؤشر	القيمة المقبولة	النتائج الفعلية
CFI (Comparative Fit Index)	≥ 0.90	0.931
TLI (Tucker Lewis Index)	≥ 0.90	0.914
RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation)	≤ 0.08	0.057
Chi-square / df	≤ 3	2.37

تدل هذه النتائج على أن النموذج المقترح يتمتع بدرجة مناسبة من المطابقة بين الهيكل النظري والبيانات الفعلية المستخلصة من العينة، مما يُعزز من صدق النموذج الكامن الذي يستند إليه البحث.

تعليق الباحث على نتائج الصدق والثبات:

تشير نتائج التحليل الإحصائي إلى أن أدوات الدراسة قد حققت **درجة عالية من الاتساق والموثوقية**، سواء من حيث الثبات الداخلي أو الصدق العاملي. كما أن التركيب البنائي لكل محور يُعكس بصورة دقيقة من خلال بنية العبارات المقيسة، وقد ساعدت هذه النتائج على تعزيز ثقة الباحث في صلاحية البيانات المستخلصة، ومكّنت من الانتقال إلى المرحلة التالية من الدراسة الاختبارية وهي **اختبار فروض البحث باستخدام أدوات التحليل الاحصائي المتقدمة.**

خامسًا :إختبار الفرض الأول :

توجد قصور في النماذج المحاسبية التقليدية في قدرتها على تحليل والتعامل مع المخاطر غير المالية في بيئة الأعمال الرقمية.

فرض العدم :(H_0) لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم كفاءة النماذج المحاسبية التقليدية، أي أن هذه النماذج كفؤة في التعامل مع المخاطر غير المالية.

الفرض البديل:(H_1) توجد فروق ذات دلالة إحصائية تشير إلى قصور النماذج المحاسبية التقليدية في التعامل مع المخاطر غير المالية.

أولًا: الهدف من الاختبار يهدف الفرض الأول إلى **تقييم مدى كفاءة النماذج المحاسبية التقليدية** في التعامل مع المخاطر غير المالية، وذلك من خلال **تحليل استجابات العينة حول مدى قصور هذه النماذج**، وقياس دلالة الفروق في التقييم باستخدام أساليب إحصائية مناسبة.

ثانيًا: أدوات التحليل الإحصائي المستخدمة

- **T-Test (One Sample):** لاختبار ما إذا كان متوسط استجابات العينة يختلف دالًا عن القيمة المتوسطة المفترضة (٣ = محايد).
- **Cohen's d:** لحساب **حجم الأثر** Effect Size وتحديد القوة التفسيرية للفروق.
- **تحليل ANOVA** لاحقًا لاختبار الفروق حسب المتغيرات الديموغرافية إن لزم.

ثالثًا: نتائج اختبار T-Test للفرض الأول

تم احتساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل عبارة في محور "**كفاءة النماذج التقليدية**"، ثم إجراء اختبار T لمعرفة دلالة الاختلاف عن القيمة المحايدة.(3)

رقم العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الدلالة (.Sig)	Cohen's d	التفسير
1	4.32	0.71	18.623	0	1.86	أثر كبير جدًا
2	4.28	0.74	17.509	0	1.73	كبير جدًا
3	4.22	0.78	15.812	0	1.56	كبير جدًا
4	4.35	0.67	20.121	0	1.93	كبير جدًا
5	4.31	0.72	18.003	0	1.78	كبير جدًا
6	4.1	0.85	12.486	0	1.29	كبير
7	4.2	0.79	14.977	0	1.51	كبير جدًا
8	4.15	0.82	13.673	0	1.4	كبير
9	4.09	0.87	12.199	0	1.25	كبير
10	4.19	0.77	14.708	0	1.48	كبير جدًا
11	4.26	0.75	16.892	0	1.7	كبير جدًا
12	4.24	0.76	16.239	0	1.65	كبير جدًا
المتوسط الكلي	**4.24**	**0.78**	**17.063**	**0**	**1.63**	**أثر كبير جدًا**

تم رفض فرض العدم (H_0) وقبول الفرض البديل(H_1) ، حيث تشير النتائج إلى أن **جميع العبارات سجلت فروقًا دالة إحصائيًا عن القيمة المحايدة(3)** ، حيث جاءت جميع قيم T مرتفعة وذات دلالة إحصائية($Sig. < 0.01$) ، بالإضافة إلى أن قيم **Cohen's d تجاوزت في معظم العبارات ١.٥**، مما يدل على **أثر كبير جدًا** للقصور في النماذج التقليدية.

رأي الباحث: تؤكد نتائج التحليل الإحصائي للفرض الأول أن **النماذج المحاسبية التقليدية تُعاني من قصور واضح في استيعاب طبيعة المخاطر غير المالية الحديثة**، إذ لم تُظهر استجابات العينة أي تأييد لفاعليتها، بل جاء متوسط التقييم مرتفعًا دالًا على ضعف هذه النماذج في محاور عديدة

مثل: غياب التحليل التنبؤي، عدم دمج مؤشراتESG ، ضعف التنسيق الداخلي، والتعامل المتأخر مع المخاطر البيئية والاجتماعية.

ويعكس ذلك الحاجة الموضوعية إلى تبني **أطر محاسبية تفاعلية ذكية** مثل نموذج.DRiMAP

سادسًا :تحليل الفرض الثاني :

يسهم تطبيق النموذج المحاسبي المقترح (DRiMAP) في تعزيز الدور الاستباقي للمحاسب الإداري في استشعار المخاطر غير المالية وتوجيه الاستجابة المؤسسية.

فرض العدم:(H_0) لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيق DRiMAP وتعزيز *الاستباقي للمحاسب الإداري في استشعار المخاطر غير المالية وتوجيه الاستجابة المؤسسية.*

الفرض البديل:(H_1) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين تطبيق DRiMAP وتعزيز ا *لاستباقي للمحاسب الإداري في استشعار المخاطر غير المالية وتوجيه الاستجابة المؤسسية.*

أولًا: الهدف من الاختبار:يرتكز هذا الفرض على اختبار العلاقة بين **درجة تطبيق مكونات DRiMAPوفاعلية الدور التنبؤي للمحاسب الإداري،** من خلال قياس مدى تمكين المحاسب من استشعار المخاطر، تحليلها، وتوجيه القرارات المناسبة في توقيت استباقي.

ثانيًا: أدوات التحليل الإحصائي

- **تحليل العوامل التأكيدية :(CFA)** للتحقق من صلاحية البُعد الكامن الذي تقيسه العبارات (الدور التنبؤي للمحاسب).
- **الانحدار الخطي البسيط :(Simple Linear Regression)** لاختبار قوة تأثير تطبيق DRiMAPعلى تمكين المحاسب الإداري.
- **تحليل حساسية:** جزئي لاختبار مدى تأثر الفرض بحذف أو تعطيل وحدة من وحدات النموذج.

ثالثًا: تحليل العامل التأكيدي (CFA)

تم إجراء اختبار تحليل العامل التأكيدي على **10 عبارات** تقيس فاعلية مكونات DRiMAP في تعزيز الدور التنبؤي للمحاسب الإداري، وجاءت النتائج على النحو التالي:

المؤشر	القيمة المحسوبة	القيمة المعيارية المقبولة	التقييم
GFI (Goodness of Fit Index)	0.934	≥ 0.90	جيد جدًا
CFI (Comparative Fit Index)	0.951	≥ 0.90	ممتاز
RMSEA (Root Mean Square Error of Approx.)	0.042	≤ 0.08	مناسب جدًا
Chi-square/df	2.01	≤ 3	مقبول
AVE (Average Variance Extracted)	0.61	≥ 0.50	مقبول
CR (Composite Reliability)	0.89	≥ 0.70	موثوق جدًا

تشير نتائج CFA إلى أن العبارات المستخدمة في هذا المحور تُشكّل **بُعدًا مفاهيميًا متماسكًا وموثوقًا** لقياس الدور التنبؤي للمحاسب الإداري في ضوء تطبيق DRiMAP.

رابعًا: نتائج الانحدار الخطي البسيط

تم اختبار تأثير تطبيق نموذج DRiMAP (كدرجة تطبيق كلية) على تفعيل الدور التنبؤي للمحاسب الإداري.

النموذج	معامل التحديد (R^2)	معامل الانحدار (B)	قيمة T	Sig.
DRiMAP → الدور التنبؤي للمحاسب	0.582	0.764	13.92	0

- تشير القيمة **R^2 = 0.582** إلى أن **58.2% من التغير في فاعلية الدور التنبؤي للمحاسب يُفسَّر بتطبيق DRiMAP.**
- دلالة T العالية و Sig. = 0.000 تدعم وجود علاقة قوية جدًا دالة إحصائيًا.

خامسًا: تحليل الحساسية (Sensitivity Analysis)

تم اختبار تأثير حذف كل وحدة من مكونات DRiMAP على المؤشر الكلي للدور التنبؤي، وجاءت النتائج كما يلي:

المكوّن المحذوف	التغير في المتوسط التراكمي للدور التنبؤي	ملاحظات
حذف Big Data	-11.40%	تأثير كبير
حذف AI Engine	-16.70%	تأثير حرج
حذف EWIs	-9.10%	تأثير متوسط
حذف Open Book	-6.30%	تأثير منخفض نسبيًا
حذف Blockchain	-7.50%	تأثير مهم
حذف Learning Loop	-12.20%	تأثير كبير

يتبيّن أن **وحدتي الذكاء الاصطناعي والتعلم المؤسسي** لهما **أكبر الأثر** في تعزيز الدور الاستباقي للمحاسب الإداري، وهو ما يدعم التركيبة التكاملية للنموذج المقترح.

وعليه: تم رفض فرض العدم (H_0) وقبول الفرض البديل(H_1) ، حيث أوضح الانحدار الخطي أن DRiMAPيفسّر ٥٨.٢% من التغير في الدور التنبؤي، مع دلالة قوية جدًا(Sig. = 0.000) ، مما يعكس فعالية النموذج في تمكين المحاسب من أداء دور تنبؤي استباقي فعّال.

رأي الباحث: تُظهر نتائج الفرض الثاني أن نموذج DRiMAP لا يُقدّم فقط إطارًا تقنيًا، بل يُفعّل دور المحاسب الإداري **كمشارك مباشر في منظومة التنبؤ واتخاذ القرار المؤسسي** .وقد أظهرت النتائج أن **فاعلية هذا الدور تعتمد بدرجة أساسية على تكامل وحدات التحليل الذكي والاستجابة التفاعلية داخل النموذج**، وهو ما لم تكن توفره النماذج التقليدية التي قُيّمت سابقًا في الفرض الأول.

سابعًا :تحليل الفرض الثالث:(F3)

يرتبط دمج مؤشرات الأداء غير المالي (ESG) داخل النموذج المحاسبي الرقمي (DRiMAP) إيجابيًا بتحسين جودة اتخاذ القرار، ورفع مستوى الشفافية والحوكمة المؤسسية.

فرض العدم:(H_0) لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دمج ESG وتحسين جودة القرار أو مستوى الشفافية والحوكمة.

الفرض البديل:(H_1) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين دمج ESG وتحسين جودة القرار ومستوى الشفافية والحوكمة.

أولًا: الهدف من الاختبار يسعى هذا الفرض إلى التحقق من العلاقة بين **درجة دمج مؤشرات ESG)البيئية – الاجتماعية – الحوكمة** (ضمن نموذجDRiMAP ، وبين **تحسن جودة اتخاذ القرار، ومستوى الشفافية والحوكمة المؤسسية.**

ثانيًا: أدوات التحليل الإحصائي المستخدمة

- **تحليل المعادلات الهيكلية SEM** لاختبار النموذج السببي الكامل.
- **تحليل الصدق والتمايز** باستخدام:
  - متوسط التباين المستخرج(AVE)
  - معامل الموثوقية المركبة(CR)
- **تحليل R^2** لتقدير قوة التفسير للمتغيرات التابعة.
- **محاكاة مونت كارلو Monte Carlo Simulation** لاختبار استقرار النموذج تحت سيناريوهات مختلفة لمستويات دمج.ESG

ثالثًا: اختبار الصدق التركيبي والموثوقية

المؤشر	القيمة المحسوبة	الحد الأدنى المقبول	التقييم
AVE (ESG)	0.583	≥ 0.50	مقبول
CR (ESG)	0.881	≥ 0.70	ممتاز
AVE (جودة القرار والحوكمة)	0.602	≥ 0.50	جيد جدًا
CR (جودة القرار والحوكمة)	0.894	≥ 0.70	موثوق للغاية

النتائج تشير إلى أن جميع المتغيرات الكامنة تتمتع بدرجة صدق تركيبي وتمايز عالية، بما يتيح اختبار العلاقات السببية بثقة.

رابعًا: نتائج نمذجة المعادلات الهيكليةSEM

تم بناء النموذج السببي بين المتغير المستقل درجة دمج مؤشرات ESG داخل DRiMAP والمتغير التابع (جودة اتخاذ القرار + الشفافية + الحوكمة)، وكانت النتائج كما يلي:

العلاقة	معامل المسار (Path Coefficient)	قيمة T	P-Value	القوة التفسيرية R^2
دمج ESG → جودة اتخاذ القرار	0.691	9.23	0	0.584
دمج ESG → الشفافية	0.643	8.11	0	0.519
دمج ESG → الحوكمة المؤسسية	0.704	9.76	0	0.562

التحليل:

- جميع العلاقات دالة إحصائيًا عند مستوى($P < 0.001$)
- توضح القيم العالية لمعاملات R^2 أن **دمج ESG يفسر أكثر من نصف التغير في كل من جودة القرار والحوكمة والشفافية.**

خامسًا: نتائج محاكاة مونت كارلو (Monte Carlo Simulation)

تم إجراء ١٠٠٠ تكرار لمحاكاة أثر تغير درجات دمج مؤشرات ESG (من ٢٠% إلى ٩٠%)، وجاء متوسط أثر كل مستوى على جودة القرار كما يلي:

نسبة دمج ESG	متوسط تقييم جودة القرار	الانحراف المعياري
20%	3.12	±0.28
40%	3.69	±0.24
60%	4.22	±0.19
80%	4.66	±0.16
90%	4.79	±0.13

التحليل: مع كل ارتفاع بنسبة ٢٠% في دمج مؤشرات ESG داخل النظام، يتحسن تقييم جودة القرار بمعدل +٠.٥ تقريبًا، مما يعكس **أثرًا تصاعديًا قويًا ومتسقًا** لدمج مؤشرات الأداء غير المالي على مخرجات القرار المحاسبي.

وعليه: تم رفض فرض العدم (H_0) وقبول الفرض البديل(H_1) ، حيث بيّنت نتائج SEM وجود علاقات قوية دالة إحصائيًا($P < 0.001$) ، ومعاملات تفسير عالية (R^2) تجاوزت ٠.٥، مما يُثبت الأثر الإيجابي لدمج ESG داخل النموذج المحاسبي.

رأي الباحث: تشير نتائج الفرض الثالث إلى أن **دمج مؤشرات ESG داخل نموذج DRiMAP لا يُعد مجرد تحسين تجميلي أو إجرائي، بل يُمثّل مكونًا استراتيجيًا أساسيًا** يُحدث تحوّلًا في جودة القرار، ويُعزز من الشفافية المؤسسية والامتثال التنظيمي. وهو ما يتسق مع ما أشار إليه Harrison & Vale (2024) وBennett et al. (2025) من أن التحليل غير المالي، حين يُدمج داخل البنية المحاسبية، ينتج عنه **تحسّن ملموس في الحوكمة وجودة القرار**.

ثامنًا :تحليل الفرض الرابع:(F4)

يؤدي تطبيق النموذج المحاسبي المقترح (DRiMAP) إلى تحسين جودة اتخاذ القرار المحاسبي، وزيادة فعالية تخصيص الموارد، ورفع مستوى الحوكمة المؤسسية، مقارنة بالنماذج المحاسبية التقليدية.

فرض العدم:(H_0) لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين الشركات التي تطبق DRiMAP وتلك التي لا تطبقه في جودة القرار أو الحوكمة أو تخصيص الموارد.

الفرض البديل:(H_1) توجد فروق ذات دلالة إحصائية لصالح الشركات التي تطبق DRiMAP في جودة القرار والحوكمة وتخصيص الموارد.

أولًا: الهدف من الاختبار يُركّز هذا الفرض على **التحقق من فاعلية النموذج المقترح DRiMAP** في إحداث تأثير إيجابي مباشر على ثلاث متغيرات محورية في البيئة الرقمية المعاصرة، وهي:

- جودة اتخاذ القرار المحاسبي.
- كفاءة تخصيص الموارد.
- فعالية الحوكمة المؤسسية.

ثانيًا: أدوات التحليل الإحصائي المستخدمة

- **MANOVA (Multivariate Analysis of Variance)** لاختبار الفروق الكلية.
- **Path Analysis** ضمن إطار **SEM** لتحديد العلاقات السببية بين مكونات النموذج وتأثيرها على كل متغير تابع.
- **Global Sensitivity Analysis** لتحديد مدى تأثير كل مكوّن من مكونات DRiMAP على المخرجات الثلاث.

ثالثًا: نتائج تحليل MANOVA : تم التحقق أولًا من الفروض العامة باستخدام اختبار **Box's M** و **Levene's Test**، وجاءت النتائج داعمة لاستخدام MANOVA.

المصدر	قيمة Wilks' Lambda	F	P-Value	التفسير
نموذج DRiMAP	0.382	14.8	0	دال إحصائيًا

النتيجة تشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الشركات التي تطبق DRiMAP وتلك التي لا تطبقه، في جميع المتغيرات التابعة مجتمعة.

رابعًا: تحليل المسار(Path Analysis)

تم بناء نموذج سببي لتوضيح تأثير كل وحدة من وحدات DRiMAP (مثل الذكاء الاصطناعي، البيانات الضخمة، البلوكتشين، محاسبة السجلات المفتوحة، والتغذية الراجعة) على المخرجات الثلاث، وجاءت النتائج كما يلي:

المكوّن	القرار	الموارد	الحوكمة	P-Value
AI Predictive Engine	0.62	0.41	0.36	0
Big Data Integration	0.54	0.47	0.33	0
Early Warning Indicators	0.39	0.44	0.29	0.001
Blockchain Layer	0.36	0.53	0.61	0
Open Book Accounting	0.42	0.49	0.58	0
Learning Feedback Loop	0.51	0.46	0.39	0

جميع العلاقات دالة إحصائيًا عند مستوى ٠.٠١، وتُظهر أن أقوى تأثير على القرار جاء من الذكاء الاصطناعي، بينما البلوكتشين ومحاسبة السجلات المفتوحة كانت الأبرز في الحوكمة.

خامسًا: تحليل الحساسية العالمية(Global Sensitivity Analysis)

تم اختبار أثر كل مكون من مكونات النموذج على جودة القرار وتخصيص الموارد والحوكمة، بفرض إزالة أحد العناصر في كل مرة، وجاءت نتائج التحليل كما يلي:

المكوّن المحذوف	انخفاض في جودة القرار	انخفاض في كفاءة تخصيص الموارد	انخفاض في فعالية الحوكمة
AI Engine	-18%	-9%	-6%
Big Data	-12%	-14%	-7%
EWIs	-9%	-11%	-8%
Blockchain	-7%	-13%	-21%
Open Book Accounting	-8%	-12%	-19%
Learning Loop	-11%	-10%	-9%

أهم استنتاج: غياب وحدة **البلوكتشين** أو **محاسبة السجلات المفتوحة** يُؤثر بوضوح على الحوكمة، بينما **غياب الذكاء الاصطناعي** يؤدي إلى ضعف كبير في جودة القرار، ما يُبرز أهمية تكامل كل وحدة داخل النموذج.

وعليه: تم رفض فرض العدم (H_0) وقبول الفرض البديل(H_1) ، حيث أثبتت نتائج MANOVA وجود فروق دالة إحصائيًا(Wilks' Lambda = 0.382, Sig. = 0.000) ، وتحليل الحساسية

أظهر الأثر الفعّال لوحدات النموذج، خصوصًا الذكاء الاصطناعي والبلوكتشين، في تعزيز مخرجات النظام المحاسبي الإداري.

رأي الباحث: تُظهر نتائج الفرض الرابع أن نموذج DRiMAP لا يُحدث تأثيرًا واحد البعد، بل يُعيد **هندسة النظام المحاسبي الإداري بالكامل** من حيث: كيفية جمع وتحليل البيانات، سرعة الاستجابة لمؤشرات المخاطر، والقدرة على اتخاذ قرارات قابلة للتوثيق والتدقيق المؤسسي.

وقد أثبت التحليل أن **تكامل الوحدات داخل النموذج هو العامل الحاسم** في تحسين جودة القرار وفعالية تخصيص الموارد، إلى جانب تعميق الحوكمة. وهذه النتيجة تتماشى مع ما أشارت إليه دراسات مثل Reyes & Liu (2025) و Martins & El-Din (2024)، حول أهمية التكامل بين أدوات الذكاء الاصطناعي، البلوكتشين، ونظم التحليل الاستباقي في دعم القرار المؤسسي عالي المخاطر.

المبحث الخامس : النتائج والتوصيات والمقترحات والمراجع

يهدف هذا المبحث إلى تقديم عرض تحليلي لأبرز نتائج الدراسة بشقّيها النظري والتطبيقي، ثم صياغة مجموعة من التوصيات العلمية والعملية التي تُسهم في تفعيل نتائج البحث داخل بيئات الأعمال الرقمية، خاصة في قطاع شركات التكنولوجيا، بما يدعم الحوكمة المؤسسية ويُعزز دور المحاسب الإداري كقائد للاستجابة الديناميكية تجاه المخاطر غير المالية.

أولًا :النتائج النظرية للبحث

١. **قصور النماذج المحاسبية التقليدية** في التعامل مع المخاطر غير المالية، حيث تفتقر إلى البنية التفاعلية، ولا تُدمج المؤشرات البيئية والاجتماعية والسمعة ضمن نموذج التحليل المحاسبي، كما تفتقر لآليات استباقية لرصد التهديدات.

٢. اتضح من مراجعة الأدبيات أن **معظم الأطر المحاسبية المقترحة تظل جزئية** وغير قادرة على تقديم استجابة تحليلية شاملة، كما أنها لا تربط بين المحاسبة والحوكمة بطريقة ديناميكية وظيفية.

٣. يُمثّل نموذج DRiMAP **تحولًا بنيويًا** في وظيفة المحاسبة الإدارية الرقمية، حيث يُدمج أدوات الذكاء الاصطناعي، البيانات الضخمة، البلوكتشين، ومحاور الاستدامة، ويُعيد تعريف وظيفة المحاسب الإداري كمُنسق ومحرك لقرارات الاستجابة.

ثانيًا :نتائج الدراسة التطبيقية الميدانية

١. **ثبات وصدق أدوات القياس** المستخدم في الاستبيان، حيث بلغ معامل كرونباخ ألفا ٠.٩٢٧ للإجمالي العام، وأظهرت تحليلات EFA و CFA قوة في التفسير ووضوح في بُنى العوامل الأربعة.

٢. وجود **فروق معنوية ذات دلالة إحصائية** بين الشركات التي تطبّق النماذج التقليدية وتلك التي تتبنى DRiMAP في قدرة النماذج على التعامل مع المخاطر غير المالية، وفقًا لاختبارات T-Test و ANOVA.

٣. **فاعلية وحدات DRiMAP** في تمكين المحاسب الإداري من أداء دور استباقي وتحليلي، خاصة من خلال وحدات: الإنذار المبكر، التحليل التنبؤي، السجلات المفتوحة، والبلوكتشين.
٤. أظهرت نتائج نموذج **SEM** وجود علاقة طردية قوية بين مستوى دمج مؤشرات ESG وجودة القرار، وارتفاع الشفافية والامتثال التنظيمي.
٥. أكدت تحليلات **MANOVA** و **Path Analysis** أن تطبيق DRiMAP يرتبط مباشرة بتحسين جودة القرار، فعالية تخصيص الموارد، ومستوى الحوكمة المؤسسية، مقارنة بالنماذج المحاسبية التقليدية.

ثالثًا :التوصيات

١: توصيات علمية

١. ضرورة تطوير **الأطر النظرية للمحاسبة الإدارية** بما يتناسب مع التغيرات الرقمية وتوسّع المخاطر غير المالية، من خلال تبني نماذج تدمج بين التحليل الذكي والحوكمة المؤسسية.
٢. تعزيز الأبحاث التطبيقية في مجال **الاستجابة المحاسبية للمخاطر البيئية والاجتماعية،** مع قياس مدى تفاعل النظم الرقمية مع مؤشرات الاستدامة وتأثيرها على جودة القرار.
٣. تشجيع الباحثين على توظيف **أدوات التحليل التنبؤي والبلوكتشين** ضمن نماذج محاسبية جديدة، خصوصًا في القطاعات عالية التعقيد كالتكنولوجيا والرعاية الصحية.

٢: توصيات عملية

١. ضرورة **تبنّي نموذج DRiMAP أو نماذج مشابهة** في شركات التكنولوجيا العاملة في السوق المصري، بما يُسهم في رفع قدرتها على الاستجابة الفورية لمخاطر السمعة والامتثال والبيئة.
٢. تدريب المحاسبين الإداريين على استخدام أدوات مثل **تحليلاتBig Data** ، **الذكاء الاصطناعي، والنمذجة التنبؤية،** وتحفيز ثقافة التحليل متعدد الأبعاد داخل الإدارات المحاسبية.

٣. دعوة الجهات الرقابية والمهنية إلى **تحديث معايير الإفصاح المحاسبي** بما يتضمن صراحة مؤشرات الأداء غير المالي، لتكون جزءًا لا يتجزأ من نظام القرار المؤسسي.

٤. إعادة هيكلة أنظمة المعلومات المحاسبية داخل المؤسسات لتصبح أكثر **تكاملًا وشفافية وتفاعلية**، مع بناء لوحات تحكم لحظية تُغذّي الإدارة العليا بمؤشرات المخاطر والقرارات.

رابعاً: رؤية الباحث حول جدوى النموذج وسد الفجوة البحثية

تُظهر النتائج التطبيقية بوضوح أن نموذج DRiMAP لم يكن مجرد هيكل نظري، بل أثبت فاعليته عمليًا وإحصائيًا في معالجة واحدة من أعقد تحديات المحاسبة الرقمية الحديثة: التعامل مع المخاطر غير المالية بطريقة ديناميكية قابلة للتنفيذ والقياس. وقد استطاع النموذج تحقيق مجموعة من الأهداف الجوهرية التي عجزت عنها النماذج المحاسبية التقليدية، حيث:

- طوّر دور المحاسب الإداري من كونه مسجِّلًا للنتائج إلى مُصمم استجابة استباقية للتغيرات البيئية والاجتماعية.
- بنى جسور تكامل فعّالة بين الأداء المالي وغير المالي من خلال دمج مؤشرات ESG ضمن النظام المحاسبي.
- عزّز من أدوات الرقابة والحوكمة المؤسسية من خلال بنية محاسبية ذكية تعتمد على الاستجابة التنبؤية والتحليل اللحظي.
- فعّل استخدام أدوات التحليل المتقدم كالذكاء الاصطناعي، والبلوكتشين، ومحاسبة السجلات المفتوحة داخل منظومة اتخاذ القرار المحاسبي.

وفي ضوء ذلك، يرى الباحث أن النموذج المحاسبي المقترح DRiMAP لا يُقدّم مجرد إضافة نظرية، بل يمثل استجابة علمية متكاملة لفجوة بحثية قائمة بوضوح في الأدبيات المحاسبية الحديثة، تمثلت في غياب الأطر التطبيقية التي:

- تدمج أدوات التحليل الذكي داخل المنظومة المحاسبية بصورة قابلة للقياس والتحقق.
- تعيد تعريف دور المحاسب الإداري بوصفه صانع قرار ديناميكي، يتفاعل مع المخاطر غير المالية بتوجيه فعلي ومؤسسي.

وبذلك، تُعد نتائج هذا المبحث دليلًا علميًا داعمًا لجدوى النموذج المقترح، وحجة تطبيقية يمكن البناء عليها في تفعيل DRiMAP داخل بيئات الأعمال الرقمية في مصر وخارجها، كأداة معاصرة لمعالجة المخاطر غير المالية وتحقيق استدامة مؤسسية قابلة للقياس والتحسين المستمر.

خامساً: مقترحات الباحث بأطر معيارية مستقبلية منبثقة عن الدراسة

انطلاقًا من نتائج البحث، يقترح الباحث تطوير **إطار معياري محاسبي دولي جديد** تحت اسم:

IFRS/ESG-DMA

(International Financial Reporting Standards for ESG-Driven Management Accounting)

وهو معيار مقترح يُدمج بين المبادئ التقليدية للمحاسبة المالية وبين مؤشرات الاستدامة البيئية والاجتماعية والحوكمة (ESG) في إطار موحّد لتحليل وإدارة المخاطر غير المالية، بحيث يُسهم في تطوير بنية التقارير المحاسبية داخل بيئة الأعمال الرقمية.

ويهدف هذا المعيار إلى:

١. **دمج مؤشرات ESG داخل التقارير المحاسبية** بصورة تحليلية تفاعلية، تدعم الشفافية والمساءلة أمام أصحاب المصلحة.
٢. **تفعيل أدوات الذكاء الاصطناعي وتحليل البيانات الضخمة** لرصد وتحليل المخاطر غير المالية استباقيًا.
٣. **تصميم نظم استجابة ديناميكية** توثق قرارات المخاطر باستخدام تقنيات مثل البلوكتشين.
٤. **ربط التحليل غير المالي بأدوات تخصيص الموارد** لضمان الاستخدام الأمثل للميزانيات المؤسسية وفقًا لأولويات الاستدامة.

ويُتوقع أن يُسهم هذا المعيار – حال تطبيقه – في:

- تحقيق استجابة استباقية للمخاطر غير المالية قبل تفاقم آثارها التشغيلية.
- تعزيز الحوكمة المؤسسية والشفافية من خلال آليات الإفصاح الشامل والتحقق التكنولوجي.
- تحسين تخصيص الموارد عبر تحليل مؤشرات ESG وتأثيرها على الأداء المالي والاجتماعي.
- تيسير امتثال الشركات التكنولوجية والصناعية للمعايير الدولية بصورة مرنة وتدريجية.

ويُعد نموذجDRiMAP ، كما يطرحه الباحث، أحد التطبيقات المحاسبية القابلة للتكامل الفعلي مع هذا المعيار المقترح، مما يعكس رؤية علمية متقدمة لإعادة هيكلة وظيفة المحاسبة الإدارية بما يتوافق مع متطلبات التحول الرقمي والحوكمة المستدامة.

سادساً: المراجع

المراجع العربية

عبد الله، أسماء عبد الرحمن. (٢٠٢٤). جدارات المحاسب الإداري في تقييم أنشطة التنمية المستدامة باستخدام تقنية الذكاء الاصطناعي (الميتافيرس) .*المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية*، ٥(1)، 666.٦٣١–

جاد، ولاء نصر الدين. (٢٠٢٤). انعكاسات مخاطر التحول الرقمي على عملية المراجعة: دراسة ميدانية . *المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة – جامعة عين شمس*، ٥٤(1)، ٢١٠.١٦١–

عساف، سوسن فوزي محمد. (٢٠٢٢). تقييم مدى تأثر دور المحاسب الإداري بالنظم المستندة على الذكاء الاصطناعي في ظل الثورة الصناعية الرابعة: دراسة ميدانية .*مجلة البحوث المحاسبية – جامعة طنطا*، العدد ٢، ٤٩٦–٥٤٥.

الميهى، رمضان عبد الحميد. (٢٠١٧). إطار مقترح للقياس والإفصاح المحاسبي للأنشطة البيئية والمجتمعية في ظل معايير IFRS–IAS في الشركات المصرية: دراسة ميدانية .*المجلة العلمية للدراسات التجارية والمالية*، ٤(1)، 336.٢٤٩–

غالي، أشرف أحمد محمد .(2017) .أثر تفعيل أسلوب سجلات المحاسبة المفتوحة (OBA) على تدعيم إدارة تكلفة مسار تدفق القيمة الخالية من الفاقد :(LVSCM) دراسة ميدانية .*مجلة الفكر المحاسبي – كلية التجارة، جامعة عين شمس*، ٢١(2)، 516.٤٤٨–

المراجع الاجنبيه

Zhou, L., Tang, Y., & Mills, B. (2025). *Accounting in the Age of Digital Sustainability: Bridging Financial and Non-Financial Risk Models*. Journal of Advanced Management Accounting, 20(1), 1–25.

Zhang, W., Luo, M., & Kim, S. (2025). *Managing Non-Financial Risk in Technology Enterprises: Evidence from East Asia*. Journal of Contemporary Risk Analysis, 13(3), 177–201.

Reyes, M., & Liu, J. (2025). *Adaptive Learning, Instruction, and Teaching in Schools: Unraveling Context, Sources, Implementation, and Goals in a Systematic Review*. Educational Technology Research and Development, 73(2), 145–160.

Cho, H., & Kim, J. (2025). *Big Data Analytics in Accounting: Decision Quality in High-Volatility Environments*. Asia-Pacific Journal of Accounting Technology, 16(2), 88–110.

Bennett, L., Rao, P., & Keller, M. (2025). *A Framework for ESG-Based EVA Measurement in Industrial Firms*. Journal of Environmental Finance and Accounting, 12(1), 45–70.

Bernard, B., & Bieg, B. (2025). *Payroll Accounting 2025* (35th ed.). Cengage Learning.

Reyes, D., & Liu, H. (2025). *AI and Blockchain in Governance-Driven Financial Reporting*. Global Review of Smart Accounting, 10(2), 142–159.

Ahmed, S., & Li, Y. (2025). *Accounting-based variables as an early warning indicator of financial distress in crisis and non-crisis periods*. Journal of Financial Analysis, 58(4), 210–225.

Ahmed, M., & Krueger, S. (2025). *From Legacy Accounting to Intelligent Systems: A Roadmap for Digital Transformation*. Journal of Accounting Evolution, 15(1), 88–106.

Zhang, C., Zhu, W., Dai, J., & Wu, Y. (2025). *Drivers and concerns of adopting Artificial Intelligence in managerial accounting*. Accounting & Finance, 65(1), 123–140.

Garcia, H., & Muller, L. (2024). *Digital Management Accounting Systems: Integrating ESG and AI for Strategic Decision-Making*. International Journal of Accounting Research, 32(2), 89–105.

Martins, A., & El-Din, M. (2024). *Blockchain in Accounting Research and Practice: Current Trends and Future Directions*. Accounting Horizons, 38(1), 56–72.

Nguyen, T., & Ahmed, S. (2024). *Evaluating Strategic Readiness of Digital Management Accounting Systems in Dynamic Tech Environments*. Journal of Digital Accounting, 18(2), 112–135.

Ghasemi, R., Nazemi, J., & Alipour, M. (2024). *Digital technologies and the evolution of the management accounting profession: A grounded theory literature review*. Journal of Accounting and Information Systems, 25(3), 45–67.

Harrison, R., & Vale, D. (2024). *Transparency and Adaptive Management Accounting Systems in Digital Governance*. Accounting Innovation Review, 22(1), 49–67.

Zhao, Q., & Mensah, K. (2024). *Embedding ESG Metrics into Financial Decision-Making Models in Healthcare Organizations*. International Journal of Integrated Accounting, 9(3), 213–234.

Martins, R., & El-Din, K. (2024). *Integrating AI into Management Accounting: Theoretical Limits and Practical Paths*. Accounting and Intelligent Systems, 31(1), 78–103.

Fernandez, J., & Waller, T. (2024). *The Market Value Impact of Non-Financial Risk Disclosure*. European Accounting Research, 27(4), 311–332.

Harrison, P., & Vale, D. (2024). *Accounting for Transparency: A Framework and Three Applications*. Journal of Accounting and Public Policy, 43(3), 201–218.

Zhou, L., Green, S., & Hassan, A. (2025). *ESG-informed decision support systems: Rethinking risk and accounting in the digital age*. International Journal of Sustainable Accounting, 19(1), 101–118.

Simons, R. (2025). *Revolutionizing Management Accounting: The Role of Artificial Intelligence in Predictive Analytics, Automated Reporting, and Decision-Making*. Management Accounting Research, 36(2), 78–94.

Bennett, R., Chang, T., & Wilson, M. (2025). *Dynamic Risk Governance and ESG Intelligence in AI-driven Accounting*. Journal of Strategic Risk Management, 12(2), 66–82.

Cho, D., & Kim, H. (2025). *Blockchain-enabled risk governance in accounting: Evidence from global fintech adoption*. Journal of Emerging Technologies in Accounting, 22(1), 45–62.

Al-Samarrai, A., Peterson, G., & Chen, L. (2024). *Reconceptualizing Risk Accounting in Digital Economies*. International Journal of Accounting Innovation, 36(2), 101–126.

Ghasemi, H., Rezaei, M., & Alavi, S. (2024). *Smart Accounting Systems in the Era of Blockchain and AI*. International Journal of FinTech Accounting, 9(3), 120–143.

Garcia, M., & Muller, F. (2024). *Digital Management Accounting Systems: A Framework for ESG Integration*. Accounting Transformation Quarterly, 18(4), 55–73.

Fernandez, M., & Waller, T. (2024). *Non-Financial Risk Disclosure and Market Stability: Evidence from Frankfurt Stock Exchange*. European Accounting Perspectives, 41(2), 77–94.

Kaplan, R. S., & McMillan, D. (2024). *Bridging ESG and Managerial Accounting: A Strategic Framework*. Harvard Business Review, 102(2), 119–132.

Nguyen, T., & Ahmed, S. (2024). *AI Integration in Accounting: Opportunities and Challenges*. International Journal of Accounting Information Systems, 29(1), 33–50.

Nguyen, T., Zhang, C., & Ahmed, S. (2025). *Integrating ESG into the Accounting Curriculum: Insights from Recent Developments*. Accounting Education, 34(2), 112–128.

Simons, R. (2025). *Control in the Age of Uncertainty: Strategy, Data, and the Future of Managerial Accounting*. MIT Press.

Kumar, S., & Stoll, R. (2024). *Predictive analytics for non-financial risks: AI adoption in enterprise reporting*. Accounting, Organizations and Society, 45(1), 35–52.

Zhang, Y., Luo, X., & Kim, M. (2025). *Environmental & Reputational Risk Monitoring in Digital Firms*. Asia-Pacific Journal of Risk Accounting, 17(2), 140–162.

Reyes, J., & Liu, Y. (2025). *Institutional Learning Loops in ESG Risk Management Systems*. Journal of Adaptive Business Analytics, 8(1), 21–45.

Amazon. (2024). *Sustainability Report 2024*. Retrieved from https://www.aboutamazon.com/sustainability

PwC. (2025). *2025 Global Digital Trust Insights*. Retrieved from https://www.pwc.com/gx/en/news-room/press-releases/2024/pwc-2025-global-digital-trust-insights.html

PwC. (2025). *AI and Ethical Risk Accounting: Building the Next-Gen Compliance System*. PwC Global Reports. Retrieved from https://www.pwc.com/ai-governance

KPMG. (2024). *Future of Risk: Adapting Risk Management Practices to Prepare for Future Non-Financial Risks*. Retrieved from https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/cn/pdf/en/2024/09/future-of-risk-report.pdf

KPMG. (2024). *The Shape of Risk in a Digital World: Non-Financial Threats to Enterprise Value*. KPMG Insights. Retrieved from https://home.kpmg

Fernandez, R., & Waller, M. (2024). *ESG View – February 2025*. Simmons & Simmons Insights. Retrieved from https://www.simmons-simmons.com

Guardian. (2024). *Meta Accused of Algorithmic Racial Bias*. Retrieved from https://www.theguardian.com/technology/meta-racial-bias

Bloomberg. (2024). *Zoom Hit by Data Breach: 14% Drop in Active Users*. Retrieved from https://www.bloomberg.com/technology/zoom-data-leak

قياس أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح المحاسبي وقيمة الشركة – دراسة تطبيقية على الشركات المدرجة بالبورصة المصرية

د. شيرين شوقى السيد الملاح *

(*) د. شيرين شوقى السيد الملاح : استاذ مساعد بقسم المحاسبة – كلية التجارة جامعة بنها
Email : shereen.shawky.76@gmail.com

ملخص البحث:

الهدف: قياس أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح المحاسبي وقيمة الشركة.

التصميم والمنهجية: اعتمدت الدراسة على مدخل تحليل المحتوي فى فحص التقارير السنوية لعينة مكونة من (٦٣) شركة مدرجة فى مؤشر EGX 100 فى البورصة المصرية خلال الفترة من عام ٢٠١٨ إلى عام ٢٠٢٣، بإجمالي مشاهدات (٣٧٢) مشاهدة لاختبار فروض البحث التى تعكس أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح المحاسبي سواء الإيجابية أو السلبية وقيمة الشركة، وكذلك أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على قيمة الشركة فى ظل أزمة جائحة كورونا.

النتائج والتوصيات: توصل البحث إلى عدة نتائج من أهمها: **يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة معنوية للقدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح المحاسبي** باستخدام طريقتي PCSE, Robust–ols، **يوجد تأثير سلبي ذو دلالة معنوية للقدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على قيمة الشركة (MTB)** باستخدام طريقتي PCSE, Robust–ols، وقد يرجع ذلك إلى امتلاك المديرين التنفيذيين قدرات إدارية مرتفعة مما يزيد من مستوي الثقة لديهم، و يدفعهم إلى اتخاذ قرارات تنطوي على مخاطر كبيرة الأمر الذي قد يؤثر ذلك سلبًا على قيمة الشركة، **يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة معنوية للقدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على قيمة الشركة (MTB) فى ظل أزمة جائحة كورونا** باستخدام طريقتي PCSE, Robust–ols، ويرجع ذلك إلى قدرة المديرين التنفيذيين على الاستخدام الأمثل لموارد الشركة المتاحة وتخفيض الضغوط المالية التي تواجهها الشركة ومحاولة تعظيم قيمة الشركة، خاصة في أوقات الأزمات مثل جائحة كورونا.

واستناداً إلى ذلك توصي الباحثة: بإلزام الشركات بإعداد تقارير دورية عن مدي توافق نغمة الإفصاح المحاسبي مع الأداء المالي الفعلي للشركة، ونشر هذه التقارير للمستثمرين وأصحاب المصالح لتعزيز الثقة بينهم والحد من عدم تماثل المعلومات، وتقليل الثقة المفرطة لدي المديرين التنفيذيين من خلال تنظيم برامج تدريبية دورية لزيادة وعي المديرين التنفيذيين بمخاطر القرارات المفرطة، مع تشجيع اتخاذ القرارات المستندة إلى تحليل علمي وتقييم موضوعي.

الكلمات المفتاحية: القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين، نغمة الإفصاح المحاسبي، نغمة الإفصاح الإيجابية، نغمة الإفصاح السلبية، وقيمة الشركة.

Measuring the Impact of the CEO's Managerial Ability on Accounting Disclosure Tone and Firm Value – An Applied Study on Companies Listed on the Egyptian Stock Exchange

Research Summary:
Objective: Measuring the impact of the CEO's Managerial ability on the tone of accounting disclosure and firm value.
Design and Methodology: The study relied on a content analysis approach to examine the annual reports of a sample of 63 companies listed in the **EGX 100** index on the **Egyptian Stock Exchange** during the period from 2018 to 2023, with a total of **372 view** to test research hypotheses that reflect the impact of the CEO's **Managerial ability on the tone of accounting disclosure positive or negative** and **firm value**. Additionally, it examined the impact of the CEO's Managerial ability on firm value during the **COVID-19 crisis**.
Findings and Recommendations: The researcher several key findings, including There is **a significant positive impact of the CEO's managerial ability on the tone of accounting disclosure**, using **PCSE** and **Robust-OLS** methods. There is a **significant negative impact of the CEO's managerial ability on firm value (MTB)** using **PCSE** and **Robust-OLS** methods. This may be attributed to the fact that executive managers with high managerial abilities tend to have greater confidence, leading them to make high-risk decisions, which could negatively affect firm value. There is a **significant positive impact of the CEO's managerial ability on firm value (MTB) during the COVID-19 crisis**, using **PCSE** and **Robust-OLS** methods. This is due to their ability to optimally utilize the company's available resources, reduce financial pressures, and strive to maximize firm value, particularly during crises such as COVID-19.
Based on that, the researcher recommends, mandating companies to prepare periodic reports assessing the alignment between the tone of accounting disclosure and the company's actual financial performance, and publishing these reports for investors and stakeholders to enhance trust and reduce information asymmetry. reducing excessive confidence among executive managers by organizing regular training programs to increase their awareness of the risks associated with overly aggressive decision-making. encouraging decision-making based on scientific analysis and objective evaluation.
Keywords:
The CEO's managerial **ability**, Tone of Accounting Disclosure, Positive Disclosure Tone, Negative Disclosure Tone, Firm Value.

١- الإطار العام للبحث

١/١ المقدمة وطبيعة المشكلة:

تُعد القدرة الإدارية Managerial Ability أحد المحددات الرئيسية الهامة لنجاح وبقاء الشركات في الأجل الطويل حيث تعمل على تحسين البيئة المعلوماتية للشركات وزيادة الشفافية وتقليل عدم تماثل المعلومات بين الأطراف الداخلية والخارجية في ظل بيئة الأعمال الديناميكية التي تتسم بالسرعة والتنوع (علي، ٢٠٢١؛ Baik et al., 2018).

ولذلك فإن الاهتمام بالقدرات الإدارية للمديرين التنفيذيين (خصائص المديرين) المعرفة والموهبة والسمعة والمهارات والخبرات الشخصية ، ونمط أو أسلوب الإدارة تمكن المديرين من الفهم الأفضل للبيئة التشغيلية والمحاسبية والقانونية للشركة، وتساعد المديرين على استخدام الموارد المتاحة بكفاءة وتحويلها إلى إيرادات مما يساهم فى تحسين أداء الشركة وزيادة قيمتها وقدرتها التنافسية فى السوق (مليجي، ٢٠١٩؛ حسين، ٢٠٢٠؛ Ma et al., 2019).

ووفقاً لنظرية الصفوف العليا The Upper Echelons Theory والتي أشارت إلى أن من أهم العوامل التى تؤثر على السياسات المالية ونتائج الشركات، ومن ثم الإفصاح المحاسبي المناسب والملائم لحقيقة الوضع المالي للشركة، أى نغمة الإفصاح المناسبة، هي الخصائص الإدارية للمديرين، وقد اعتمدت العديد من الدراسات على هذه النظرية، وأكدت نتائجها على أن تبنى المديرين التنفيذيين لأساليب مختلفة فى إدارة شركاتهم يختلف بإختلاف درجة قدرتهم الإدارية وهو ما يفسر التفاوت فى قرارات الشركة ومن ثم أدائها وقيمة الشركة (السعدى وآخرون، ٢٠٢٣؛ Yung & Chen, 2018; Gan, 2019).

وهناك اهتمام من العديد من الدراسات السابقة التى تناولها الأدب المحاسبي (حسين، ٢٠٢٠؛ عرفة، مليجي، ٢٠١٧؛ Elamir & Mousam, 2019; Hasan, 2020; Martikainen, 2022; Lou & Zhou, 2017; Puwanenthiren, et al., 2019) بدراسة الأسباب أو المحددات التى تفسر التغير والاختلاف فى مستوي الإفصاح المحاسبي الوصفي بما يتضمنه من طبيعة نغمة الإفصاح المحاسبي المستخدمة فى التقارير المالية التى تصف وتوضح الأداء المالي للشركة، إذ أن الإفصاح الوصفي المتعلق بوضع أداء الشركة يمثل أهمية كبيرة للمساهمين، والمستثمرين الحاليين والمحتملين والمحللين وغيرهم من أصحاب المصالح حيث إن

استخدام نغمة إفصاح محاسبي مناسبة يساعد جميع أصحاب المصالح على اتخاذ قرارات استثمارية رشيدة.

تتأثر طبيعة نغمة الإفصاح المحاسبي بعدة محددات من أهمها القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين، حيث يقوم المديرين التنفيذيين باختيار نغمة الإفصاح المناسبة للأخبار سواء النغمة الإيجابية أو السلبية للمعلومات المفصح عنها فى التقارير المالية لتمثل الأداء المالي للشركة، كما أن التغير فى طبيعة نعمة الإفصاح المحاسبي يُعد أداة معلوماتية هامة قد يستخدمها المديرين التنفيذيين فى حالة ضعف البيئة المعلوماتية للشركة (حسن، ٢٠٢٠؛ عرفة، مليجي، ٢٠١٧).

طبيعة نغمة الإفصاح المحاسبي المستخدمة فى التقارير المالية تؤثر على الانطباعات الأولى لدي مستخدمى التقارير حيث أن نغمة الإفصاح تؤثر على قرارات أصحاب المصالح، وأن المديرين يتلاعبون بشكل استراتيجي فى آراء وقرارات المساهمين والمستثمرين وأصحاب المصالح من خلال الإفصاح الوصفي (عرفة ومليجي، ٢٠١٧)، بناءً على ذلك، تؤثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على طبيعة نغمة الإفصاح المحاسبي سواء الإيجابية أو السلبية فى التقارير المالية عند تقييم الأداء المالي للشركة وتكون بتمثل الوضع الحقيقي للشركة لأن ذلك ينعكس على اتخاذ القرارات الاستثمارية الرشيدة لجميع أصحاب المصالح والحد من عدم تماثل المعلومات بين الإدارة وجميع أصحاب المصالح الحاليين أو المحتملين، ومع ذلك إذا استخدام المديرين التنفيذيين دوافع شخصية فى تغير طبيعة نغمة الإفصاح المحاسبى المناسبة أي استخدام سلوك انتهازي بغرض اخفاء أو تعديل معلومات عند تقييم أداء الشركة فإن ذلك يؤدي إلى تقارير مالية مضللة مما يؤثر سلبًا على قرارات جميع أصحاب المصالح ويزيد من عدم تماثل المعلومات.

ويتضح مما سبق، أن الدراسات التى تناولت أثر القدرة والإدارية للمديرين التنفيذيين على نعمة الإفصاح المحاسبي سواء كانت إيجابية أو سلبية وعلى قيمة الشركة لم تقدم أدلة حاسمة بشأن طبيعة هذه العلاقة بين المتغيرات، كما أن أغلب هذه الدراسات تم تطبيقها فى بيئات متقدمة وخلال فترات زمنية مختلفة، تختلف في خصائصها عن الأسواق الناشئة، وهو ما يمثل دافعاً للدراسة الحالية، التي تهدف إلى تحليل هذه العلاقة في البيئة المصرية، من خلال دراسة أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح المحاسبي وقيمة الشركة بالتطبيق على الشركات المدرجة فى البورصة المصرية، التىُ تعد من الأسواق الناشئة.

وبناء على ذلك، فإنه يمكن صياغة مشكلة البحث في التساؤل الرئيس التالي:

ما هو أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح المحاسبي وقيمة الشركة في الشركات المدرجة بالبورصة المصرية؟

ويتفرع عن هذا التساؤل الرئيس مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

- ما هو أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح المحاسبي؟
- ما هو أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح الايجابية؟
- ما هو أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح السلبية؟
- ما هو أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على قيمة الشركة؟
- ما هو أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على قيمة الشركة فى ظل أزمة جائحة كورونا؟

٢/١ أهداف البحث:

يتمثل الهدف الرئيسي للبحث في "**قياس أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح المحاسبي، وقيمة الشركة في الشركات المدرجة بالبورصة المصرية**"، وينبثق عن هذا الهدف الأهداف الفرعية التالية:

- دراسة أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح المحاسبي.
- دراسة أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح الايجابية.
- دراسة أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح السلبية.
- دراسة أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على قيمة الشركة.
- دراسة أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على قيمة الشركة في ظل جائحة كورونا.

٣/١ أهمية البحث:

يستمد البحث أهميته من أهمية الموضوع الذي يتناوله، ومن ثم تتمثل أهمية البحث في:

- تقديمه دليلا تطبيقيًا يستند إلى الشركات المدرجة بالبورصة المصرية، باعتبارها جزءًا من الاقتصاديات الناشئة، عن أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح المحاسبي، سواء الإيجابية أو السلبية، وقيمة الشركة، وتأتي أهمية ذلك في ظل تعرض البيئة المصرية لمخاطر اقتصادية وسياسية، إضافة إلى تأثير أزمة جائحة كورونا، التي أثرت على المعلومات المفصح عنها فى القوائم والتقارير المالية.

- كما أن نتائج هذا البحث قد تكون محل اهتمام مجالس الإدارات وأصحاب المصالح، وواضعي المعايير والهيئات الرقابية فتحليل القدرة الإدارية يظهر أن المديرين التنفيذيين الذين يتمتعون بقدرات إدارية متميزة مقارنة بنظرائهم في الشركات المنافسة، لديهم القدرة على تحديد الفرص الاستثمارية المناسبة في الشركة والإفصاح عنها بنغمة ملائمة. بما يسمح بتقديم تقارير مالية وقوائم مالية أكثر شفافية مما يقلل من عدم تماثل المعلومات بين المديرين التنفيذيين وجميع أصحاب المصالح.

١/٤ منهج البحث:

اعتمدت الباحثة على المنهج الاستقرائي في مراجعة أدبيات الفكر المحاسبي المتعلقة بموضوع البحث للاستفادة منها في صياغة الإطار النظري للبحث. كما اعتمدت على المنهج الاستنباطي لاكتشاف وتفسير طبيعة العلاقة بين القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين ونغمة الإفصاح المحاسبي سواء الإيجابية أو السلبية وقيمة الشركة.

كما قدمت الباحثة دراسة تطبيقية تعتمد على أسلوب تحليل المحتوى لفحص التقارير المالية السنوية للشركات المدرجة بالبورصة المصرية، وذلك خلال الفترة من عام ٢٠١٨ إلى عام ٢٠٢٣، وهدفت الدراسة إلى تطوير نماذج لقياس هذه العلاقات واختبار فروض البحث.

١/٥ نطاق وحدود البحث:

يقتصر البحث على دراسة أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين ونغمة الإفصاح المحاسبي سواء الإيجابية أو السلبية، وقيمة الشركة، وذلك بالتطبيق على الشركات المدرجة بالبورصة المصرية بمؤشر EGX 100 خلال الفترة من عام ٢٠١٨ إلى عام ٢٠٢٣، ويخرج عن نطاق هذا البحث الشركات المالية والبنوك، نظرًا لطبيعتها الخاصة وخضوعها لقواعد وإجراءات قانونية ونظامية مختلفة، كما أن قابلية تعميم النتائج مشروطة بقيود الدراسة التطبيقية، واقتصرت الدراسة فى تحديد درجة القدرة الإدارية على مقياس (Demerjian et al., 2012).

١/٦ خطة البحث:

انطلاقاً من أهمية البحث وتحقيقاً لأهدافه وفى ضوء المشكلة والإجابة على التساؤلات البحثية، فقد تم استكمال البحث على النحو التالي:

يعرض القسم الثاني: الإطار النظري المفاهيمي لمتغيرات البحث ذات الصلة والدراسات

السابقة واشتقاق الفروض، **ويتناول القسم الثالث:** تصميم الدراسة التطبيقية وبناء نماذج الدراسة ،**بينما يتناول القسم الرابع:** تحليل نتائج الدراسة التطبيقية واختبار الفروض، **وأخيراً يتناول القسم الخامس:** النتائج والتوصيات والتوجهات البحثية المستقبلية.

٢- الإطار النظري المفاهيمي لمتغيرات البحث ذات العلاقة واشتقاق الفروض:

يتناول هذا القسم الإطار النظري المفاهيمي لمتغيرات البحث والتي تشمل، القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين، بالإضافة إلى نغمة الإفصاح المحاسبي بنوعيها الإيجابية والسلبية.

١/٢ مفهوم وأهمية القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين:

يتم التعرف على ماهية القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين وأهميتها في الفكر المحاسبي كما يلي:

أولًا: ماهية القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين في الفكر المحاسبي:

تعتبر القدرة الإدارية أحد الأصول المعنوية التي قد تكون ذات تأثير قوي في زيادة إيرادات الشركات ونموها وتعظيم أرباحها وتدفقاتها النقدية، ويرجع الاختلاف في الأداء المالي والتشغيلي بين شركات نفس الصناعة مع تساوي أو تقارب حجم الموارد المتاحة لكل شركة إلى تفاوت كفاءة المديرين (الاسداوي، بلال، ٢٠٢٠).

كما أشارت دراسة (Demerjian et al., 2012) إلى أن القدرة الإدارية تعني كفاءة المديرين في المحافظة على الموارد الاقتصادية المتاحة واستغلالها أفضل استغلال ممكن في توليد الإيرادات، فالقدرة الإدارية هي قدرة المدير التنفيذي أو فريق الإدارة العليا في تحويل موارد الشركة إلى إيرادات.

كما عرف (مليجي، ٢٠١٩) القدرة الإدارية الحقيقية بأنها تتمثل في بعض الخصائص التي يتصف بها المديرين التنفيذيين (مثل الموهبة والسمعة، الأسلوب الإداري، العمر، التعليم، المعرفة، الخبرة المهنية، المهارات الشخصية، الميل إلى المخاطرة، المعتقدات الفردية، والاتصالات) التي تمكنهم من فهم البيئة الاقتصادية والاستخدام الفعال للموارد المتاحة واتخاذ أفضل القرارات ولاسيما في الحالات المعقدة بالمقارنة بغيرهم من المديرين الأقل قدرة وهو ما يساهم في إحداث تأثير إيجابي على جودة التقرير المالي وتحقيق مزايا تنافسية للشركة.

كما عرفتها دراسة (حسين، ٢٠٢٠) بأن القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين تعتبر محدداً رئيسياً لنجاح أعمال الشركات في أسواق المال.

كما أشارت دراسة (Rahman et al., 2020) بأن القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين تشير إلى تصرفات المديرين التنفيذيين نحو تحقيق الأهداف الحالية وطويلة الأجل مع الاستخدام الأمثل لموارد الشركة المتاحة

وأشارت دراسة (عبد المجيد، ٢٠٢١) إلى أن القدرة الإدارية تتمثل في مجموعة الخصائص أو الصفات التي يتسم بها المديرون التنفيذيون بالشركة، والتي تجعلهم قادرين على اتخاذ مختلف القرارات بكفاءة وفعالية.

في حين عرفتها دراسة (علي، ٢٠٢١) بأن القدرة الإدارية هي ناتج التفاعل لمجموعة الخبرات والمهارات والخصائص المتاحة لدى المديرين والتي تمكنهم من استخدام الموارد المتاحة لدى الشركة بكفاءة وفعالية من أجل تعظيم قيمة الشركة، وتحقيق العديد من المزايا التنافسية للشركة التي تمكنها من الاستمرار في الأجل الطويل.

بينما ترى دراسة (Haider et al., 2021) أن القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين أحد المحددات الرئيسية لممارسات التحفظ المحاسبي، فالمديرون أصحاب القدرة العالية يفصحون بشكل متحفظ لتحسين كفاءة العقود وتجنب تعارض المصالح من خلال الإبلاغ عن الخسائر المستقبلية في التوقيت المناسب.

ومما سبق ترى الباحثة أن القدرة الإدارية تتمثل في مجموعة من الخصائص التي تتوافر لدى المديرين التنفيذيين، تمكنهم من المحافظة على الموارد الاقتصادية المتاحة واستغلالها أفضل استغلال لزيادة الإيرادات، وفهم اتجاهات التكنولوجيا والصناعة والمنافسة التي تنتمي إليها شركاتهم، مما ينعكس علي اتخاذ القرارات بكفاءة وفعالية والحد من تعارض أصحاب المصالح، وتحقيق مزايا تنافسية مستدامة للشركة.

ثانيًا: أهمية القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين:

تعتبر القدرة الإدارية بمثابة الضمان الرئيسي لفعالية العديد من القرارات سواء كانت تشغيلية أو استثمارية أو تمويلية لتأثيرها على سياسة الشركة ونتائجها ولانخفاض مخاطر المعلومات معها، مهما ينعكس بالتأثير على هيكل ديون الشركة (سمعان، ٢٠١٩).

وأكدت دراسة كل من (الإسداوي، وبلال ٢٠٢٠؛ مليجي، ٢٠١٩؛ Abernathy et al., 2018) على أهمية القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين في الحد من مشاكل الوكالة من خلال إتاحة المعلومات لأصحاب المصالح وتعزيز الشفافية والإفصاح في الوقت المناسب، حيث إن المديرين الأكثر قدرة يساعدون المستثمرين في الإطلاع على الفرص المتاحة أمام الشركة لحماية سمعتهم، مما يقلل من عدم تماثل المعلومات وينعكس بالتالي على جودة التقارير المالية وزيادة قيمة الشركة.

كما أكدت دراسة (Hessian, 2019) أن الخبرات الشخصية والمعرفية التي يمتلكها المديرين التنفيذيين تمنحهم القدرة على اتخاذ قرارات استثمارية استراتيجية قادرة على إحداث تغيير جوهري في قيمة الشركة التي يتولون إدارتها، مما يؤدي إلى تحقيق طفرة في ثروات المساهمين ومصالحهم ليس هذا فحسب بل الأمر يمتد إلى الأطراف الخارجية المتعاملة مع تلك الشركات حيث تضفى الخبرة والسمعة الطيبة للمديرين التنفيذيين مصداقية لدى جميع الأطراف الخارجية سواء دائنين أو مقرضين أو عملاء.

كما تساهم القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين في تخفيض الضغوط المالية على الشركة وتحديد التغيرات الاقتصادية التي تواجهها فضلاً عن دورها في تفسير التباين في أداء الشركات وتأثيرها على السياسات المالية والتمويلية، حيث تمكن هؤلاء المديرين من الدخول إلى أسواق المال بشكل أكثر سهولة (إبراهيم، ٢٠١٧).

وأوضحت دراسة (علي، ٢٠٢١) أن القدرة الإدارية تساهم في تحسين مستوى الإفصاح والشفافية من خلال توصيل المعلومات المالية وغير المالية لأصحاب المصالح مما يمكنهم من التنبؤ بالقيمة الحالية والمستقبلية للشركة وبالتالي تحسين قيمة الشركة.

٢/٢ مفهوم نغمة الإفصاح المحاسبي:

وبالنظر إلى التصريفات والدراسات السابقة يظهر شبه اتفاق بين الأدبيات السابقة التي تناولت مفهوم نغمة الإفصاح المحاسبي.

نغمة الإفصاح المحاسبي تشير إلى استخدام تعبيرات ذات نغمة متفائلة أو متشائمة في الإفصاح المحاسبي، وهي سمة من سمات الإفصاح السردي التي تتم من خلال استخدام الأسماء أو الصفات أو الأفعال التي تعبر عن مشاعر المديرين المختلفة (حسين، ٢٠٢٠؛ Arena et al., 2013).

فقد تم تعريفها بأنها النغمة المستخدمة في الإفصاح عن الأخبار سواء كانت أخبار جيدة أو سيئة ويحدد نوع الخبر المفصح عنه هو أداء الشركة بصفة عامة وأداء الإدارة بصفة خاصة باعتبارها وكيلًا المساهمين (Aly et al., 2018).

وأشارت دراسة (أحمد، ٢٠١٩) إلى أن نغمة الإفصاح المحاسبي تتمثل في النغمة الإيجابية (الأخبار الجيدة) أو السلبية (الأخبار السلبية) التي تم اختيارها من قبل الإدارة عند الإفصاح عن الأداء المالي الحالي والمستقبلي فى التقارير المالية أو الإفصاحات الدورية المنشورة هذه النغمة تؤثر إيجابيًا أو سلبيًا على المستخدمين عند اتخاذ القرارات.

بينما يرى (Fisher et al., 2020) أن نغمة الإفصاح المحاسبي هي الوسيلة التي يمكن من خلالها قيام المديرين التنفيذيين بسرد المعلومات المحاسبية بالتقارير المالية من خلال استخدام كلمات معينة مصحوبة بدلالات قد تكون إيجابية أو سلبية.

في المقابل ترى دراسة (إبراهيم وأخرون، ٢٠٢٣) أن نغمة الإفصاح المحاسبي تعد أداة مهمة يستخدمها المديرون في حالة ضعف النظام المعلوماتي للشركة للتأثير في درجة استجابة السوق للمعلومات المفصح عنها، وتشير الدراسة إلى أن حرية إدارة الشركة في اختيار طبيعة النغمة المستخدمة في الإفصاح السردي ينعكس بشكل مباشر على قرارات ذوي المصلحة.

وفي ضوء ما سبق يتضح للباحثة أن نغمة الإفصاح المحاسبي تُعد الأسلوب الذي تستخدمه الإدارة في صياغة المعلومات المحاسبية الواردة في التقارير، من خلال استخدام تعبيرات إيجابية أو سلبية تهدف إلى التأثير على تصورات المستثمرين و أصحاب المصالح بشأن أداء الشركة الحالي والمستقبلي. وتعكس هذه النغمة مستوى الشفافية في الإفصاح ومدى توافق المعلومات المقدمة مع الواقع، مما ينعكس بدوره على قرارات المستثمرين وجميع أصحاب المصالح.

٣/٢ الدراسات السابقة واشتقاق الفروض:

في ضوء استقراء وتحليل الدراسات السابقة التي ترتبط بمتغيرات البحث يمكن تناول أهم الدراسات التي توضح مشكلة البحث من خلال المحاور الأساسية التالية:

المحور الأول: الدراسات التي تناولت أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين علي نغمة الإفصاح المحاسبي و منها اشتقاق الفرض الرئيسي الأول، واشتقاق الفرض الفرعي الأول، والفرض الفرعي الثاني.

هدفت دراسة (Huang et al., 2014) إلى التحقق مما إذا كان مديري الشركات يستخدمون نغمة الإفصاح عن الأرباح وكيف يتفاعل المستثمرين مع إدارة النغمة، وتوصلت الدراسة إلى أن التلاعب بنغمة الإفصاح عن المعلومات في التقارير المالية التي يصدرها المديرين تؤدي إلى تضليل المستثمرين فإن النغمة الإيجابية بشكل غير طبيعي ومبالغ فيه قد تجعل المستثمرين أكثر تفاؤلاً بشأن أسعار الأسهم والأرباح، خاصة إذا كانت الشركة تدير نغمة الإفصاح عن المعلومات إلى أعلى والعكس صحيح عند إدارة نغمة الإفصاح عن المعلومات إلى أسفل.

ودراسة (Luo & Zhou, 2017) تناولت تأثير القدرة الإدارية على نغمة الأرباح المعلنة (نغمة إعلانات الأرباح) the tone of earnings announcements ورد فعل السوق للشركة، وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من (١٥٨٨٥) مشاهدة لعدد (٩١٢) شركة خلال الفترة من عام (١٩٩٤) حتى عام (٢٠١١)، وقد توصلت الدراسة إلى أن الشركات ذات القدرة الإدارية العالية تتبنى نغمة الإفصاح الأكثر إيجابية عند الإعلان عن الأرباح مما ينعكس على اتجاهات أسعار الأسهم بشكل إيجابي.

أي أن القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين هي محدد هام لنغمة الإفصاح عند الإعلان عن الأرباح، بالإضافة إلى المحددات الأخرى مثل الأداء التشغيلي، الحوافز الإدارية، فرص النمو، وحجم الشركة.

كما هدفت دراسة (Osma et al., 2018) إلى توضيح أن المديرين التنفيذيين يستخدمون نغمة الإفصاح السردي لتهدئة المخاوف المهنية، وكذلك توضح أن المديرين التنفيذيين ذوي القدرات العالية يستخدمون في بداية فترات عملهم نغمة الإفصاح المحاسبي المتفائلة والمعتمدة على الأخبار الجيدة، وتوصلت الدراسة إلى أن الشركات التي تستخدم نغمة الإفصاح المحاسبي الأكثر تفاؤلاً تحصل على أرباح مستقبلية أكثر، وكذلك زيادة توزيعات الأرباح المستقبلية على المساهمين.

بينما هدفت دراسة (حسين، ٢٠٢٠) إلى قياس تأثير درجة القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على كل من مستوى نغمة الإفصاح بالتقارير المالية وسياسة التوزيعات النقدية، وذلك بالتطبيق على عينة (مكونة) من (١٢٩) شركة مساهمة غير مالية مقيدة في البورصة المصرية خلال الفترة من (٢٠١٤ حتى ٢٠١٨)، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها ارتفاع درجة القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين للشركة محل الدراسة، وكذلك وجود تأثير معنوي لدرجة القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على مستوى نغمة الإفصاح المحاسبي بالتقارير المالية حيث تبين وجود تأثير إيجابي معنوي لدرجة القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على كل من مستوى نغمة الإفصاح المحاسبي للأخبار الجيدة (النغمة الإيجابية أو المتفائلة) ومستوى نغمة الإفصاح المحاسبي للأخبار الصافية، ووجود تأثير سلبي معنوي على مستوى نغمة الإفصاح المحاسبي للأخبار السيئة (النغمة السلبية أو المتشائمة).

كما توضح دراسة (Hasan, 2020) العلاقة بين القدرة الإدارية Managerial Ability وقراءة الإفصاح السردي للتقارير المالية المعدة وفقاً لنموذج (k-10)، باستخدام عينة أمريكية خلال الفترة من عام ١٩٩٤ إلى عام ٢٠١٥، ولقد توصلت الدراسة إلى وجود تأثير إيجابي معنوي للقدرة

الإدارية للمديرين التنفيذيين على إمكانية قراءة الإفصاح السردي للتقارير المالية المعدة وفقاً لنموذج (k–10)، وتوكد الدراسة على وجود هذا التأثير في الشركات ذات المستويات العالية من الربحية، كما توصلت الدراسة إلى أن الأداء المالي للشركة يتوسط العلاقة بين القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين وقراءة الإفصاح السردي للتقارير المالية المعدة وفقاً لنموذج (k–10)، وتوكد الدراسة على أن القدرة الإدارية مهمة لتحسين قراءة الإفصاح للشركة.

وهدفت دراسة (Martikainen, 2022) إلى توضيح دور مجالس إدارة الشركات في تشكيل نغمة الإفصاح المحاسبي بالتقارير المالية المعدة وفقاً لنموذج (k–10) وهو عبارة عن تقرير سنوي تطلبه لجنة الأوراق المالية والبورصات الأمريكية، ويقدم ملخصاً شاملاً للأداء المالي للشركة، وكذلك التحقق مما إذا كانت النغمة السلبية للإفصاح عن التقارير السنوية السردية للشركات مرتبطة برأس المال البشري والاجتماعي لمجلس إدارتها، وتوصلت الدراسة إلى أن هناك بعض الخصائص الإدارية للمديرين التنفيذيين (أعضاء مجالس الإدارة) مثل الجنس، التعليم، الخبرة المالية، ومعدل دوران مجلس الإدارة ترتبط أكثر بنغمة الإفصاح المحاسبي السلبية، بينما يرتبط عمر المديرين (أعضاء مجالس الإدارة) بنغمة إفصاح أقل سلبية.

كذلك هدفت دراسة (Pouryousof et al., 2023) إلى تناول عدم الثبات لنغمة الإفصاح للمديرين من وجهة نظر نظرية الإشارة، وذلك من خلال دراسة العوامل التي تساهم في تباين نغمة الإفصاح للمديرين، ووفقاً لوجهة النظر هذه يتعمد المديرين اختيار نغمة إفصاح معينة لتظهر في الأسواق، ولتوضيح ذلك يتم دراسة العلاقة بين المخاطر المالية المستقبلية؛ ونغمة الإفصاح للمديرين، وبين الأداء المالي المستقبلي مقاسًا (بمعدل العائد على الأصول ROA، ومعدل العائد على حقوق الملكية ROE) ، وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من (١٥٦) شركة مدرجة في بورصة طهران خلال الفترة من عام (٢٠١٣ إلى عام ٢٠٢٢)، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الأداء المالي المستقبلي والمخاطر وبين عدم ثبات نغمة الإفصاح للمديرين.

يتضح للباحثة مما سبق وفي ضوء الدراسات السابقة:

- أكدت أغلب الدراسات على أن القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين عامل هام ومؤثر في نغمة الإفصاح المحاسبي.
- القدرة الإدارية ترتبط بتأثير إيجابي على المستثمرين(Hasan,2020)، أو تعزيز الثقة فى تقارير الأداء المالي(Luo & Zhou, 2017؛حسين،٢٠٢٠).

- أكدت بعض الدراسات على أن النغمة الإيجابية تعزز من توقعات المستثمرين للأرباح المستقبلية وأسعار الأسهم (Huang et al., 2014; Osma et al., 2018) ، بينما يوجد تأثير سلبي للنغمة السلبية على توقعات المستثمرين Martikainen, 2022)).
- أشارت دراسة (Pouryousof et al., 2023) إلى عدم استقرار النغمة، مما يضيف اتجاه جديد يركز على التغيرات المستمرة في الإفصاح المحاسبي.
- ركزت بعض الدراسات على أسواق مالية متقدمة مثل السوق الأمريكي (Martikainen,2022; Hasan,2020) ، بينما تناولت دراسات أخرى الأسواق الناشئة مثل البورصة المصرية(حسين،٢٠٢٠) وبورصة طهران (Pouryousof et al., 2023) مع اختلاف الفترات الزمنية بين الدراسات، وكذلك تفاوت حجم العينات بين الشركات.
- أشارت دراسة كل من (Luo & Zhou, 2017; Hasan, 2020; Osma et al., 2018; حسين، ٢٠٢٠) على وجود علاقة إيجابية بين القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين ونغمة الإفصاح حيث أكدت هذه الدراسات على أن المديرين التنفيذيين ذوي القدرات الإدارية العالية يسهمون في تحسين النغمة الإيجابية للإفصاح، مما يعزز من صورة الشركة ويزيد من ثقة المستثمرين، بينما ركزت دراسة (Pouryousof et al., 2023) على عدم ثبات نغمة الإفصاح وعلاقتها بالمخاطر المالية، مشيرة إلى أن التقلبات في الإفصاح يمكن أن تؤدي إلى نغمة سلبية عند ارتفاع المخاطر، مما يعكس تأثير العوامل المالية على استمرارية النغمة الإيجابية.

وفي ضوء ما تقدم، يمكن للباحثة اشتقاق الفرض الرئيسي الأول على النحو التالي:

"يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية بين القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين ونغمة الإفصاح المحاسبي".

ولإثبات هذا الفرض يمكن اشتقاق الفرضين الفرعيين التاليين:

الفرض الفرعي الأول للفرض الرئيسي الأول : "يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية للقدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح الإيجابية".

الفرض الفرعي الثاني للفرض الرئيسي الأول: "يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية بين للقدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح السلبية".

المحور الثاني: الدراسات التي تناولت أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين علي قيمة الشركة ومنها اشتقاق الفرض الثاني، والفرض الثالث:

هدفت دراسة (Naimah & Romaisyah, 2018) إلى اختبار تأثير القدرة الإدارية على الأداء المستقبلي للشركة، وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من (٢٩١) شركة مدرجة في بورصة إندونيسيا خلال الفترة من عام ٢٠٠٨ حتى ٢٠١٠. وتوصلت الدراسة إلى وجود تأثير معنوي إيجابي للقدرة الإدارية على الأداء المستقبلي للشركة لمدة تصل إلى خمس سنوات قادمة، كلما أشارت النتائج إلى أنه كلما زادت فترة التنبؤ ضعف تأثير القدرة الإدارية على الأداء المستقبلي للشركة.

وهدفت دراسة (Hessian, 2019) إلى التعرف على دور القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين في الحد من التأثير السلبي لإدارة الأرباح الحقيقية على الأداء المستقبلي للشركة، وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من (٥٥) شركة خلال الفترة من عام ٢٠٠٥ حتى ٢٠١٥. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية وجوهرية بين القدرة الإدارية للمديرين وممارسة إدارة الأرباح من خلال التلاعب بالأنشطة التشغيلية الحقيقية، حيث استخدام المديرين لقدراتهم في إدارة الأرباح الحقيقية من خلال زيادة حجم المبيعات بشكل وهمي وتحقيق مستويات غير عادية من الإنتاج والتحكم في النفقات الاختيارية بهدف تحقيق مستويات معينة من الأرباح وذلك كبديل عن استخدام تلك القدرات في تحقيق الأرباح المستهدفة دون الانخراط في تلك الممارسات. وأشارت الدراسة إلى أن هذه الممارسات انعكست سلبياً على الأداء المستقبلي للشركات، كما توصلت الدراسة إلى عدم وجود تأثير للقدرة الإدارية للمديرين على الحد من الأثر السلبي للإدارة الأرباح الحقيقية على الأداء المستقبلي للشركة.

تناولت دراسة (فودة، والإسداوي، ٢٠٢٠) أثر القدرة الإدارية على سلوك المحللين الماليين والقيمة السوقية للشركات لعينة مكونة من (٩٠) شركة غير مالية مدرجة في بورصة الأوراق المالية المصرية خلال الفترة من عام ٢٠٠٩ حتى ٢٠١٧. وتوصلت الدراسة إلى وجود أثر إيجابي ومعنوي بين القدرة الإدارية وكلٍ من تغطية المحللين الماليين، والقيمة السوقية للشركة، كما أوضحت الدراسة عدم وجود أثر غير مباشر للقدرة الإدارية للمدراء على القيمة السوقية للشركات من خلال توسيط كلٍ من تشتت تنبؤات المحللين الماليين وتغطية المحللين الماليين بشكل منفصل.

كما هدفت دراسة (Bhutta et al.,2021) إلى بحث مدى تأثير القدرة الإدارية علي أداء الشركات، وذلك باستخدام عينة مكونة من (٢٤٦) شركة مدرجة في بورصة باكستان خلال المدة من عام (٢٠٠٩ حتي ٢٠١٧). وتوصلت الدراسة إلى أن المديرين الأكثر قدرة يساهمون بشكل معنوي في تحسين أداء الشركة، بينما المديرين الأقل قدرة يوثرون سلبًا وبشكل معنوي على أداء الشركة. كما أكدت الدراسة أن القدرة الإدارية للمديرين تعزز من قيمة الشركة ولاسيما الشركات المقيدة في البورصة، وقدمت الدراسة أدلة جديدة تظهر أن المديرين الأكثر قدرة يوفرون موارد غير ملموسة للشركات، مما يساهم بشكل إيجابي في تحسين أداء الشركة حتي في ظل التحديات البيئة والأنظمة القانونية الضعيفة.

في حين هدفت دراسة (Cheng & Cheung, 2021) إلى توضيح كيفية استخدم المديرين ذوي القدرات الإدارية العالية للمشتقات المالية بفعالية لإدارة المخاطر، وذلك من خلال دراسة عينة من الشركات الصينية المدرجة خلال الفترة من عام (٢٠٠٨) إلى عام (٢٠١٩). وتوصلت الدراسة إلى أن العلاقة بين استخدام المشتقات المالية ومخاطر الشركة هي علاقة سلبية، ولكن هذه العلاقة السلبية تكون أقل وضوحًا في الشركات التي تتمتع بقدرات إدارية عالية مقارنةً بالشركات ذات القدرات الإدارية المنخفضة، مما يشير إلى أن القدرة الإدارية لها تأثير إيجابي معدل علي هذه العلاقة السلبية، كما أظهرت الدراسة أن تفاعل القدرة الإدارية مع استخدام المشتقات المالية لها تأثير سلبي علي قيمة الشركة.

أما دراسة (Wang et al., 2021) فقد هدفت إلى اختبار العلاقة بين خصائص مجلس الإدارة وأداء الشركة باستخدام القدرة الإدارية كمتغير معدل، وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من (١٠٣) شركة صينية خلال الفترة من عام (٢٠٠٨) إلى عام (٢٠١٠). وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية بين خصائص مجلس الإدارة وأداء الشركة، بالإضافة إلى أن القدرة الإدارية تعزز من العلاقة الإيجابية بين خصائص مجلس الإدارة وأداء الشركة.

وهدفت دراسة (Edi&Wijava,2022) إلى تحديد تأثير القدرة الإدارية في شركات الاستحواذ على أداء الشركة بعد عمليات الاندماج والاستحواذ، حيث تم إضافة الثقة المفرطة للمدير التنفيذي كمتغير معدل في الدراسة، على عينة من الشركات المدرجة في بورصة إندونيسيا خلال الفترة من عام (٢٠١٤) إلى عام (٢٠١٨) . واعتمدت الدراسة على عدة مقاييس منها: العائد على الأصول، التدفقات النقدية للعمليات، ونسبة القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية لقياس الأداء التشغيلي

للشركة، بينما تم استخدام العائد غير المحقق بالاحتفاظ لقياس عائد أسهم الشركة. وتوصلت الدراسة إلى أن القدرة الإدارية تؤثر على الأداء التشغيلي للشركة كما أن المتغير المعدل (الثقة المفرطة للمدير التنفيذي) يمكن أن يعزز العلاقة بين القدرة الإدارية والأداء التشغيلي للشركة بالإضافة إلى معدل عائد أسهم الشركة.

كما هدفت دراسة (Seifzadeh, 2022) إلى بحث العلاقة بين التهرب الضريبي والقدرة الإدارية وقيمة الشركة، من خلال فرض ثلاث فروض على عينة مكونة من (١٨٣) شركة من الشركات المدرجة ببورصة طهران للأوراق المالية خلال الفترة من عام (٢٠١٤) إلى عام (٢٠٢٠). وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة سلبية بين القدرة الإدارية والتهرب الضريبي، وكذلك وجود علاقة سلبية معنوية بين التهرب الضريبي وقيمة الشركة، كما أشارت النتائج إلى أن الشركات التي لديها مديرين ذي قدرات عالية ينعكس ذلك إيجابياً علي تخفيف حدة العلاقة السلبية بين التهرب الضريبي وقيمة الشركة.

وفي نفس السياق تناولت دراسة (سليمان، والجوهري، ٢٠٢٢) أثر القدرة الإدارية كعامل معدل على العلاقة بين ممارسات التخطيط الضريبي والأداء المالي المستقبلي للمنشأة، وتم التطبيق على عينة من الشركات المقيدة بالبورصة المصرية بلغ عددها (٨٠) شركة خلال الفترة من عام (٢٠١٦) حتى عام (٢٠١٨). وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة معنوية موجبة بين القدرة الإدارية والأداء المالي المستقبلي للمنشأة مقاسًا بكلٍ من معدل العائد على الأصول ونسبة Tobin's Q، كما أظهرت النتائج تأثيرًا إيجابيًا معنويًا للقدرة الإدارية على العلاقة بين التخطيط الضريبي والأداء المالي المستقبلي للمنشأة.

كذلك هدفت دراسة (Wiranudirja et al., 2022) إلى توضيح أثر المسئولية الاجتماعية والقدرة الإدارية علي قيمة الشركة وعلاقة الربحية كمتغير معدل، تم تطبيق الدراسة على عينة مكون من (١١) شركة من شركات التعدين المدرجة في بورصة إندونيسيا من عام (٢٠١٨) إلى عام (٢٠٢٠). وتوصلت الدراسة إلى أن كلًا من المسئولية الاجتماعية والقدرة الإدارية لهم تأثير ضئيل علي قيمة الشركة، في حين أن الربحية كمتغير معدل تعتبر وسيط للعلاقة بين المسئولية الاجتماعية والقدرة الإدارية علي قيمة الشركة.

أما دراسة (حسين، ٢٠٢٣) فقد هدفت إلى اختبار العلاقة بين إدارة الأرباح وقيمة الشركة، بالإضافة إلى تحديد تأثير القدرة الإدارية المفرطة على تلك العلاقة، وذلك بالتطبيق على عينة من الشركات المقيدة بالبورصة المصرية في الفترة من عام (٢٠١٦ إلى ٢٠٢٠)، وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة سلبية بين إدارة الأرباح الحقيقية وقيمة الشركة مقاسة بالقيمة السوقية للأسهم، وكذلك استمرار العلاقة السلبية المعنوية بين إدارة الأرباح وقيمة الشركة وذلك عند إدخال القدرة الإدارية كمتغير معدل للعلاقة، بالإضافة لوجود علاقة سلبية غير معنوية بين الثقة الإدارية المفرطة وقيمة الشركة، بالإضافة إلى ذلك، أظهرت نتائج التحليل الإضافي اتفاقاً كبيراً مع نتائج التحليل الأساسي بما يتفق مع تحليل الحساسية.

وهدفت دراسة (Huang & Xiong, 2023) إلى تفسير ما إذا كانت القدرة الإدارية تؤدي إلى زيادة قيمة الشركة أم تقليلها؟، وذلك بالتطبيق على عينة من الشركات الصينية المدرجة خلال الفترة من عام(٢٠٠٧) إلى عام(٢٠٢٠). وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية معنوية بين القدرة الإدارية وقيمة الشركة، حيث تتأثر هذه العلاقة بشكل إيجابي (سلبي) من خلال تركيز الملكية(حجم الشركة واستقلالية المجلس). علاوة على ذلك، أظهرت الدراسة أن التأثير الإيجابي للقدرة الإدارية على قيمة الشركة يزداد مع ارتفاع حالات عدم التأكد في السياسات الاقتصادية.

كما أشارت دراسة (Surganingrum et al.,2023) إلى توضيح دور القدرة الإدارية لشركة الاستحواذ في عمليات الاندماج والاستحواذ بناءً على الأداء قصير وطويل الأجل. تم استخدام مقياسين لتقييم الأداء قصير وطويل الأجل: نسبة القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية كمؤشر علي الأداء التشغيلي ،والعائد غير العادي المحقق بالاحتفاظ كمؤشر على أداء عائد الأسهم، وذلك لعينة تتكون من ١٥٣ حالة اندماج واستحواذ للشركات المسجلة لدي هيئة الإشراف على المنافسة التجارية في إندونيسيا خلال الفترة من عام ٢٠١٠ إلى عام٢٠١٧ وتم تحليل الأداء عام ٢٠٢٠. وتوصلت الدراسة إلى أن القدرة الإدارية لها تأثير إيجابي على الأداء التشغيلي وأداء الأسهم .كما أشارت الدراسة إلى أن القدرة الإدارية العالية لمدير الشركة المستحواذ تؤثر بشكل إيجابي على الأداء المالي فى المدي الطويل.

في حين هدفت دراسة (مشتهى وآخرون، ٢٠٢٣) إلى قياس أثر القدرة الإدارية لدى المديرين التنفيذيين في قيمة المنشأة للشركات غير المالية المدرجة في بورصة فلسطين، واعتمدت على القوائم المالية المنشورة للشركات غير المالية خلال الفترة من عام ٢٠١١حتي ٢٠٢١ لعينة

تتكون من (٣٠) شركة. وتوصلت الدراسة إلى أنه توجد كفاءة (قدرة) إدارية لدى المديرين في الشركات المدرجة في بورصة فلسطين بشكل عام، كما تبين أن الشركات الخدمية لديها أعلى درجة قدرة إدارية، بينما حازت الشركات الصناعية على أقل درجة من القدرة الإدارية، كما توصلت الدراسة إلى وجود أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية للقدرة الإدارية للمديرين على قيمة الشركة مقاسة بمؤشر Tobin's Q.

وهدفت دراسة (كريمة، ٢٠٢٣) إلى اختبار أثر القدرة الإدارية على العلاقة التفاعلية بين جودة الأرباح والقيمة السوقية للشركة، حيث طبقت الدراسة على عينة مكونة من (٦٠) شركة من الشركات المدرجة بمؤشر (EGX 100) خلال الفترة من عام ٢٠١٨ إلى ٢٠٢٠. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة معنوية موجبة بين جودة الأرباح المحاسبية والقيمة السوقية للشركة، وكذلك وجود علاقة معنوية موجبة بين القدرة الإدارية والقيمة السوقية للشركة، أما عن أثر القدرة الإدارية على التفاعل بين جودة الأرباح (من خلال علاقتها العكسية مع ممارسات الإدارة للأرباح معبراً عنها بالمستحقات الاختبارية) وبين القيمة السوقية للشركة فقد جاءت العلاقة معنوية موجبة.

في حين هدفت دراسة (Atawnah et al.,2024) إلى توضيح ما إذا كانت كفاءة المديرين لها تأثير على قيمة الشركة، وذلك باستخدام عينة من الشركات الأمريكية علي مدي ثلاث عقود. وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباط إيجابية بين القدرة الإدارية وقيمة الشركة، ويكون هذا الارتباط قوى في وجود آليات حوكمة الشركات، بينما في الشركات التي تقوم بممارسات غير سليمة (الممارسات الخطأ) ومدمرة للقيمة (مثل إدارة الأرباح) يكون الارتباط ضعيفًا.

يتضح للباحثة مما سبق وفي ضوء الدراسات السابقة:

- أشارت دراسة كل من(Huang & Xiong, 2023؛ فودة، والإسداوي، ٢٠٢٠) إلى أن القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين تؤثر بشكل إيجابي على أداء الشركة وقيمتها السوقية، كما توصلت دراسة (Wang et al., 2021) إلى أن المديرين الذين يتمتعون بقدرات إدارية جيدة يعززون العلاقة الإيجابية بين خصائص مجلس الإدارة وأداء الشركة.
- كما أظهرت دراسة(Bhutta et al.,2021) إلى أن المديرين ذوي القدرات العالية يساهمون بشكل معنوى في تحسين أداء الشركة، بينما المديرين ذوي القدرات الأقل يوثرون سلبًا وبشكل معنوي على أداء الشركة.

- كما أظهرت بعض الدراسات، أن القدرة الإدارية تتداخل بشكل سلبي مع بعض الممارسات مثل إدارة الأرباح أو استخدام المشتقات المالية (Cheng & Cheung, 2021)، حيث تبين أن تفاعل المديرين ذوي القدرات الإدارية العالية مع المشتقات المالية يؤدي إلى تأثير سلبي على قيمة الشركة، وكذلك في دراسة (Hassan, 2023) أيضاً تم ملاحظة وجود علاقة سلبية بين إدارة الأرباح الحقيقية وقيمة الشركة عندما يتم إدخال القدرة الإدارية كمتغير معدل.
- أشارت الدراسات إلى أن هناك تنوع في مناطق التطبيق مثل إندونيسيا، باكستان، مصر، الصين، إيران، فلسطين، والولايات المتحدة الأمريكية، مما يعكس تباينًا بين أسواق متقدمة وأخري ناشئة. كما اختلفت فترات التطبيق بين فترات قصيرة تمتد إلى عدة سنوات، وأخري تمتد إلى عقود، أما فيما يتعلق بطرق قياس قيمة الشركة فقد تم استخدام مجموعة متنوعة من المقاييس مثل: معدل العائد على الأصولROA، ومعدل العائد على حقوق الملكية ROE، نسبة القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية MTB، سعر السهم، **نسبة Tobin's Q**.
- كذلك، هناك دراسات أجرت التطبيق العملي على الشركات المدرجة في البورصات المالية، بينما ركز بعضها الآخر على شركات الاستحواذ أو شركات التعدين.

وفي ضوء ما تقدم، يمكن للباحثة اشتقاق الفرض الثاني ، والفرض الثالث على النحو التالي:

الفرض الثاني :" يوجد أثر معنوي ذو دلالة احصائية للقدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين علي قيمة الشركة".

الفرض الثالث:" يختلف تأثير القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين علي قيمة الشركة خلال فترة أزمة جائحة كورونا".

٣- تصميم الدراسة التطبيقية وبناء نماذج الدراسة واختبار الفروض:

يتناول هذا الجزء من البحث إجراء دراسة تطبيقية لاختبار الفروض باستخدام البيانات المنشورة للشركات المدرجة في البورصة المصرية، وذلك لقياس أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح المحاسبي وقيمة الشركة باستخدام أسلوب تحليل المحتوى Content Analysis وتتمثل مقومات الدراسة التطبيقية لاختبار فروض البحث فيما يلي:

١/٣ مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في مجموعة من الشركات المدرجة في البورصة المصرية، وذلك خلال الفترة من عام (٢٠١٨) حتى عام (٢٠٢٣) وقد تم تحديد العينة وفقًا للشروط التالية:

- أن تكون الشركات مدرجة ضمن مؤشر السوق (EGX 100) خلال فترة الدراسة.
- توافر التقارير المالية للشركات محل التطبيق بانتظام خلال فترة الدراسة.
- تم استبعاد بعض الشركات التي لم تتوافر لها البيانات المطلوبة لقياس متغيرات الدراسة.
- كما تم استبعاد الشركات المتعلقة بقطاع البنوك والمؤسسات المالية بخلاف البنوك طبقاً لما ورد بالدراسات السابقة، وذلك لاختلاف طبيعتها عن باقي القطاعات
- أن تكون الشركات قد مضى على قيدها في البورصة أكثر من ستة سنوات وهي مدة الدراسة، وألا تكون قد تعرضت للشطب أو الاندماج أو التوقف خلال فترة الدراسة.

وبعد تطبيق الشروط السابق ذكرها تم اختبار عدد (٦٣) شركة مدرجة فى البورصة المصرية لتمثل عينة الدراسة موزعة على عدد من القطاعات المختلفة موزعة على (٦) قطاعات وفقاً للمعيار الدولي لتصنيف القطاعات (الصناعات) Global Industry Classification Standard (GICS)، خلال الفترة من عام (٢٠١٨) وحتى عام (٢٠٢٣)، بما يمثل (372) مشاهدة، ويوضح الجدول التالي بيان بعدد شركات العينة.

جدول رقم (١) يوضح عدد شركات العينة وفقاً لطبيعة القطاع

GICS Sector Name	Year						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	Total
Consumer Discretionary	10	10	10	10	10	10	60
Consumer Staples	9	10	10	10	8	10	57
Health Care	4	4	4	4	4	4	24
Industrials	9	9	8	9	8	9	52
Materials	14	14	14	14	14	14	84
Real Estate	16	16	16	16	15	16	95
Total	62	63	62	63	59	63	372

٢/٣ مصادر الحصول على البيانات:

اعتمدت الدراسة التطبيقية على أسلوب تحليل المحتوى للقوائم والتقارير المالية والإيضاحات المتممة للشركات محل الدراسة خلال الفترة من عام (٢٠١٨) حتى عام (٢٠٢٣) والمنشورة في المواقع الإلكترونية للشركات، موقع البورصة المصرية www.egx.com.eg، وموقع شركة مصر لنشر المعلومات www.egidegypt.com، وموقع معلومات مباشر www.mubasher.info.

٣/٣ طرق قياس متغيرات الدراسة:

بعد تناول الدراسات السابقة والمقاييس الأكثر شيوعً في تلك الدراسات، واستناداً إلى فروض البحث يمكن تحديد متغيرات الدراسة وتوصيفها وكيفية قياسها كما يلي:

أولًا: قياس المتغير المستقل: القدرة الإدارية Managerial Ability

تعتمد الباحثة عند قياس القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على درجة القدرة الإدارية، وذلك بإستخدام مقياس (MA-Score) الذي قدمته دراسة (Demerjian et al., 2012)، ثم انتهجت غالبية الدراسات السابقة هذه الطريقة في قياس القدرة الإدارية، ويتميز هذا المقياس (مليجي، ٢٠١٩) بإمكانية قياسه لكل مدير على حَدة وقياسه مباشرة من الأداء الفعلي للشركة، وقدرته على عزل تأثير العنصر الإداري عن أداء الشركة، والتوافق مع هدف الشركة من حيث ربط قدرة المديرين بتعظيم أرباح الشركة ويستند في قياس كفاءة المديرين التنفيذيين على تحويل موارد الشركة إلى إيرادات (كفاءة استخدام الموارد).

ويطبق هذا المقياس من خلال مرحلتين هما: (Demerjian et al., 2012 ؛ مليجي، ٢٠١٩؛ حسين، ٢٠٢٠؛ فوده والإسداوي، ٢٠٢٠؛ عبد المجيد، ٢٠٢١؛ عبد الفتاح وعبدالسميع، ٢٠٢٢؛ Lee et al., 2018).

المرحلة الأولى: تقدير الكفاءة الكلية للشركة:

تقدر الكفاءة الكلية للشركة للعلاقة بين المدخلات والمخرجات على مستوى كل صناعة باستخدام أسلوب تحليل مغلف البيانات (Data Envelopment Analysis) هو أسلوب رياضي يستخدم لقياس كفاءة وأداء وحدات اتخاذ القرار (DMUs)، الشركات التي تستهلك مجموعة من

المدخلات حيث يقارن DEA كفاءة كل DMU مع كفاءة الآخرين ويحدد الحدود المثلى للكفاءة. وفي هذه المرحلة يتم قياس درجة كفاءة الشركة داخل القطاع الذي تنتمي إليه،

ويعتمد (DEA) لقياس الكفاءة الكلية على مخرج واحد يتمثل في إيرادات الفترة (REV) وستة مدخلات تتمثل في: صافي الأصول الثابتة (PPE)، صافي العقود التشغيلية (OPL)، صافي الشهرة (GOODWILL)، صافي الأصول غير الملموسة الأخرى بخلاف الشهرة (INT)، تكلفة المبيعات (COGS)، المصروفات التسويقية والإدارية والعمومية (S&G) كما توضح المعادلة التالية. هذا وقد تم استبعاد صافي العقود التشغيلية لعدم توافر بيانات عنه.

وبالتالي يمكن قياس درجة الكفاءة الكلية للشركة من خلال المعادلة التالية:

$$\max_{V} \theta = \frac{(REV)}{(v_1 PPE + v_2 GOODWILL + v_3 INT + v_4 COGS + v_5 S\&G)}$$

هذا وقد تم قياس كل من: صافي الأصول الثابتة (PPE)، صافي الشهرة (GOODWILL)، صافي الأصول غير الملموسة الأخرى بخلاف الشهرة (INT) بقيمتها في أول الفترة، لأنه من المفترض أن قيمة هذه البنود في أول الفترة هي التي ستساهم في توليد الإيرادات في أخر الفترة. كما تم أخذ تكلفة المبيعات (COGS) والمصروفات التسويقية والإدارية والعمومية (S&G) بقيمتهما خلال نفس الفترة.

ونظراً لأن تحليل مغلف البيانات (DEA) يفترض ضمنًا التجانس بين وحدات اتخاذ القرار، فإن تطبيقه يتم على المستوى الفرعي الثاني لتصنيف القطاعات التي تشملها عينة الدراسة. ونظراً لأن (DEA) يستلزم حد أدنى من المشاهدات فإن تطبيقه يتم في كل قطاع فرعي خلال الفترة كاملة؛ أي أن تطبيقه يتم بالقطاع، وليس بالفترة والقطاع (Demerjian, et al., 2012, P1235) وقد تم استخدام برنامج DEA Max لحساب الكفاءة الكلية.

وجدير بالذكر تتراوح درجة الكفاءة الكلية للشركة وفقًا لنتائج نموذج تحليل مغلف البيانات (DN AM) ما بين (٠، ١) حيث إن الشركة التي تحصل على (واحد) هي الشركة الأكثر كفاءة حيث تحقق أقصى استفادة من الموارد المتاحة لها مقارنة بنظيراتها من الشركات التي تعمل بنفس الصناعة، أما الشركات التي تحصل على قيمة أقل من (واحد) هي شركات أقل كفاءة وهو ما يعني عدم قدرتها على تحقيق استخدام أمثل لمواردها المتاحة، وتحتاج إلى إجراءات تصحيحية لتخفيض مدخلاتها أو زيادة مخرجاتها (الإيرادات).

المرحلة الثانية: تعديل درجة كفاءة الشركة:

درجة الكفاءة الكلية للشركة التي تم قياسها في المرحلة الأولى تعبر عن الإدارة والشركة معًا، ولتحديد درجة القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين يجب استبعاد تأثير بعض خصائص الشركة المؤثرة عليها مثل: حجم الشركة، الحصة السوقية للشركة، والتدفقات النقدية الحرة الموجبة، وعمر الشركة، كما يتم استبعاد العوامل التي تعوق المجهودات الإدارية مثل: تركز قطاع الأعمال، العمليات التجارية الدولية.

في ضوء ما تقدم، فإنه يتم قياس درجة القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين عن طريق استخدام نموذج الانحدار Tobit Regression (Demerjian et al., 2012)

$$Total\ Firm\ Efficiency = \beta_0 + \beta_1 Ln(TotalAssets) + \beta_2(MarketShare) + \beta_3(Positive\ Free\ Cash\ Flow) + \beta_4 Ln(Firm\ Age) + \beta_5(Business\ Segment\ Concentration) + \beta_6(Foreign\ Currency\ Indicator) + \varepsilon_{it}$$

حيث أن:

- $Total\ Firm\ Efficiency$: الكفاءة الكلية المقدرة من المعادلة رقم (١).
- $Ln(Total\ Assets)$: اللوغاريتم الطبيعي لإجمالي أصول الشركة في نهاية السنة.
- $Market\ Share$: الحصة السوقية للشركة، وهو نسبة مبيعات الشركة إلى إجمالي مبيعات القطاع.
- $Positive\ Free\ Cash\ Flow$: التدفقات النقدية الحرة الموجبة، وهو متغير وهمي يأخذ القيمة (واحد) إذا حققت الشركة تدفقات نقدية حرة موجبة، والقيمة (صفر) إذا حققت الشركة تدفقات نقدية حرة سالبة.
- $Ln(Firm\ Age)$: اللوغاريتم الطبيعي لعمر الشركة ويحسب بعدد سنوات قيد الشركة في البورصة:
- $Business\ Segment\ Concentration$: تركز قطاع الأعمال، ويقاس بنسبة مبيعات قطاع الأعمال للشركة إلى مجموع مبيعات قطاعات الشركة في السنة.

- $Foreign\ Indicator$: مؤشر للعملة الأجنبية، وهو متغير وهمي يأخذ القيمة (واحد) إذا حققت أرباح موجبة عند تسوية (ترجمة) العملات الأجنبية في السنة، ويأخذ القيمة (صفر) فيما عدا ذلك، وهو مقياس للعمليات التجارية الدولية.

ويمكن التعبير عن القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين وفقاً لنموذج الانحدار السابق من خلال البواقي Residual (النسبة غير المفسرة من النموذج) من معادلة الانحدار، وبالتالي تعد البواقي هي مقياس القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين (MA).

ثانياً: قياس المتغيرات التابعة:

▪ نغمة الإفصاح المحاسبي:

اتساقًا مع العديد من الأدبيات المحاسبية التطبيقية المعاصرة يتم قياس نغمة الإفصاح المحاسبي بالتقارير المالية للشركات (عرفة، ومليجي، ٢٠١٧؛ حسين، ٢٠٢٠؛ عبد الفتاح، وعثمان، ٢٠٢٤؛ Pouryousof et al., 2022; Caserio et al., 2020; Elamir & Mousa, 2019;) استخدمت الدراسة الحالية مدخلي تحليل المحتوى وهما مدخل تحليل المحتوي اليدوي Manual Content Analysis، ومدخل تحليل المحتوى الآلي Automated Content Analysis باستخدام البرامج الجاهزة لتحليل البيانات والمعلومات الواردة بالتقارير المالية وتقارير مجلس الإدارة دون غيرها من التقارير، وذلك لحساب عدد الكلمات المعبرة عن النغمة الإيجابية، وكذلك عدد الكلمات المعبرة عن النغمة السلبية، ونسبة كلاً منهما إلى إجمالي عدد كلمات التقرير. وذلك للحصول على نغمة الإفصاح المحاسبي الإيجابية والسلبية

$$GOOD - DTONE = \frac{Positive\ Words_{it}}{Total\ Words_{it}}$$

$$BAD - D\ TONE = \frac{Negative\ Words_{it}}{Total\ Words_{it}}$$

حيث أن:

- $GOOD - D\ TONE$: مستوى نغمة الإفصاح المحاسبي الإيجابية للشركة i خلال الفترة t.
- $BAD - D\ TONE$: مستوى نغمة الإفصاح المحاسبي السيئة للشركة i خلال الفترة t.
- $Positive\ Words_{it}$: عدد الكلمات المعبرة عن الأخبار الجيدة بالتقارير المالية للشركة i خلال الفترة t.

- $Negative\ Words_{it}$: عدد الكلمات المعبرة عن الأخبار السيئة بالتقارير المالية للشركة i خلال الفترة t.
- $Total\ Words_{it}$: إجمالي عدد الكلمات المعبرة عن الأخبار الجيدة والسيئة بالتقارير المالية للشركة i خلال الفترة t.

وتم الاسترشاد بقائمة الكلمات المعبرة عن الأخبار الإيجابية كمؤشر لنغمة الإفصاح الإيجابية، والكلمات المعبرة عن الأخبار السلبية كمؤشر لنغمة الإفصاح السلبية (عبد الفتاح، وعثمان، ٢٠٢٤؛ Loughran & Mcdonald, 2011; Caserio et al., 2020)[*].

- **قيمة الشركة:**

تتحدد قيمة الشركة بالقيمة السوقية لأسهمها وتمثل مقدار التدفقات النقدية المستقبلية المتوقعة على الأسهم، ولتحديد قيمة الشركة أهمية كبيرة تنعكس على كل من المستثمرين لأنها تُعد انعكاسًا لربحيتها الحالية وأرباحها الموزعة مستقبلًا، والدائنون لأنها مؤشر على حجم السيولة لدى الشركة وقدرتها على سداد القروض، وللإدارة لما يترتب عليها من قرارات حالية ومستقبلية حيث أن قيمة الشركة تعني تدعيم لقدرتها التنافسية في السوق وجذب المزيد من المستثمرين مما يزيد من أسعار أسهمها (كريمة، ٢٠٢٣).

هناك العديد من المقاييس التي تستخدم لقياس قيمة الشركة مثل القيمة السوقية للأسهم (حسين،٢٠٢٣؛ Muhammad & Aryani, 2021)، القيمة السوقية المضافة Market Value Added، ومعدل العائد على السهم، وهناك دراسات استخدمت مقياس Tobin's Q (فودة، والإسداوي، ٢٠٢٠؛ سليمان، والجوهرى، ٢٠٢٢؛ مشتهي وآخرون، ٢٠٢٣؛ Bhutta et al.,2021)، ودراسات آخري استخدمت نسبة القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية MTB لقياس قيمة الشركة (النسور،٢٠٢٠؛ Surganingrum etal.,2023; Edi & Wijava, 2022) وتستخدم الدراسة الحالية لقياس قيمة الشركة القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية Market To Book.

$$\text{نسبة القيمة السوقية إلى القيمة الدفترية (MTB)} = \frac{\text{القيمة السوقية للشركة}}{\text{القيمة الدفترية للشركة}}$$

القيمة السوقية للشركة = سعر السهم (القيمة السوقية للسهم) × عدد الأسهم المتداولة

(*) يوضح الملحق رقم (1) الكلمات المعبرة عن النغمة الإيجابية والنغمة السلبية المستخدمة في قياس نغمة الإفصاح المحاسبي بالتقارير المالية طبقاً لما ورد في الدراسات السابقة.

ثالثًا: قياس المتغيرات الرقابية Control Variables:

قامت الباحثة بإضافة بعض المتغيرات الرقابية إلى نماذج الدراسة والتي قد تكون ذات تأثير محتمل على المتغيرات التابعة (نغمة الإفصاح المحاسبي سواء الإيجابية أو السلبية، وقيمة الشركة) ولكنها لا تدخل في نطاق الدراسة محل البحث، وتم إضافتها لضبط العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع، ومن أهم هذه المتغيرات: حجم الشركة، الرافعة المالية، معدل العائد على الأصول، الإنفاق الاستثماري، التدفقات النقدية التشغيلية، (حسين، ٢٠٢٠؛ النجار، ٢٠٢١؛ حسين، ٢٠٢٣؛ كريمة، ٢٠٢٣؛ سليمان والجوهري، ٢٠٢٢؛ مشتهى وآخرون، ٢٠٢٣ & Aldoseri Albaz, 2023;).

ويمكن للباحثة توضيح طريقة قياس متغيرات الدراسة من خلال الجدول التالي:

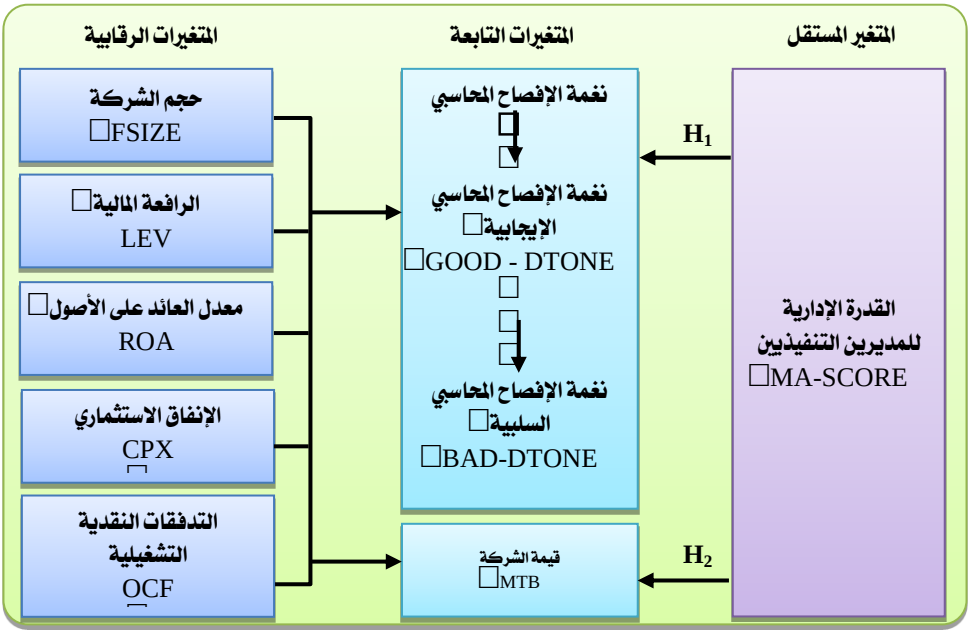
جدول رقم (٢) التعريف بمتغيرات الدراسة وطريقة قياسها

المتغيرات	الرمز	طريقة القياس
أولًا: المتغير المستقل		
القدرة الإدارية للمديرين التنفيذين	MA-Score	بإستخدام مقياس (MA-Score) الذي قدمته دراسة (Demerjian et al., 2012)
ثانيًا: المتغيرات التابعة		
الكلمات الإيجابية	No GOOD	عدد الكلمات الإيجابية التي ووردت في سياق إيجابي وتم رصدها في تقرير مجلس الإدارة عن طريق تحليل المحتوى.
الكلمات السلبية	No BAD	عدد الكلمات السلبية التي ووردت في سياق سلبي وتم رصدها في تقرير مجلس الإدارة عن طريق تحليل المحتوى.
إجمالي الكلمات	TW	الكلمات الإيجابية + الكلمات السلبية
نسبة الكلمات الإيجابية	GOOD	الكلمات الإيجابية ÷ إجمالي الكلمات
نسبة الكلمات السلبية	BAD	الكلمات السلبية ÷ إجمالي الكلمات
قيمة الشركة	MTB	تقاس بنسبة القيمة السوقية للشركة إلى القيمة الدفترية للشركة.
ثالثًا: المتغيرات الرقابية:		
حجم الشركة	FSIZE	يقاس حجم الشركة باللوغاريتم الطبيعي لإجمالي الأصول في نهاية العام.
الرافعة المالية	LEV	تقاس الرافعة المالية بنسبة القيمة الدفترية لإجمالي الالتزامات إلى إجمالي الأصول في نهاية العام.
معدل العائد على الأصول	ROA	تقاس ربحية الشركة من خلال صافي الربح العام قبل الضرائب إلى إجمالي الأصول في نهاية العام.
الإنفاق الاستثماري	CPX	**يتم قياس الإنفاق الاستثماري من خلال النسبة الانفاق الاستثماري إلى** إجمالي الأصول
التدفقات النقدية التشغيلية	OCF	**متغير وهمي يأخذ القيمة ١ إذا كان التدفق النقدي من الأنشطة التشغيلية قيمة موجبة وصفر فيما عدا ذلك.**

٤/٣ نماذج الدراسة التطبيقية:

تعتمد الباحثة في اختبار فروض البحث على نموذج الانحدار وذلك لقياس أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح المحاسبي وقيمة الشركة.

ويوضح الشكل التالي طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة والنماذج التطبيقية المستخدمة:



شكل رقم (١)

المصدر: إعداد الباحثة.

النموذج الأول: أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح المحاسبي:

$$TW\ DTONE_{it} = \beta_0 + \beta_1(MA - SCORE_{it}) + \beta_2(FSIZE_{it}) + \beta_3(LEV_{it}) + \beta_4(ROA_{it}) + \beta_5(CPX_{it}) + \beta_6(OCF_{it}) + \varepsilon_{it}$$

حيث أن:

$TW\ TONE_{it}$: المتغير التابع: نغمة الإفصاح المحاسبي للشركة.

$MA - SCORE_{it}$: المتغير المستقل: القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين.

β_0: ثابت نموذج الانحدار ويعبر عن المتغير التابع.

β_1: معاملات الانحدار للقدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين.

$(\beta_2 - \beta_6)$: معاملات الانحدار للمتغيرات الرقابية.

ε_{it}: الخطأ العشوائي.

وفي ضوء النموذج الأول تم اختبار أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح المحاسبي الإيجابية والسلبية من خلال النماذج الفرعية التالية:

النموذج الفرعي الأول (أ):

$$GOOD - D\,TONE_{it} = \beta_0 + \beta_1(MA - SCORE_{it}) + \beta_2(FSIZE_{it}) + \beta_3(LEV_{it}) + \beta_4(ROA_{it}) + \beta_5(CPX_{it}) + \beta_6(OCF_{it}) + \varepsilon_{it}$$

حيث إن:

$GOOD - DTONE_{it}$: المتغير التابع: نغمة الإفصاح الإيجابية للشركة.

النموذج الفرعي الثاني (ب):

$$BAD - D\,TONE_{it} = \beta_0 + \beta_1(MA - SCORE_{it}) + \beta_2(FSIZE_{it}) + \beta_3(LEV_{it}) + \beta_4(ROA_{it}) + \beta_5(CPX_{it}) + \beta_6(OCF_{it}) + \varepsilon_{it}$$

حيث إن:

$BAD - DTONE_{it}$: المتغير التابع: نغمة الإفصاح السلبية للشركة.

النموذج الثاني: أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على قيمة الشركة:

$$\text{MTB} = \beta_0 + \beta_1(MA - SCORE_{it}) + \beta_2(FSIZE_{it}) + \beta_3(LEV_{it}) + \beta_4(ROA_{it}) + \beta_5(CPX_{it}) + \beta_6(OCF_{it}) + \varepsilon_{it}$$

حيث إن:

MTB_{it}: المتغير التابع: قيمة الشركة.

$MA - SCORE_{it}$: المتغير المستقل: القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين.

β_0: ثابت نموذج الانحدار ويعبر عن المتغير التابع.

β_1: معاملات الانحدار للقدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين.

$(\beta_2 - \beta_6)$: معاملات الانحدار للمتغيرات الرقابية.

ε_{it}: الخطأ العشوائي.

النموذج الثالث: أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على قيمة الشركة خلال فترة أزمة كورونا:

$$\mathrm{MTB} = \beta_0 + \beta_1(MA - SCORE_{it}) + \beta_2(\mathrm{MA} * \mathrm{COVID}_{it}) + \beta_3(FSIZE_{it}) + \beta_4(LEV_{it}) + \beta_5(ROA_{it}) + \beta_6(CPX_{it}) + \beta_7(OCF_{it}) + \varepsilon_{it}$$

حيث أن:

MTB_{it}: المتغير التابع: قيمة الشركة.

$MA - SCORE_{it}$: المتغير المستقل: القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين.

MA*COVIDit: القدرة الإداية للمديرين التنفيذيين في ظل أزمة جائحة كورونا

β_0: ثابت نموذج الانحدار ويعبر عن المتغير التابع.

β_1: معاملات الانحدار للقدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين.

$(\beta_2 - \beta_7)$: معاملات الانحدار للمتغيرات الرقابية.

ε_{it}: الخطأ العشوائي.

٤- تحليل نتائج الدراسة التطبيقية واختبار الفروض:

يهدف هذا الجزء إلى تحليل بيانات الشركات بعينة الدراسة واختبار مدى صحة فروض ونماذج الدراسة وذلك للظاهرة موضوع الدراسة وهي قياس تأثير القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على كل من نغمة الإفصاح المحاسبي وقيمة الشركة.

١/٤ الاحصاء الوصفي:

تمثل الاحصاء الوصفي أهمية بالغة لما لها من دور هام في الفهم المتعمق للظاهرة محل الدراسة والابعاد المرتبطة بها وكذلك رصد القيم التي قد تكون غير منطقية في المجال ولها تفسيرات مختلفة، ويمكن عرض نتائج الاحصاء الوصفي في الجدول التالي رقم(٣).

جدول (٣) الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة

	N	Min	p25	Mean	Median	p75	Max	SD
No GOOD	359	0	4.000	13.042	9	17	104	14.331
No BAD	359	0	1.000	5.039	3	7	31	5.363
GOOD	358	0	0.556	0.696	0.727	0.885	1	0.231
BAD	358	0	0.115	0.304	0.273	0.444	1	0.231
TW	359	0	8.000	18.081	13	25	114	16.218
MTB	356	0.285	0.895	1.958	1.426	2.387	9.922	1.65
MA	372	−0.465	−0.108	0.007	−0.024	0.079	0.587	0.177
FSIZE	372	17.079	20.900	21.93	21.799	22.954	26.032	1.617
LEV	377	0	0.059	0.248	0.207	0.343	0.922	0.221
ROA	372	−0.303	0.025	0.092	0.076	0.14	0.517	0.13
CPX	378	0	0.002	0.032	0.012	0.037	0.568	0.058

يعرض الجدول السابق (٣) الإحصاء الوصفي لمتغيرات الدراسة ويلاحظ ما يلي:

- بلغ الوسط الحسابي **للكلمات الجيدة No GOOD** (13.042) بانحراف معياري (14.331)، كما بلغت أدني وأعلي قيمة على الترتيب (صفر) و(104). بينما بلغ الوسط الحسابي **للكلمات السلبية No BAD** (5.039) بانحراف معياري (5.363)، كما بلغت أدني وأعلي قيمة على الترتيب (صفر) و(٣١).
- بلغ الوسط الحسابي **لنسبة الكلمات الجيدة لإجمالي الكلمات GOOD** (0.696) بانحراف معياري (0.231)، بينما بلغ الوسط الحسابي **لنسبة الكلمات السلبية إلى اجمالي الكلمات BAD** (0.304) بانحراف معياري(0.231).
- بلغ الوسط الحسابي **لنغمة الإفصاح المحاسبي TW** (١٨.٠٨١) بانحراف المعياري (١٦.٢١٨)، كما بلغ أدني وأعلي قيمة (صفر) و(١١٤) على التوالي، مما يُشير إفصاح أغلب الشركات عن الأخبار الجيدة في تقرير مجلس الإدارة بينما تُفصح الشركات عن الاخبار السلبية في تقرير مجلس الإدارة بصورة أقل قياساً على الأخبار الجيدة.
- بلغ أدني وأعلي قيمة **نسبة القيمة السوقية للقيمة الدفترية MTB** (٠.٢٨٥) و(٩.٩٢٢) على التوالي، كما بلغ الانحراف المعياري (١.٦٥)، والوسط الحسابي (١.٩٥٨) مما يُشير إلى هناك تفاوتاً كبيراً بين شركات العينة في نسبة القيمة السوقية للقيمة الدفترية.
- بلغ الوسط الحسابي **للقدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين MA** (٠.٠٠٧) بانحراف معياري (٠.١٧٧)، كما تتراوح قيم القدرة الادارية للمديرين التنفيذيين ما بين(-٠.٤٦٥) إلى (٠.٥٨٧)، وتشير أعلي قيمة (٠,٥٨٧) إلى أن بعض شركات عينة الدراسة لديها قدرة إدارية عالية في تحويل موارد الشركة إلى إيرادات بأقصى كفاءة ممكنة، بينما تشير أدني قيمة (-٠,٤٦٥) إلى أن بعض شركات عينة الدراسة لديها قدرة إدارية أقل في تحويل موارد الشركة إلى إيرادات.
- بلغ الوسط الحسابي **لحجم الشركة FSIZE** (٢١.٩٣) ونلاحظ انخفاض الانحراف المعياري في العينة ككل (١.٦١٧)، وبلغت أدني وأعلى قيمة على الترتيب (١٧.٠٧٩)، (٢٦.٠٣٢) والسبب في ذلك هو أخذ اللوغاريتم الطبيعي لإجمالي الأصول للشركة. وذلك لتقليل الفروق لنفس نسب الفروق الحقيقية بين المشاهدات المختلفة وبالتالي الحفاظ خصائص البيانات كما هي.

- بلغ أدني وأعلي قيمة لمتغير **الرافعة المالية LEV** (صفر) و(٠.٩٢٢) على التوالي، مما يُشير إلى أن بعض الشركات المدرجة في البورصة المصرية تعتمد على التمويل الذاتي؛ أي لا تعتمد على الديون في تمويل أصولها وأنشطتها حيث يكون اعتماد هيكل رأس مالها بالكامل على حقوق الملكية، كما أن البعض الأخر من الشركات التي تدخل ضمن عينة الدراسة تعتمد على الديون بنسبة تصل الي(٩٢.٢%) في تمويل أصولها وهيكل رأس مالها. وعلى الرغم من التفاوت الكبير بين الشركات من حيث اعتمادهم على الديون في تمويل هيكل رأس المال وبلوغ الانحراف المعياري (٠.٢٢١)، إلا أن الوسط الحسابي لاعتماد شركات العينة على الديون يساوي (٢٤.٨%) خلال فترة الدراسة وهي نسبة ملائمة لتجنب مخاطر الائتمان المتعلقة بارتفاع نسب المديونية.
- يبلغ الوسط الحسابي **لمعدل العائد على الأصول ROA** (٠.٠٩٢) ، وهو ما يشير الى أنه في المتوسط تحقق شركات العينة عوائد علي أصولها بنسبة تبلغ(٩ %) أي أن كل جنيه تستثمره الشركات في اصولها يحقق في المتوسط (٠.٠٩) جنيه، ونلاحظ ارتفاع الانحراف المعياري للعينة ككل(٠.١٣) عن المتوسط مما يشير إلى عدم تجانس الشركات في معدل العائد علي الاصول الذي تحققه، كما نلاحظ ان أدني قيمة سالبة (–٠.٣٠٣)، مما يشير إلى ان بعض الشركات في البيئة المصرية تعاني من معدل عائد سالب علي أصولها يصل إلى (–٣٠.٣ %) حيث لا تستطيع إدارة أصولها ومواردها بشكل كفء لتوليد صافي ارباح موجبة، بينما تُشير أعلي قيمة (٠,٥١٧) إلى تحقيق بعض الشركات في البيئة المصرية معدل عائد موجب علي أصولها يصل إلى ٥١.٧% حيث تقوم باستغلال مواردها بشكل أمثل لتحقيق أعلي ربحية.
- بلغ الوسط الحسابي **للإنفاق الاستثماري CPX** (٠.٠٣٢) بانحراف معياري (٠.٠٥٨)، كما بلغت أدني وأعلي قيمة (صفر) و (٠.٥٦٨) على التوالي.

جدول (٤) الإحصاء الوصفي لمتغير التدفقات النقدية التشغيليةOCF

	Freq.	Percent	Cum.
0	100	26.46	26.46
1	278	73.54	100.00
Total	**378**	**100.00**	

يتضح من الجدول رقم (٤) السابق أن عدد المشاهدات للشركات التي لديها تدفقات نقدية إيجابية تُمثل (٢٧٨) مشاهدة بنسبة (٧٣,٥٤%)، بينما تُمثل عدد المشاهدات للشركات التي لديها تدفقات نقدية سالبة(١٠٠) مشاهدة بنسبة (٢٦,٤٦%).

٢/٤ اختبار الارتباط بين متغيرات الدراسة:

توضح مصفوفة ارتباط بيرسون مدى قوة العلاقة بين متغيرات الدراسة واتجاهها من خلال معامل الارتباط، بالإضافة لمدى معنوية الارتباط **بين متغيرات الدارسة من خلال مستوى المعنوية. ويوضح الجدول التالي نتائج تحليل مصفوفة ارتباط بيرسون لمتغيرات الدراسة:**

جدول رقم (٥) مصفوفة الارتباط متعدد– بيرسون

Variables	NoGOOD	NoBAD	GOOD	BAD	TW	MTB	MA	FSIZE	LEV	ROA	CPX	OCF
NoGOOD	1.000											
NoBAD	0.188***	1.000										
GOOD	0.353***	-0.573***	1.000									
BAD	-0.353***	0.573***	-1.000***	1.000								
TW	0.946***	0.497***	0.123**	-0.123**	1.000							
MTB	-0.022	-0.077	0.011	-0.011	-0.044	1.000						
MA	0.237***	-0.008	0.096*	-0.096*	0.207***	-0.041	1.000					
FSIZE	0.211***	-0.112**	0.157***	-0.157***	0.150***	-0.085*	-0.064	1.000				
LEV	-0.050	-0.063	-0.027	0.027	-0.065	0.060	-0.219***	0.098*	1.000			
ROA	0.013	-0.178***	0.189***	-0.189***	-0.046	0.182***	0.377***	0.207***	-0.290***	1.000		
CPX	-0.051	-0.134**	0.090*	-0.090*	-0.089*	0.180***	-0.103**	0.009	0.059	0.024	1.000	
OCF	0.089*	-0.120**	0.173***	-0.173***	0.039	0.144***	-0.034	0.141***	-0.017	0.308***	0.143***	1.000

*** p<0.01, ** p<0.05, * p<0.1

يتضح من مصفوفة الارتباط ما يلي:

- **وجود علاقة ارتباط طردية معنوية بين** القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين **وبين** نغمة الإفصاح الإيجابية **والمُقاسة بنسبة الكلمات الإيجابية إلى إجمالي الكلمات، حيث إن (r=0.207 p-value=0.01)، مما يدل على أنه كلما زادت القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين كلما زادت نغمة الإفصاح الإيجابية، كذلك وجود علاقة إيجابية بين كل من** حجم الشركة، معدل العائد علي الأصول، الانفاق الاستثماري، والتدفقات النقدية التشغيلية **وبين** نغمة الإفصاح الإيجابية **مما يدل علي أنه كلما زاد كل من حجم الشركة، معدل العائد علي الأصول، الانفاق الاستثماري، والتدفقات النقدية التشغيلية كلما زادت نغمة الإفصاح الإيجابية، بينما لا توجد علاقة بين** الرافعة المالية **وبين** نغمة الإفصاح الإيجابية.

- **وجود علاقة ارتباط سلبية معنوية بين** القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين **وبين** نغمة الإفصاح السلبية **والمُقاسة بنسبة الكلمات السلبية إلى إجمالي الكلمات، حيث إن (r=−0.096 p−value=0.1)، مما يدل على انه كلما زادت القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين كلما انخفضت نغمة الإفصاح السلبية، كذلك وجود علاقة سلبية بين كل من** حجم الشركة، معدل العائد علي الأصول، الانفاق الاستثماري، والتدفقات النقدية التشغيلية **وبين** نغمة الإفصاح السلبية **مما يدل علي أنه كلما زاد كل من، حجم الشركة، معدل العائد علي الأصول، الانفاق الاستثماري، والتدفقات النقدية التشغيلية كلما انخفضت نغمة الإفصاح السلبية، بينما لا توجد علاقة بين** الرافعة المالية **وبين** نغمة الإفصاح السلبية.
- **وجود علاقة ارتباط إيجابية معنوية بين القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين وبين نغمة الإفصاح المحاسبي، حيث إن (r=0.207 p−value=0.01)، مما يدل على أنه كلما زادت القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين كلما زادت نغمة الإفصاح المحاسبي، كذلك وجود علاقة إيجابية بين حجم الشركة وبين نغمة الإفصاح المحاسبي مما يدل علي أنه كلما زاد حجم الشركة كلما زادت نغمة الإفصاح المحاسبي، أيضاً توجد علاقة سلبية بين الانفاق الاستثماري وبين نغمة الإفصاح المحاسبي مما يدل علي أنه كلما زاد الانفاق الاستثماري كلما انخفضت نغمة الإفصاح المحاسبي، بينما لا توجد علاقة بين كل من الرافعة المالية، معدل العائد علي الأصول، والتدفقات النقدية التشغيلية وبين نغمة الإفصاح المحاسبي.**
- **عدم وجود علاقة بين كل من** القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين **والرافعة المالية وبين** نسبة القيمة السوقية للقيمة الدفترية، **بينما توجد علاقة سلبية معنوية بين حجم الشركة وبين** نسبة القيمة السوقية للقيمة الدفترية **مما يدل على أنه كلما زاد حجم الشركة كلما انخفضت قيمة الشركة، كذلك وجود علاقة إيجابية معنوية بين كل من** معدل العائد علي الأصول، الانفاق الاستثماري، والتدفقات النقدية التشغيلية **وبين** نسبة القيمة السوقية للقيمة الدفترية **مما يدل علي أنه كلما زاد كل من معدل العائد علي الأصول، الانفاق الاستثماري، والتدفقات النقدية التشغيلية كلما زادت قيمة الشركة.**

٣/٤ اختبار الفروض ونماذج الدراسة:

يتم اختبار فروض ونماذج الدراسة من خلال **طريقتي المربعات الصغرى**، و**التأثيرات الثابتة والعشوائية** للتأكيد على صحة النتائج والتي تراعي أي مشكلات قياسية قد تواجه طريقة المربعات الصغرى، ومن ثم إمكانية اعتماد النتائج وتعميمها والاستفادة منها على مستوى الإدارة والمستثمرين والجهات المنظمة للسوق المالي:

- **اختبار نماذج تأثير القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح الإيجابية المُقاسة بنسبة الكلمات الجيدة إلى اجمالي الكلمات وذلك بطريقتي المربعات الصغرى (OLS) والتأثيرات الثابتة والعشوائية (PCSE)**

تم استخدام طريقة Panel Corrected Standard Error(PCSE) وطريقة Robust-OLS لعلاج أي مشاكل قياس محتملة وذلك كما فى الجدول التالي رقم(٦).

Variable	Robust-OLS	PCSE
MA	0.3134***	0.3207***
FSize	0.0668*	0.0735**
Lev	0.2389	0.2246*
Roa	0.4417**	0.4037***
Cpx	0.3968**	0.3997**
Ocf	0.014	0.0163
_cons	-0.9171	-1.0626
N	351	351
r2	0.4984	0.5653
r2_a	0.3797	
F	4.20	
chi2	0.000	1.16E+04
P	0.000	0.000
Vif	3.8	

تُشير نتائج الجدول السابق إلى أن:

- القدرة التفسيرية R2 للنموذج (٤٩.٨٤%) و(٥٦.٥٣%) بطريقتي Robust-OLS وPCSE على التوالي، ويمكن قبول جميع النماذج المفسرة للمقياس الخاص بنسبة الكلمات الإيجابية إلى

إجمالي الكلمات للمتغير التابع نغمة الإفصاح الإيجابية، حيث أن قيمة Prob>F أقل من ٥% وقيمة Prob> Chi2 أقل من ٥%.

- يوجد تأثير إيجابي معنوي للقدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح الايجابية بطريقتي Robust–OLS وPCSE، أي أنه كلما زادت القدرة الادارية للمدير التنفيذي كلما زادت نغمة الإفصاح الإيجابية.
- يوجد تأثير إيجابي معنوي لحجم الشركة على نغمة الإفصاح الإيجابية بطريقتي Robust–OLS وPCSE، أي كلما زاد حجم الشركة كلما زادت نغمة الإفصاح الإيجابية.
- عدم وجود علاقة بين الرافعة المالية وبين نغمة الإفصاح الإيجابية بطريقة Robust–OLS، بينما يوجد تأثير إيجابي معنوي للرافعة المالية على نغمة الإفصاح الإيجابية وذلك بطريقة PCSE، أي كلما زادت الرافعة المالية كلما زادت نغمة الإفصاح الإيجابية.
- يوجد تأثير إيجابي معنوي لمعدل العائد على الأصول على نغمة الإفصاح الإيجابية وذلك بطريقتي Robust–OLS وPCSE، أي كلما زاد معدل العائد على الأصول كلما زادت نغمة الإفصاح الإيجابية.
- يوجد تأثير إيجابي معنوي للإنفاق الاستثماري على نغمة الإفصاح الإيجابية بطريقتي Robust–OLS وPCSE، أي كلما زاد الانفاق الاستثماري كلما زادت نغمة الإفصاح الإيجابية.
- عدم وجود علاقة بين التدفقات النقدية التشغيلية وبين نغمة الإفصاح الإيجابية بطريقتي Robust–OLS وPCSE.

مما سبق تري الباحثة وجود أثر إيجابي معنوي للقدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح الايجابية بطريقتي Robust–OLS وPCSE، أي أنه كلما زادت القدرة الادارية للمدير التنفيذي كلما زادت نغمة الإفصاح الإيجابية

(Luo & Zhou, 2017; Osma et al., 2018; Hasan, 2020؛ حسين، ٢٠٢٠).

مما يثبت صحة الفرض الفرعي الأول للفرض الرئيسي الأول والذي ينص على :"يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية للقدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح الإيجابية"

وفى ضوء ما سبق يمكن صياغة نموذج الانحدار لأثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح الإيجابية في ظل وجود المتغيرات الرقابية كمايلي:

$$GOOD - DTONE = -0.9171 + 0.3134\ MA + 0.0668\ SIZE + 0.2389\ LEV + 0.4417\ ROA + 0.3968\ CPX + 0.014\ CFO$$

- **اختبار نماذج تأثير القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح السلبية المُقاسة بنسبة الكلمات السلبية إلى اجمالي الكلمات وذلك بطريقتي المربعات الصغرى (OLS) والتأثيرات الثابتة والعشوائية (PCSE)**، وذلك من خلال الجدول التالي رقم (٧).

Variable	Robust-OLS	PCSE
MA	-0.3134***	-0.3207***
FSize	-0.0668*	-0.0735**
Lev	-0.2389	-0.2246*
Roa	-0.4417**	-0.4037***
Cpx	-0.3968**	-0.3997**
Ocf	-0.014	-0.0163
_cons	1.9171**	2.0626***
N	351	351
r2	0.4984	0.5576
r2_a	0.3797	
F	4.20	
chi2	0.000	1.16E+04
P	0.000	0.000
Vif	3.8	

تُشير نتائج الجدول السابق إلى أن:

- القدرة التفسيرية R2 للنموذج (٤٩.٨٤%) و(٥٥.٧٦%) بطريقتي Robust-OLS وPCSE على التوالي، ويمكن قبول جميع النماذج المفسرة للمقياس الخاص بنسبة الكلمات السلبية إلى إجمالي الكلمات للمتغير التابع نغمة الإفصاح السلبية، حيث أن قيمة Prob>F أقل من ٥% وقيمة Prob> Chi2 أقل من ٥%.
- يوجد تأثير سلبي معنوي للقدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح السلبية بطريقتي Robust-OLS وPCSE، أي أنه كلما زادت القدرة الادارية للمدير التنفيذي كلما انخفضت نغمة الإفصاح السلبية.

- يوجد تأثير سلبي معنوي لحجم الشركة على نغمة الإفصاح السلبية بطريقتي Robust–OLS وPCSE، أي أنه كلما زاد حجم الشركة كلما انخفضت نغمة الإفصاح السلبية.
- عدم وجود علاقة بين الرافعة المالية وبين نغمة الإفصاح السلبية بطريقة Robust–OLS، بينما يوجد تأثير سلبي معنوي للرافعة المالية على نغمة الإفصاح السلبية وذلك بطريقة PCSE، أي كلما زادت الرافعة المالية كلما انخفضت نغمة الإفصاح السلبية.
- يوجد تأثير سلبي معنوي لمعدل العائد على الأصول على نغمة الإفصاح السلبية بطريقتي Robust–OLS وPCSE، أي أنه كلما زاد معدل العائد على الأصول كلما انخفضت نغمة الإفصاح السلبية.
- يوجد تأثير سلبي معنوي للإنفاق الاستثماري على نغمة الإفصاح السلبية بطريقتي Robust–OLS وPCSE، أي أنه كلما زاد الإنفاق الاستثماري كلما انخفضت نغمة الإفصاح السلبية.
- عدم وجود علاقة بين التدفقات النقدية التشغيلية وبين نغمة الإفصاح السلبية بطريقتي Robust–OLS وPCSE.

مما سبق تري الباحثة وجود أثر سلبي معنوي للقدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح السلبية بطريقتي Robust–OLS وPCSE، أي أنه كلما زادت القدرة الادارية للمدير التنفيذي كلما انخفضت نغمة الإفصاح السلبية (حسين، ٢٠٢٠؛ Martikainen, 2022).

مما يثبت صحة الفرض الفرعي الثاني للفرض الرئيسي الأول والذي ينص على: "يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية بين القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين ونغمة الإفصاح السلبية".

وفى ضوء ما سبق يمكن صياغة نموذج الانحدار لأثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح السلبية في ظل وجود المتغيرات الرقابية كمايلي:

$$BAD\ DTONE = 1.9171 - 0.3134MA - 0.0668\ SIZE - 0.2389\ LEV - 0.4417\ ROA - 0.3968\ CPX - 0.014\ COF$$

– اختبار نماذج تأثير القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح المحاسبي وذلك بطريقتي المربعات الصغرى (OLS)، التأثيرات الثابتة والعشوائية (PCSE)، وذلك من خلال الجدول التالي رقم (٨).

Variable	Robust-OLS	PCSE
MA	27.6695***	16.1936**
FSize	2.3159***	1.9377**
Lev	-5.7931	-5.4266
Roa	-31.8290***	-19.8781**
Cpx	-19.4486**	-14.7323
Ocf	3.9696**	0.7112
_cons	-30.5421**	-21.329
N	352	352
r2	0.1204	0.088
r2_a	0.1051	
F	3.9912	
chi2		11.8527
P	0.0007	0.0653
Vif	1.19	

تُشير نتائج الجدول السابق إلى أن:

- القدرة التفسيرية R2 للنموذج (١٢.٠٤%) و(٨.٨%) بطريقتي Robust-OLS وPCSE على التوالي، ويمكن قبول جميع النماذج المفسرة للمتغير التابع نغمة الإفصاح المحاسبي، حيث أن قيمة Prob>F أقل من ٥% وقيمة Prob> Chi2 أقل من ٥%.
- يوجد تأثير إيجابي معنوي للقدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح المحاسبي بطريقتي Robust-OLS وPCSE، أي أنه كلما زادت القدرة الادارية للمدير التنفيذي كلما زادت نغمة الإفصاح المحاسبي.
- يوجد تأثير إيجابي معنوي لحجم الشركة على نغمة الإفصاح المحاسبي بطريقتي Robust-OLS وPCSE، أي كلما زاد حجم الشركة كلما زادت نغمة الإفصاح المحاسبي.
- عدم وجود علاقة بين الرافعة المالية وبين نغمة الإفصاح المحاسبي بطريقتي Robust-OLS وPCSE.

- يوجد تأثير سلبي معنوي لمعدل العائد على الأصول على نغمة الإفصاح المحاسبي وذلك بطريقتي Robust–OLS وPCSE، أي كلما زاد معدل العائد على الأصول كلما انخفضت نغمة الإفصاح المحاسبي.
- يوجد تأثير سلبي معنوي للإنفاق الاستثماري على نغمة الإفصاح المحاسبي وذلك بطريقة Robust–OLS، أي كلما زاد الإنفاق الاستثماري كلما انخفضت نغمة الإفصاح المحاسبي. بينما لا توجد علاقة بين الانفاق الاستثماري ونغمة الإفصاح المحاسبي وذلك بطريقة PCSE.
- يوجد تأثير سلبي معنوي للتدفقات النقدية التشغيلية على نغمة الإفصاح المحاسبي وذلك بطريقة Robust–OLS، أي كلما زادت التدفقات النقدية التشغيلية كلما زادت نغمة الإفصاح المحاسبي. بينما لا توجد علاقة بين التدفقات النقدية التشغيلية وبين نغمة الإفصاح المحاسبي بطريقة PCSE.

مما سبق تري الباحثة وجود أثر إيجابي معنوي للقدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح المحاسبي بطريقتي Robust–OLS وPCSE، أي أنه كلما زادت القدرة الادارية للمدير التنفيذي كلما زادت نغمة الإفصاح المحاسبي (Huang et al., 2014).

وهو ما يثبت صحة الفرض الرئيسي الأول والذي ينص على "يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية بين القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين ونغمة الإفصاح المحاسبي".

وفى ضوء ما سبق يمكن صياغة نموذج الانحدار لأثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح المحاسبي في ظل وجود المتغيرات الرقابية كمايلي:

$$TW\ DTONE = -30.5421 + 27.6695\ MA + 2.3159\ SIZE - 5.7931\ LEV - 31.8290\ ROA - 19.4486\ CPX + 3.9696\ COF$$

- **اختبار نماذج تأثير القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على قيمة الشركة وذلك بطريقتي المربعات الصغرى (OLS) والتأثيرات الثابتة والعشوائية (PCSE)** وذلك من خلال الجدول التالي رقم (٩).

Variable	Robust-OLS	PCSE
MA	-1.0112**	-1.0457*
FSize	-0.1655***	-0.1768**
Lev	0.7489	1.5148**
Roa	3.2367***	2.3442**
Cpx	4.1277*	1.3112
Ocf	0.2506	0.0828
_cons	4.7876***	5.3085***
N	355	355
r2	0.1032	0.19
r2_a	0.0877	
F	7.275	
chi2		23.4498
P	0.000	0.0007
Vif	1.17	

تُشير نتائج الجدول السابق إلى أن:

- القدرة التفسيرية R2 للنموذج (10.32%) و(19%) بطريقتي Robust-OLS وPCSE على التوالي، ويمكن قبول جميع النماذج المفسرة لقيمة الشركة، حيث أن قيمة Prob>F أقل من ٥% وقيمة Prob> Chi2 أقل من ٥%.
- يوجد تأثير سلبي معنوي للقدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على قيمة الشركة بطريقتي Robust-OLS وPCSE، أي أنه كلما زادت القدرة الادارية للمدير التنفيذي كلما انخفضت قيمة الشركة، وقد يرجع ذلك إلى امتلاك المديرين التنفيذيين قدرات إدارية مرتفعة مما يُزيد من مستوي الثقة لديهم وهذا قد يدفعهم إلى القيام بممارسات قد تنطوي على مخاطر كبيرة مما يترتب عليه تؤثر قيمة الشركة بشكل سلبي.
- يوجد تأثير سلبي لحجم الشركة على قيمة الشركة بطريقتي Robust-OLS وPCSE، أي أنه كلما زاد حجم الشركة كلما انخفضت قيمة الشركة.
- عدم وجود علاقة بين الرافعة المالية وبين قيمة الشركة بطريقة Robust-OLS، بينما يوجد تأثير إيجابي معنوي للرافعة المالية على قيمة الشركة وذلك بطريقة PCSE، أي كلما زادت الرافعة المالية كلما زادت قيمة الشركة.
- يوجد تأثير إيجابي لمعدل العائد على الأصول على قيمة الشركة بطريقتي Robust-OLS وPCSE، أي أنه كلما زاد معدل العائد على الأصول كلما زادت قيمة الشركة.

- توجد علاقة إيجابية بين الانفاق الاستثماري وبين قيمة الشركة بطريقة PCSE، أي كلما زاد الانفاق الاستثماري كلما زادت قيمة الشركة. بينما لا توجد علاقة بين الانفاق الاستثماري وبين قيمة الشركة وذلك بطريقة Robust–OLS.
- عدم وجود علاقة بين التدفقات النقدية التشغيلية وبين قيمة الشركة بطريقتي Robust–OLS وPCSE.

مما سبق تري الباحثة وجود أثر سلبي معنوي للقدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على قيمة الشركة بطريقتي Robust–OLS وPCSE، أي أنه كلما زادت القدرة الادارية للمدير التنفيذي كلما انخفضت قيمة الشركة(Cheng & Cheung, 2021;Seifzadeh, 2022 Huang & Xiong, 2023; حسين، ٢٠٢٣).

وهو ما يثبت صحة الفرض الثاني والذي ينص على "يوجد أثر معنوي ذو دلالة احصائية للقدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين علي قيمة الشركة".

وفى ضوء ما سبق يمكن صياغة نموذج الانحدار لأثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على قيمة الشركة في ظل وجود المتغيرات الرقابية كمايلي:

$$MTB = 4.7876 - 1.0112\ MA - 0.1655\ SIZE + 0.7489\ LEV + 3.2367 ROA + 4.1277\ CPX + 0.2506\ OCF$$

– اختبار نماذج تأثير القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على قيمة الشركة في ظل جائحة كورونا وذلك بطريقتي المربعات الصغرى (OLS) والتأثيرات الثابتة والعشوائية (PCSE) وذلك من خلال الجدول التالي رقم (١٠).

Variable	ROBUST–OLS	PCSE
MA	−1.4073***	−1.3226**
c.MA#c.COVID	1.2504*	1.1497**
FSize	−0.1663***	−0.1764**
Lev	0.7751	1.5536**
Roa	3.3529***	2.4131***
Cpx	4.1094*	1.2343
Ocf	0.242	0.0834
_cons	4.7944***	5.2884***
N	355	355
r2	0.1068	0.1965
r2_a	0.0888	
F	6.4344	
chi2		25.9512
P	0.000	0.0005
Vif	1.28	

تُشير نتائج الجدول السابق إلى أن:

- القدرة التفسيرية R2 للنموذج ١٠.٦٨% و١٩,٦٥% بطريقتي Robust–OLSو PCSE على التوالي، ويمكن قبول جميع النماذج المفسرة لقيمة الشركة، حيث أن قيمة Prob>F أقل من ٥% وقيمة Prob> Chi2 أقل من ٥%.
- يوجد تأثير إيجابي معنوي للقدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على قيمة الشركة في ظل جائحة كورونا وذلك بطريقتي Robust–OLSو PCSE، مما يُشير إلى أنه كلما زادت القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين كلما زادت قيمة الشركة في ظل جائحة كورونا، وقد يرجع ذلك إلى قدرة المديرين التنفيذيين في الاستخدام الأمثل لموارد الشركة المتاحة وتخفيض الضغوط المالية على الشركة ومحاولة تعظيم قيمة الشركة وذلك في ظل الأزمات مثل جائحة كورونا.
- يوجد تأثير سلبي لحجم الشركة على قيمة الشركة بطريقتي Robust–OLS و PCSE، أي أنه كلما زاد حجم الشركة كلما انخفضت قيمة الشركة.
- عدم وجود علاقة بين الرافعة المالية وبين قيمة الشركة بطريقة Robust–OLS، بينما يوجد تأثير إيجابي معنوي للرافعة المالية على قيمة الشركة وذلك بطريقة PCSE، أي كلما زادت الرافعة المالية كلما زادت قيمة الشركة.
- يوجد تأثير إيجابي لمعدل العائد على الأصول على قيمة الشركة بطريقتي Robust–OLS و PCSE، أي أنه كلما زاد معدل العائد على الأصول كلما زادت قيمة الشركة.
- توجد علاقة إيجابية بين الانفاق الاستثماري وبين قيمة الشركة بطريقة Robust–OLS، أي كلما زاد الانفاق الاستثماري كلما زادت قيمة الشركة. بينما لا توجد علاقة بين الانفاق الاستثماري وبين قيمة الشركة وذلك بطريقة PCSE.
- عدم وجود علاقة بين التدفقات النقدية التشغيلية وبين قيمة الشركة بطريقتي Robust–OLS و PCSE.

ومما سبق تري الباحثة وجود أثر إيجابي معنوي للقدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على قيمة الشركة في ظل جائحة كورونا وذلك بطريقتي Robust–OLSو PCSE، مما يُشير إلى أنه كلما زادت القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين كلما زادت قيمة الشركة في ظل جائحة كورونا.

وهو ما يثبت صحة الفرض الثالث والذي ينص على: "يختلف تأثير القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين علي قيمة الشركة خلال فترة أزمة جائحة كورونا".

وفى ضوء ما سبق يمكن صياغة نموذج الانحدار لأثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على قيمة الشركة خلال فترة أزمة كورونا كمايلي:

MTB = 4.7944 −1.4073 MA +1.2504 MA*COVID − 0.1663 FSIZE + .0.7751 LEV +3.3529ROA + 4.1094 CPX + 0.242 OCF

٥- النتائج والتوصيات والتوجهات البحثية المستقبلية:

٥/١ النتائج:

تتمثل أهم نتائج الدراسة التى يمكن استخلاصها من الدراسة النظرية والتطبيقية وتحليل الدراسات السابقة ذات الصلة فيما يلى:

- القدرة الإدارية تتمثل في مجموعة من الخصائص التي تتوافر لدى المديرين التنفيذيين، تمكنهم من المحافظة على الموارد الاقتصادية المتاحة واستغلالها أفضل استغلال لزيادة الإيرادات، وفهم اتجاهات التكنولوجيا والصناعة والمنافسة التي تنتمي إليها شركاتهم، مما ينعكس علي اتخاذ القرارات بكفاءة وفعالية والحد من تعارض أصحاب المصالح، وتحقيق مزايا تنافسية مستدامة للشركة.
- نغمة الإفصاح المحاسبي تُعد الأسلوب الذي تستخدمه الإدارة في صياغة المعلومات المحاسبية الواردة في التقارير، من خلال استخدام تعبيرات إيجابية أو سلبية تهدف إلى التأثير على تصورات المستثمرين و أصحاب المصالح بشأن أداء الشركة الحالي والمستقبلي. وتعكس هذه النغمة مستوى الشفافية في الإفصاح ومدى توافق المعلومات المقدمة مع الواقع، مما ينعكس بدوره على قرارات المستثمرين وجميع أصحاب المصالح.
- يوجد تأثير إيجابي معنوي للقدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح الايجابية باستخدام طريقتي Robust-OLS وPCSE، **أي أنه كلما زادت القدرة الادارية للمدير التنفيذي كلما زادت نغمة الإفصاح الإيجابية (Luo & Zhou, 2017; Osma et al., 2018; Hasan, 2020؛ حسين، ٢٠٢٠).**

- يوجد تأثير سلبي معنوي للقدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح السلبية باستخدام طريقتي Robust–OLS و PCSE،أي أنه كلما زادت القدرة الادارية للمدير التنفيذي كلما انخفضت نغمة الإفصاح السلبية **(حسين، ٢٠٢٠ ;Martikainen, 2022)**.
- يوجد تأثير إيجابي معنوي للقدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح المحاسبي بطريقتي Robust–OLS و PCSE، **أي أنه كلما زادت القدرة الادارية للمدير التنفيذي كلما زادت نغمة الإفصاح المحاسبي (Huang et al., 2014)**.
- يوجد تأثير سلبي ذو دلالة معنوية للقدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على قيمة الشركة (MTB) باستخدام طريقتي PCSE, Robust–ols، **وقد يرجع ذلك إلى امتلاك المديرين التنفيذيين قدرات إدارية مرتفعة مما يزيد من مستوي الثقة لديهم، و يدفعهم إلى اتخاذ قرارات تنطوي على مخاطر كبيرة الأمر الذي قد يؤثر ذلك سلبًا على قيمة الشركة** (Cheng & Cheung, 2021; Seifzadeh, 2022; Huang & Xiong, 2023; حسين، ٢٠٢٣).
- يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة معنوية للقدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على قيمة الشركة (MTB) فى ظل أزمة جائحة كورونا باستخدام طريقتي PCSE, Robust–ols، **و يرجع ذلك إلى قدرة المديرين التنفيذيين على الاستخدام الأمثل لموارد الشركة المتاحة وتخفيض الضغوط المالية التي تواجهها الشركة والسعي إلى تعظيم قيمة الشركة خاصة في أوقات الأزمات مثل جائحة كورونا.**

٢/٥ التوصيات:

في ضوء النتائج التي تم التوصل إليها، توصي الباحثة بمايلي:

- تفعيل آليات الحوكمة في الشركات لتوجيه القدرات الإدارية نحو تحسين أداء الشركة وتحقيق أهداف مستدامة، وضمان عدم إساءة استخدام السلطة لتحقيق مصالح قصيرة الأجل على حساب الاستقرار الأجل الطويل.
- إلزام الشركات بتطبيق معايير إفصاح موحدة تضمن تقديم المعلومات المالية بموضوعية وشفافية.
- إلزام الشركات المدرجة بالبورصة بإعداد تقارير مالية واضحة ومتوازنة تعكس الواقع المالي للشركة بدقة، مع مراقبة نغمة الإفصاح المحاسبي لتجنب الميل مبالغ فيه نحو التفاؤل أو التشاؤم، وضمان تقديم صورة متوازنة تعكس الفرص والتحديات.

- إلزام الشركات بإعداد تقارير دورية عن مدي توافق نغمة الإفصاح المحاسبي مع الأداء المالي الفعلي للشركة، ونشر هذه التقارير للمستثمرين وأصحاب المصالح لتعزيز الثقة بينهم والحد من عدم تماثل المعلومات.
- تقليل الثقة المفرطة لدي المديرين التنفيذيين من خلال تنظيم برامج تدريبية دورية لزيادة وعي المديرين التنفيذيين بمخاطر القرارات المفرطة، مع تشجيع اتخاذ القرارات المستندة إلى تحليل علمي وتقييم موضوعي.

٣/٥ التوجهات البحثية المستقبلية:

في ضوء ما تم التوصل إليها من نتائج، يمكن تحديد أهم التوجهات البحثية المستقبلية كما يلي:

- أثر نرجسية المدير التنفيذي على العلاقة بين نغمة الإفصاح المحاسبي وعدم تماثل المعلومات.
- دراسة أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على تغطية المحللين الماليين وانعكاس ذلك على تكلفة رأس المال.
- دراسة الأثر التفاعلي لحوكمة الشركات على العلاقة بين القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين والأداء المالي للشركات.
- دراسة أثر القدرة الإدارية على العلاقة بين ممارسات التجنب الضريبي وخطر انهيار أسعار الأسهم.

٦- المراجع:

١/٦ المراجع باللغة العربية:

- إبراهيم، أكرم خليفة محمد؛ صالح، أبو الحمد مصطفى؛ أحمد، نبيل ياسين، (٢٠٢٣)، "التأثير المشترك لنغمة الإفصاح السردي ودرجة عدم تماثل المعلومات في قيمة الشركة: دليل من التقارير السنوية للشركات المقيدة بالبورصة المصرية"، **المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية**، كلية التجارة، جامعة دمياط، المجلد الرابع، العدد الأول، الجزء الثاني، ص ص١٣٧٥-١٤١١.
- إبراهيم، إيهاب عبد الفتاح محمد، (٢٠١٧)، "قياس تأثير القدرة الإدارية على جودة الأرباح المحاسبية في بيئة الأعمال المصرية: دراسة تطبيقية"، **رسالة ماجستير في المحاسبة غير المنشورة**، كلية التجارة، جامعة عين شمس، ص ص٤٧-٤٩.
- أحمد، ولاء ربيع عبد العظيم، (٢٠١٩)، "قياس جودة صياغة الإفصاح المحاسبي للأخبار الجيدة والسيئة بالتقارير المالية والافصاحات الدورية المنشورة للشركات المتداولة بالبورصة المصرية وأثرها على قيمة المنشأة، **رسالة دكتوراه في المحاسبة غير منشورة**، كلية التجارة، جامعة القاهرة، ص ص١-٢٤٥.
- الإسداوي، مصطفى السيد مصطفى علي؛ بلال، السيد حسن سالم، (٢٠٢٠)، "اختبار العلاقة بين القدرة الإدارية والسلوك غير المتماثل للتكاليف في الشركات المساهمة المصرية"، **المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية**، كلية التجارة، جامعة دمياط، المجلد الأول، العدد الثاني، الجزء الثاني، ص ص١٤٩-١٩٠.
- السعدى، عصام حسن محمد حسن؛ الخولي، هالة عبد الله؛ كمال، أميرة محمد، (٢٠٢٣)، "قياس أثر القدرة الإدارية على مخاطر انهيار أسعار الأسهم: من منظور قابلية التقارير المالية للقراءة"، **المجلة الأكاديمية للبحوث التجارية المعاصرة**، كلية التجارة، جامعة القاهرة، المجلد الثالث، العدد الأول، ص ص١ - ٤٢.
- النجار، سامح محمد أمين، (٢٠٢١)، "قياس أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على سياسة التوزيعات النقدية وسيولة الأسهم: دراسة تطبيقية على الشركات المقيدة بالبورصة المصرية،

المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية، كلية التجارة، جامعة دمياط، المجلد الثانى، العدد الأول، الجزء الثاني، ص ص٧٤٥-٨٣٠.

- النسور، أسامة جمال،(٢٠٢٠)،" إدارة الأرباح وأثرها على قيمة الشركة (دراسة اختبارية على الشركات الصناعية المساهمة العامة الأردنية المدرجة فى بورصة عمان)"، مجلة المثقال للعلوم الاقتصادية والإدارية، تصدر عن عمادة البحث العلمي فى جامعة العلوم الإسلامية العالمية، عمان، المملكة الأردنية الهاشمية، المجلد السادس، العدد الأول، ص ص٤٠-٧٢.
- حسين، علاء علي أحمد، (٢٠٢٠)، "قياس تأثير القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على نغمة الإفصاح المحاسبي وسياسة التوزيعات النقدية: دليل تطبيقي من البورصة المصرية"، **الفكر المحاسبي**، قسم المحاسبة والمراجعة، كلية التجارة، جامعة عين شمس، المجلد الرابع والعشرون، العدد الثانى، ص ص٩٩٥-١٠٦٣.
- حسين، محمد سعد أحمد، (٢٠٢٣)، "أثر القدرة الإدارية والثقة الإدارية المفرطة على العلاقة بين إدارة الأرباح الحقيقية وقيمة الشركة–دراسة اختبارية على الشركات الصناعية المقيدة بالبورصة المصرية"، **مجلة البحوث المحاسبية**، كلية التجارة، جامعة طنطا، العدد الثالث، سبتمبر، ص ص٧٥-١٥٥.
- سليمان، حامد نبيل حامد؛ الجوهري، إبراهيم السيد محمد إبراهيم، (٢٠٢٢)، "القدرة الإدارية وانعكاساتها على العلاقة بين التخطيط الضريبي والأداء المالي المستقبلي للمنشأة: دراسة تطبيقية"، **المجلة العلمية للبحوث التجارية**، كلية التجارة، جامعة المنوفية، المجلد الرابع وأربعون، العدد الأول، ص ص٢٩١-٣٥٠.
- سمعان، أحمد محمد شاكر حسن، (٢٠١٩)، "أثر المقدرة الإدارية على الملاءمة القيمية للمعلومات المحاسبية في سوق الأوراق المالية المصرية – منهج إمبريقي"، **مجلة البحوث المحاسبية**، كلية التجارة، جامعة طنطا، العدد الثاني، ص ص٧٢٥-٧٩٩.
- عبد الفتاح، هبة بشير الطوخي؛ عبد السميع، مصطفى سامي، (٢٠٢٢)، "العلاقة بين القدرة الإدارية وجودة الإفصاح عن المخاطر وأثرها على الدور التقييمي للمعلومات المحاسبية – دراسة تطبيقية على الشركات المقيدة بالبورصة المصرية"، **المجلة العلمية للدراسات المحاسبية**، كلية التجارة الإسماعيلية، جامعة قناة السويس، المجلد الرابع، العدد الثالث، ص ص٥٦٧-٦٦١.

- عبد الفتاح، هبة بشير الطوخي؛ عثمان، مصطفى سامي عبد السميع، (٢٠٢٤)، "أثر نغمة الإفصاح بتقرير لجنة المراجعة على مستوى الاحتفاظ بالنقدية وإدارة الأرباح بالشركات المصرية المقيدة بالبورصة"، **مجلة البحوث المحاسبية**، كلية التجارة، جامعة طنطا، المجلد الحادي عشر، العدد الأول، الجزء الثاني، ص ص٩١٧-٩٩٧.
- عبد المجيد، حميده محمد، (٢٠٢٠)، "قياس أثر القدرة الإدارية على الاستثمار: دراسة تطبيقية على الشركات السعودية"، **مجلة الإدارة العامة**، معهد الإدارة العامة، المملكة العربية السعودية، المجلد الواحد والستون، العدد الأول، ص ص٨٧-١٥٨.
- ــــــــــــ، (٢٠٢١)، "قياس أثر القدرة الإدارية على جودة الإفصاح المحاسبي في الشركات السعودية"، **مجلة الفكر المحاسبي**، قسم المحاسبة، كلية التجارة، جامعة عين شمس، المجلد الخامس والعشرون، العدد الأول، ص ص١-٤١.
- عرفه، نصر طه حسن؛ مليجي، مجدي مليجي عبد الحكيم، (٢٠١٧)، "لغة الإفصاح والتقرير المالي: أدلة عملية من السوق المالية السعودية"، **مجلة المحاسبة المصرية**، كلية التجارة، جامعة القاهرة، العدد الثانى عشر، ص ص٣١٥-٣٦٣.
- علي، صالح علي صالح، (٢٠٢١)، "دراسة واختبار أثر القدرة الإدارية على أتعاب مراقب الحسابات عن مراجعة القوائم المالية السنوية التاريخية الكاملة للشركات غير المالية المقيدة بالبورصة المصرية"، **المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية**، كلية التجارة، جامعة دمياط، المجلد الثاني، العدد الثاني، الجزء الثاني، ص ص٨٩-١٢٩.
- فودة، السيد أحمد محمود؛ الإسداوي، مصطفى السيد مصطفى علي، (٢٠٢٠)، "أثر القدرة الإدارية على سلوك المحللين الماليين والقيمة السوقية للشركات المساهمة المصرية: دراسة اختبارية"، **المجلة العلمية للدراسات المحاسبية**، كلية التجارة، جامعة قناة السويس، المجلد الثاني، العدد الثالث، ص ص٥٥٣-٦١٩.
- كريمة، دينا عبد العليم، (٢٠٢٣)، "أثر القدرة الإدارية للمديرين على العلاقة التفاعلية بين جودة الأرباح والقيمة السوقية للشركة: دراسة تطبيقية على الشركات المقيدة بسوق الأوراق المالية المصرية"، **المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية**، كلية التجارة، جامعة دمياط، المجلد الرابع، العدد الأول، الجزء الثاني، ص ص٢٣١-٢٦٩.

- ----------، (٢٠٢٣) ، "دراسة أثر القياس والإفصاح المحاسبي عن الأصول الفكرية على قيمة الشركة بالتطبيق على شركات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في مصر"، **المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية**، كلية التجارة، جامعة دمياط، المجلد الرابع، العدد الأول، المسلسل الأول، ص ص٩٧٩-١٠٣٧.
- مشتهى، صبري ماهر؛ واكد، إبراهيم علي؛ البردويل، أحمد بشير، (٢٠٢٣)، "أثر القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين على قيمة المنشأة في الشركات غير المالية المدرجة في بورصة فلسطين"، **مجلة جامعة القدس المفتوحة للبحوث الإدارية والاقتصادية**، المجلد الثامن، العدد التاسع والعشرون، ص ص٧٤-٨٥.
- مليجي، مجدي مليجي عبد الحكيم، (٢٠١٩)، "قياس أثر القدرة الإدارية على جودة التقرير المالي وخطر انهيار أسعار الأسهم: دراسة تطبيقية على الشركات المقيدة بالبورصة المصرية"، **مجلة الإسكندرية للبحوث المحاسبية**، كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، المجلد الثالث، العدد الثالث، ص ص٢٩٣-٣٧٩.

٢/٦ المراجع الأجنبية:

- Abernathy John L, Kubick Thomas R& Masli Adi, (2018), "Evidence on the Relation between Managerial Ability and Financial Reporting Timeliness", **International Journal of Auditing**, Vol. 22, Iss. 2, PP. 185-196, Available at, onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/ ijau.12112.
- Aldoseri M M & Albaz Maged M, (2023), "CEOs' Managerial Ability and Stock Market Crash Risk: Empirical Evidences from the Business Environment in Saudi Arabia", **Information Sciences Letters,** Vol.12, Iss. 4. PP. 1815-1825, Available at, https://www.researchgate.net/ publication/369739361_CEOs'_Managerial_Ability_and_Stock_Market_ Crash_Risk_Empirical_Evidences_from_the_Business_Environment_in_Saudi_Arabia.
- Aly Doaa, El Halaby Sherif & Hussainey Khaled, (2018), "Tone Disclosure and Financial Performance: Evidence from Egypt", **Accounting Research Journal**, Vol. 31, No. 1, PP. 63-74, Available at: users/acc/downloads/tonedisclosureandfinancialperformance evidencefromEgypt%20(3).pdf.
- Arena Claudia, Bozzolan Saverio & Michelon Giovanna, (2013), "Why are Managers Optimistic? An Investigation of Corporate Environmental

Disclosure Tone", PP. 1-56, Available at, https://www.researchgate.net/publication/262197399.

- Atawnah Nader, Eshraghi Arman, Baghdadi Ghasan A &Bhatti Ishaq, (2024), "Managerial Ability and Firm Value: A Perspective", **Research in International Business and Finance,** Vol.67, Pat .B, Available at, sciencedirect.direct.com/science/article/abs/pii/s0275531923002593.
- Baik Bok, Brockman Paul, Farber David B & Lee Sam, Sunghanl, (2018), "Managerial Ability and the Quality of Firms Information Environment", **Journal of Accounting Auditing & Finance**, Vol. 33, No. 4, PP. 506-527, Available at, c:/users/Acc/Downloads/SSRN-id3484190.pdf.
- Bhutta Aamir Inam, Sheikh Muhammad Fayyaz, Munir Aroosa, Naz Arooj& Saif Iqra, (2021), "Managerial Ability and Firm Performance: Evidence from an Emerging Market", **Cogent Business & Management,** Vol.8, PP.1-22, Available at,tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/23311975.2021.1879449?needaccess=true.
- Caserio Carlo, Panaro Delio & Truccosara, (2020), "Management Discussion and Analysis: A Tone Analysis on US Financial Listed Companies", **Management Decision**, Vol. 58, No. 3, PP. 510-525, Available at, emerald.com/insight/00ntent/doi/10.1108/MD-10-2018-1155/full.html.
- Cheng, Lingsha &- Cheung, Adrian (Waikong), (2021), "Is There a Dark Side of Managerial Ability? Evidence from the use of Derivatives and Firm Risk in China", **Journal of Contemporary Accounting and Economics**, Vol. 17, Iss.2, Available at, https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1815566921000163
- Demerjian Peter R, Lev Baruch, & Sarah Mcvay, (2012), "Quantifying Managerial Ability: A New Measure and Validity Test", **Management Science**, Vol. 58, No. 7, PP. 1229-1248, Available at, http://ssrn.com/abstract=1266974.
- Eid, Eid & Wijava, Ermi, "The Role of Managerial Ability on Operational Performance and Stock Return Moderated by CEO Overconfidence", **Journal of Accounting Finance and Auditing Studies**, Vol.8, No.4, PP. 258-277.
- Elamir Elsayed & Mousa Gehan, (2019), "Measuring Tone Disclosure as a Complementary Approach: The Case of the Banking Sector at Bahrain Bourse", **8th International Conference on Modeling Simulation and Applied Optimization (ICMSAO)**, Available at,

researchgate.net/publication/336786316_measuring_tone_disclosure_asa_complementary_approach_te_case_of_the_banking_sector_at_Bahrain_Bourse.

- Fisher Richard, Staden Chris J. Van& Richards Glenn, (2020), "Watch that Tone: An Investigation of the Use and Stylistic Consequences of Tone in Corporate Accountability Disclosures", **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, Vol. 33, No. 1, PP. 77-105, Available at, https://doi.org/10.1108/AAAJ-10-2016-2745.
- Gan Huiqi, (2019), "Does CEO Managerial Ability Matter? Evidence from Corporate Investment Efficiency", **Review of Quantitative Finance and Accounting,** Springer, Vol. 52, No. 4, P.P. 1085 – 1118.
- Haider Imran, Singh Harjinders & Sultana Nigar, (2021), "Managerial Ability and Accounting Conservatism", **Journal of Contemporary Accounting & Economics**, Vol. 17, Iss. 1, Available at, sciencedirect.com/sciencearticle/abs/pii/s1815566920300564.
- Hasan Mostafa Monzur, (2020), "Readability of Narrative Disclosure in 10-k Reports: Does Managerial Ability Matter?", **European Accounting Review**, Vol. 29, Abstract, Available at, https://doi.org/10.1080/09638180.2018.1528169.
- Hessian Mohamed Ibrahim Mohamed, (2019), "The Impact of Managerial Ability on the Relation between Real Earnings Management and Future Firm's Performance: Applied Study", **The International Journal of Business Ethics and Governance (IJBEG)**, Vol. 2, No. 1, PP.59-88.
- Hessian Mohamed Ibrahim, (2019), "The Impact of Managerial Ability on the Relation between Real Earnings Management and Future Firm's Performance: Applied Study", **International Journal of Business Ethics and Governance**, Vol.2, No. 1, PP. 59-88, Available at, https://www.reasearchgate.net.
- Huang Qiubin & Xiong Mengyuan, (2023), "Does Managerial Ability Increase or Decrease Firm Value?", **Applied Economics Letters**, Vol. 30, No. 13, PP.1717–1722.
- Huang Xuan et al., (2014), "Tone Management", **The Accounting Review**, Vol. 89, No. 3, PP. 1083-1113, Available at, http://ssrn.com/abstract=1960376.
- Lee Chien-Chiange, Wang Chin-Wei, Chiu Wan-Chien Chiu & Tien, Te Sheng, (2018), "Managerial Ability and Corporate Investment Opportunity", **International Review of Financial Analysis**, Vol. 75, PP.

65-76, Available at, e-tarjome.com/storage/uploadedmedia/2022-09-04/1662281552_F1890-English-e-tarjome.pdf.

- Loughran Tim & McDonald Bill, (2011), "When is a Liability not a Liability? Textual Analysis, Dictionaries, and 10-Ks", **Journal of Finance**, Vol.66, No.1, PP.33-65, Available at, https://ideas.repec.org/a/bla/jfinan/v66y2011i1p35-65.html.
- Luo yan & Zhou Linging, (2017), "Managerial Ability Tone of Earnings Announcements, and Market Reaction", **Asian Review of Accounting**, Vol. 25, Issue 4, PP. 454-471, Available at, cusm-dspace.calstate.edu/bitstream/handle/10211.3/211150/zhou201725/pdf.
- Martikainen Minna& Anttimiihkinen Luke Watson, (2022), "Board Characteristics and Negative Disclosure Tone", **Journal of Accounting Literature**, PP. 1-55, Available at, SSRN: https://ssrn.com/abstract= 3410036.
- Ma Zhiming, Novoselov Kirille, Zhou Kaitana, Zhouyi, (2019), "Managerial Academic Experience, External Monitoring and Fnancial Reporting Quality", **Journal of Business Finance and Accounting**, Vol. 46, Iss. 7-8, PP. 843- 878.
- Muhammad Gazani Izmar& Aryani Y. Anni, (2021), "The Impact of Carbon Disclosure on Firm Value with Foreign Ownership as a Moderating Variable", **Jurnal Dinamika Akuntansi dan Bisnis**, Vol. 8, No. 1, PP 1-14.
- Naimah Zahron & Romaisyah Luqita, (2018), "The Influence of Managerial Ability on Future Performance", **Journal of Economics, Business, and Government Challenges**, Vol. 1, No. 2, PP. 67-73, Available at, https://ebgc.upnjatimac.id.
- Osma Beatriz Garcia, Cristina Grande Herrera& Encarna Guillamon-Saorin, (2018), "Optimistic Disclosure Tone and CEO Career Concerns", Available at, https://www.researchgate.net/publication/ 325181864.
- Pouryousof Azam, Nassirzadeh Farzaneh & Askarany Dovood, (2023), "Inconsistency in Manager's Disclosure Tone: The Signalling Perspective", **Risks**, PP. 1-4, Available at, https://doi.org/10.3390/risks1120205.
- Puwanenthiren, Premkanth; Dana, man; Henry, Darren; Puwanenthiren, Ptathee Pkanth; Almamun, Md, (2019), "Does Managerial Ability Matter for the Choice of Seasoned Equity Offerings?", The North American Journal of Elsevier, Vo1.47, Iss. C, PP. 442 – 460.

- Rahman Md Takibur, Nielsen Rasmus, Khan Md Akhtaruzzaman, Yeboah Isaac Ankamah, (2020), " Impact of Management Practices and Managerial Ability on the Financial Performance of Aquaculture Farms in Bangladesh", **Aquaculture Economics & Management, Vol.24, PP. 79-**101, Available at, https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13657305.2019.1647578
- Seifzadeh Maryam,(2022), "The Effectiveness of Management Ability on Firm Value and Tax Avoidance", Journal of Risk and Financial Management, Vol.15, No.539, PP.1-15, Available at, https://doi.org/10.3390/jrfm15110539
- Suryaningrum Diah Har, Rahman Abdul Aziz Abdul, Meero Abdelrhman& Cakranegara Pandu Adi, (2023)," Mergers and acquisitions: does performance depend on managerial ability?", **Journal of Innovation and Entrepreneurship,** Vol. 12, Iss. 1, PP. 1-23.
- Wang Wei-Kang, Lu, Wen-Min, Kweh, Qian Long & Lee, Jhong-Jne, (2021), "Management Characteristics and Corporate Performance of Chinese Chemical Companies: The Moderating Effect of Managerial Ability", **International Transactions, in Operational Research**, Vol. 28, Iss.2, PP. 976-995, Available at, onlinelibrary.wiley.com/doi/10.111/itor.12572.
- Wiranudirja Ory, Salim Ubud&Indrawati Nur Khusniyah ,(2022), "The Effect of Social Responsibility and Managerial Ability on Firm Value Mediated Profitability",**Research in Business & Social Science IJRBS**, Vol. 11, No. 6, PP. 116-126, Available at, https://www.researchgate.net/publication/363500540_The_effect_of_social_responsibility_and_managerial_ability_on_firm_value-mediated_profitability.
- Yung Kenneth & Chen Chen, (2018), "Managerial Ability and Firm Risk – Taking Behavior", **Review of Quantitative Finance and Accounting,** Springer, Vol. 51, No. 4, PP. 1005- 1032.

ملحق رقم (١)

الكلمات المعبرة عن نغمة الإفصاح الإيجابية والمعبرة عن النغمة السلبية المستخدمة في قياس نغمة الإفصاح المحاسبي

الكلمات المعبرة عن النغمة الإيجابية Positive Tone	الكلمات المعبرة عن النغمة السلبية Negative Tone
هي الكلمات التي تعطي انطباعًا إيجابيًا لمستخدمي المعلومات ويؤدي الإفصاح عنها على تكوين صورة ذهنية جيدة وملاءمة عن أداء الشركة.	هي الكلمات التي تعطي انطباع سلبي لمستخدمي المعلومات ويؤدي الإفصاح عنها على تكوين صورة ذهنية سيئة عن أداء الشركة واحتمالية وجود كوارث أو خسائر ومخاطر
تم اختيار (٦٤) كلمة من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة: قادر – وفرة – انجاز – نجاح – تجاوز – تقدم – حقق – تحقيق – مناسب – ملائم – ابداع – جدير بالثقة – تطور – ميزة – مفيد – أفضل – أحسن – تعاون – تقدير – يؤكد – مرغوب فيه – ضمان – جذاب – جميل – تمكين – تشجيع – تعزيز – تحسين – تفوق – كفاءة – فعالية – سهل – نافع – يصل – مكاسب – اختراع – إيجابي – فرصة – ربح – أرباح – ابتكار – استقرار – متوقع – موافق – يسمح – إيجابيات – محدد – قابل للقياس – أعلى – القدرة على–طبيعى–متوازن– نمو–رفع كفاءة–ارتفاع–زيادة–تنشيط –تعظيم– تقدم قياسية– الفوز–أثمر–التغلب على.	تم اختيار (٥٨) كلمة من خلال الاطلاع على الدراسات السابقة: التخلي عن – إلغاء – يتنازل عن – ترك – غير طبيعي – ضياع – خسارة – اضطراب – مستبعد – اختزال – لا يوافق – ينفر – الانتهاكات – نقل ملكية – ازعاج – غش – سلبيات – اخلاء المسئولية – غير متفق عليه – غامض – غير محدد – غير قابل للقياس – اهمال – شديد الانحدار – فساد – تهديد – سئ – كسر – رشوة – عبء – تحذير – ارتباك – جرائم – تعارض – خلاف – صعوبات – مخالفات – توقف – غرامات – ضد – خصم – تم إيقافه – غير متوقع – غير قابل للقياس – يتجنب – غير كفء – عيوب – يصفي – تأخير – شكوى – هدم – نزاع – صراع –انخفاض – هبوط –سلبي –تراكم– خمول.

دور الذكاء الروحي فى تحسين جودة الخدمة

(بالتطبيق على المستشفيات الجامعية بوسط الدلتا)

ا.د/ عمار فتحى موسى اسماعيل *

محمد ابراهيم عبد الحليم فتح الباب **

(*) **أ.د.عمار فتحي موسى اسماعيل:** أستاذ ادارة الموارد البشرية ووكيل كلية التجارة لشئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة - جامعة مدينة السادات – حاصل علي درجة الدكتوراه من جامعة مدينة السادات، من اهتماماته البحثية: السعادة النفسية، البراعة التنظيمية، السمعة التنظيمية، جودة الحياة الوظيفية، القيادة الأبوية، التميز المؤسسي ، المناعة التنظيمية ، القيادة المدمرة ، القيادة النرجسية، الغباء التنظيمي ، الجدارات الجوهرية.

Email:dr_ammar2012@yahoo.com

(**)**محمد ابراهيم عبد الحليم فتح الباب:** باحث دكتوراه كلية التجارة – جامعة مدينة السادات

١ – ملخص البحث :

يهدف هذا البحث الى معرفة دور الذكاء الروحي كأحد المتغيرات الإدارية الحديثة بما يحتوي عليه من أبعاد تمثلت فى (توسيع حالة الوعي ، التفكير النقدي ، الوعي المتسامي ، إيجاد المعنى الشخصي) كمتغير مستقل على جودة الخدمة كمتغير تابع وذلك بالمستشفيات الجامعية بوسط الدلتا ، وقد تم الإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي ، وتم الإستعانة وإستخدام قائمة الإستقصاء كأداة لجمع البيانات الأولية اللازمة لهذه الدراسة ، حيث احتوى مجتمع البحث على العاملين بالمستشفيات الجامعية بوسط الدلتا من (أطباء وهيئة التمريض والإداريين) ، وإشتملت عينة الدراسة على (٣٠٩) مفردة من أصل (٣٧٤) بنسبة إستجابة (٨٢%) وتعتبر هذه النسبة جيدة فى مثل هذا النوع من البحوث ، وتم إستخدام برنامج الحزم الإحصائية (SPSS) لتحليل بيانات الدراسة ومعالجتها ، وكشفت نتائج الدراسة الى وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الروحي وجودة الخدمة ، وأيضاً وجود تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية بين الذكاء الروحي وجودة الخدمة ، وعدم وجود إختلافات جوهرية ذات دلالة إحصائية بين العاملين نحو إدراكهم لمستوى الذكاء الروحي وجودة الخدمة المقدمة ، وتوصي الدراسة الحالية بأنه يجب على الإدارة العليا فى المستشفيات الجامعية لكلاً من صانعي ومتخذي القرار العمل على تدعيم وزيادة مستويات جودة الخدمة المقدمة لما لها من دور كبير وفعال لرضا جمهور العملاء من المرضى وذلك من خلال الدعم المادى والمعنوي عن طريق إعادة هيكلة الأجور والحوافز بما يلائم الحياة المعيشية وبخاصة لهيئة التمريض بتلك المستشفيات.

Abstract:

This research aims to know the role of spiritual intelligence as one of the modern administrative variables, including dimensions represented in (expanding the state of awareness, critical thinking, transcendent awareness, finding personal meaning) as an independent variable on the quality of service as a dependent variable in university hospitals in the middle of the Delta. The descriptive analytical approach was relied upon, and the survey list was used as a tool to collect the primary data necessary for this study, as the research community included workers in university hospitals in the middle of the Delta (doctors, nursing staff and administrators). The study sample included (309) individuals out of (374) with a response rate of (82%), which is considered a good rate in this type of research. The statistical package program (SPSS) was used to analyze and process the study data. The results of the study revealed the existence of a positive relationship with statistical significance between spiritual intelligence and service quality, as well as the existence of a positive effect with statistical significance between spiritual intelligence and service quality, and the absence of fundamental differences with statistical significance among workers towards their perception of the level of spiritual intelligence and the quality of the service provided. The study recommends The current situation is that the senior management in university hospitals, both decision makers and decision makers, must work to support and increase the levels of quality of the service provided, due to its great and effective role in satisfying the audience of clients, patients, through material and moral support by restructuring wages and incentives to suit living conditions, especially for the nursing staff in these hospitals.

٢ – مقدمة :

يتناول موضوع البحث دور الذكاء الروحي في تحسين جودة الخدمة وذلك بالتطبيق على المستشفيات الجامعية بوسط الدلتا والتي تتمثل في مستشفيات جامعة طنطا ومستشفيات جامعة المنوفية ومستشفيات جامعة المنصورة ، ويوضح الذكاء الروحى قدرة الفرد على تطبيق وتجسيد الموارد البشرية والخصائص لإثراء الأداء اليومى للعاملين وأداء المنظمة ككل ***(Hanefar et al , 2015) .***

ويمثل الذكاء الروحى مجموعة من القدرات الروحية التى يتم تطبيقها بقوة فى المنظمات ، ويعمل الذكاء الروحى على دمج الذكاء الداخلى للفرد مع الحياة الوظيفية وبيئة العمل ***(Karimi & Mohammadi, 2020)*** ، كما يسعى الذكاء الروحى الى الحد من التعارض فى بيئة العمل والغياب المتكرر عن العمل ، مما يؤدى الى الرضا الوظيفى وتحسين الولاء الوظيفى ، والعمل على تحسين كفاءة العاملين وإتجاهاتهم نحو بيئة العمل وزيادة أدائهم ***(Khawaja, 2017)*** ،وتهدف جودة الخدمة بشكل أساسى تلبية إحتياجات ورغبات المستفيدين ، وتعد جودة الخدمة أحد أهم العناصر التى تسعى المنظمة لتقديمها لعملائها بشكل كبير لتقييم ومعرفة درجة الرضا والولاء للعملاء ***(Ahmed & Kanwal , 2019)*** ، وتلعب جودة الخدمة دوراً إستراتيجياً حيوياً فى تحقيق الميزة التنافسية وإتخاذ قرارات إدارية حكيمة ***(Selvi & Muthuchamy, 2020)*** ، ويجب على المنظمات أن تعمل على إستمرارية تحسين قدرة موظفى الخدمة والإحتفاظ بها وتقديم أفضل خدمة للعملاء . ***(Nuridin , 2018)*** حيث جودة الخدمة هى بناء متعدد الأبعاد ، ويواجه تحديات كبيرة فى قياسه بسبب عدم التجانس فى تفضيلات العملاء لأبعاد الجودة المختلفة نظراً لطبيعتها غير الملموسة وغير المتجانسة وغير القابلة للإنفصال(***Korfiatis et al, 2019)*** ، ويتم البحث دائماً فى جودة الخدمة بإستمرار من قبل خبراء إدارة الأعمال للحصول نتائج مرغوبة ، ويمكن القول أن توقعات العملاء لجودة الخدمة تتأثر الى حد كبير بالثقافة والسلوكيات الخاصة بالعملاء والتى تختلف من بلد الى آخر ***(Ahmed & Kanwal , 2019) .***

وتعتبر الجودة من المفاهيم بعيدة المنال بسبب الطبيعة غير الملموسة للخدمة المقدمة ، ويختلف مفهوم الجودة من شخص لآخر ومن حالة الى آخر ***(Biswas&Roy, 2020)*** ، كما

تبنى جودة الخدمة المصداقية لمنظمات الأعمال التجارية فى نظر العملاء ، ويُعد هذا الأمر بالغ الأهمية ويساعد فى إنتزاع فرص جديدة من البيئة التى تعمل بها ، وبالتالى قد تختلف جودة الخدمة بإختلاف المنتج (***Malik et al., 2020***) ، وتقوم جودة الخدمة بدوراً رئيسياً ومميزاً للمنظمة ، حيث جودة الخدمة لها تأثير كبير على رضا العملاء الولاء للعلامة التجارية ، ويُعد قطاع الرعاية الصحية وهو من أهم القطاعات على الإطلاق نظراً لإهتمامه بصحة الإنسان ، وهو صناعة تعتمد بشكل كامل على تقديم الخدمات للمرضى بشكل محترف (***Ahsan et al, 2020***) ، كما يجب تفسير جودة الخدمة على أنها الفجوة بين توقعات العملاء وأداء مقدمى الخدمة ، ويمكن للمنظمات تقديم أفضل جودة للخدمة من خلال تحسين العملية التشغيلية وتحديد المشكلات التى تواجه المنظمة ***(Yuvaraj & Rajendiran, 2020).***

يأتي هذا البحث لإلقاء الضوء على دور الذكاء الروحي فى تحسين جودة الخدمة المقدمة من وجهة نظر العاملين من (أطباء وإداريين وهيئة التمريض) وذلك بالمستشفيات الجامعية بوسط الدلتا (مستشفيات جامعة طنطا ، مستشفيات جامعة المنصورة ، مستشفيات جامعة المنوفية)

٣- الدراسة الإستطلاعية

تستهدف الدراسة الإستطلاعية الحصول على مجموعة من البيانات الإستكشافية للتعرف على موضوع البحث بشكل محدد وعلى المتغيرات البحث المتمثلة في الذكاء الروحي كمتغير مستقل وجودة الخدمة كمتغير تابع ،وصياغة المشكلة العامة للبحث بصورة محددة وقاطعة ، وتحديد المفاهيم وثيقة الصلة بالموضوع بصورة تؤكد من أن البيانات المطلوبة للبحث المتاحة ويمكن الحصول عليها ، وتحديد مدى إمكانية الإستمرار في البحث والتعرف على المعوقات الممكنة والتوصل للوقت المتوقع التي يُمكن الباحثان التنفيذ من خلاله .

اعتمد الباحثان فى هذا البحث على أسلوب المقابلات الفردية ، والتى تعتمد على أسئلة مفتوحة ليتسنى للطرف الآخر الإجابة عنها بحرية تامة ، بالإضافة الى عدد من الزيارات لمستشفيات وسط الدلتا (مستشفيات جامعة طنطا ، مستشفيات جامعة المنوفية ، مستشفيات جامعة المنصورة) ، وتم إجراء مقابلة مع (٣٧) مسئولاً من الأطباء و هيئة التمريض والإداريين ، وذلك بغرض التعرف على أبعاد الذكاء الروحي (التفكير النقدي ، إنتاج المعني الشخصي ، الوعي المتسامي ، الوعي الشامل) وأ يضا التعرف على أبعاد جودة الخدمة (الضمان ، الإعتمادية ،

الإستجابة ، الملموسية ، التعاطف) في المستشفيات الجامعية محل البحث ، وأظهرت نتائج الدراسة الإستطلاعية الآتي :

* ضعف إدراك مفهوم الذكاء الروحى بأبعاده المختلفة نظراً لحداثة المفهوم فى البيئة العربية .
* يعانى نسبة (٨٦ %) من هيئة التمريض والإداريين على المستويات الوظيفية الوسطى من عدم الإستقلالية فى إتخاذ القرارات الإدارية ، مما يؤثر على جودة الخدمات الصحية المقدمة للمرضى ، حيث لابد من تفويض بعض السلطات والصلاحيات التى من شأنها يقوم المسئول بتقديم الخدمة الصحية بصورة أفضل وأسرع نظراً لطبيعة وحساسية القطاع الصحى فهو يتعلق بصحة وحياة الإنسان .
* هناك نسبة (٦٧ %) من الأطباء لاينظرون الى الجوانب المعنوية (الإنسانية) فى بيئة العمل لدى العاملين وبخاصة هيئة التمريض مما أدى الى إرتفاع بنسب دوران العمل ، والتسرب التدريجى لهيئة التمريض نحو القطاع الخاص مما يهدد المنظومة الصحية بالمستشفيات الجامعية .
* فقدان عملية التدريب والتطوير المستمر والفعال والذى يحقق القيمة المضافة وبخاصة هيئة التمريض والإداريين .
* هناك نسبة (٥٣ %) من الأطباء لا تتقبل النقد والنصح والمشورة وبخاصة عندما تكون من هيئة التمريض أو الإداريين عن سير العمل مثل التأخير عن الحضور فى الوقت المناسب للمرضى .
* يوجد نسبة (٤٠ %) من العاملين (هيئة التمريض ، الإداريين ، الأطباء) يقومون فقط بالمهام الوظيفية الخاصة بهم فقط ، وعدم القيام بأى مهام وأدوار إضافية آخرى .
* هناك نسبة (٣٥ %) من العاملين لايلتزمون بالقواعد واللوائح الداخلية التى تنظم العمل وبخاصة عمليات الحضور والإنصراف .
* نسبة (٤٥ %) من العاملين وبخاصة هيئة التمريض والأطباء لايقومون بتقديم الدعم الكافى والمساعدة بصورة لائقة وإنسانية للمرضى وذويهم والتعامل بصورة جدية مع شكواهم .
* عدم توافر المعدات والأجهزة الطبية الحديثة بصورة كافية واللازمة لتقديم الخدمة الصحية بصورة تحوز على رضا المرضى .

* يوجد نسبة (٤٠%) من العاملين (الإداريين وهيئة التمريض) ليس لديهم المهارة والمعرفة الكاملة للإجابة على تساؤلات وإستفسارات المرضى عن الخدمات الصحية المقدمة .
* هناك عجز ملحوظ فى أعداد الكادر الطبى بالمستشفيات الجامعية وبخاصة (الأطباء وهيئة التمريض) والتوجه نحو التوظيف فى القطاع الخاص مما يؤثر على تقديم الخدمات الصحية المقدمة ، ويهدد المنظومة الصحية داخل المستشفيات الجامعية بشكل كامل .
* عدم الرضا من مجتمع البحث متمثل فى (الأطباء وهيئة التمريض) عن الإدارة وما تقوم به من ممارسات خاطئة تجاه العاملين متمثل فى نظم المكافآت والحوافز غير العادل .
* التدنى الأخلاقى فى المعاملات اليومية سواء أكان من الزملاء أم من ذوى المرضى مستفيدى الخدمة الصحية حيث هناك عدم التزام نسبى باللوائح الداخلية فظهر هناك نوع من التمرد على اللوائح والقوانين التى تم وضعها من قبل الإدارة والاحترام الكامل من قبل العاملين أمام رؤسائهم .
* قصور فى إهتمام الإدارة بمستوى الرعاية والعناية المقدمة للعاملين .
* إتفق البعض من العاملين على ندرة فى وجود مناخ يتسم بالأنانية وتغليب المصلحة الشخصية على المصلحة العامة ، فالكل يعمل من أجل المصلحة العامة ، ولكن تباينت الأراء بقوة حول الجوانب المادية فبعض العاملين أفضل حالا من غيرهم – من العاملين بالمستشفيات الاخرى – والبعض الآخر كفئة الممرضات كانت لهم وقفات احتجاجية لتحسين أوضاعهم المالية .
* تدنى مستوى جودة الخدمة بالمستشفيات الجامعية ويظهر ذلك من خلال شكوى المرضى وعدم الرضى عن الخدمة الصحية المقدمة .

ومن جهة أخرى تشير بعض الدراسات السابقة الى أن المستشفيات الحكومية فى مصر والتى تعانى من بعض الجوانب السلبية نذكر منها (البردان ، ٢٠١١ ، ٢٠١٧) ، (عبدالجواد ، ٢٠١٦) ، (فتح الباب ، ٢٠١٧) .

* وجود خلل فى العلاقات الإنسانية بين الأطباء والفئات الأخرى (هيئة التمريض ، الإداريين ، المرضى) بسبب التعالى والتفاخر من جانب بعض الأطباء وتفضيلهم للجوانب المالية والأعمال الخاصة على حساب الأداء الطبى للمستشفيات الحكومية .
* هناك جمود فى التفكير لدى العاملين وضعف الرغبة لديهم فى البحث عن حلول بديلة للمشاكل التى تعترض عملهم و إنخفاض متابعة تحقيق الأهداف بشكل نشط .

* وجود إستياء لدى الأفراد والمرضى المتعاملين مع المستشفيات الحكومية من أداء الأطباء وإهمال المرضى وروتين العمل الإدارى .
* عدم وضوح العلاقة بين الجهاز الإدارى والطبى يمثل السبب فى عدم توافر روح التعاون والانسجام بينهما بالإضافة إلى التعقيد والبيروقراطية فى العمل الإدارى داخل المستشفيات الحكومية .
* سيطرة المحسوبية والإهتمام بالأقارب على عمل هيئة التمريض .

٤- **مشكلة البحث** : يمكن صياغة مشكلة البحث فى عدد من التساؤلات التى تحاول الدراسة الحالية للأجابة عنها وهى كالأتى :

١: هل توجد إختلافات ذات دلالة إحصائية بين إدراكات العاملين لمستوى الذكاء الروحي بإختلاف خصائصهم الديموجرافية بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة ؟

٢ : هل توجد إختلافات ذات دلالة إحصائية بين إدراكات العاملين لمستوى جودة الخدمة بإختلاف خصائصهم الديموجرافية بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة .

٣: هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الروحى وجودة الخدمة المقدمة بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة ؟

٤: هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للذكاء الروحي على جودة الخدمة المقدمة بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة ؟

٥- الإطار النظرى و فروض البحث:

يشتمل الإطار النظري على مفهوم وأبعاد الذكاء الروحي ، ومفهوم وأبعاد جودة الخدمة ، ودور الذكاء الروحي فى تحسين مستوى جودة الخدمة .

٥/١- الذكاء الروحي :

٥/١/١- مفهوم الذكاء الروحي :

يعرف ***(King, 2008)*** الذكاء الروحي بأنه "مجموعة من القدرات العقلية التي تسهم في الوعي ، والتكامل ، للجوانب غير المادية والسامية داخل الفرد ، مما يؤدي إلى نتائج مثل التفكير الداخلى العميق ، وتعزيز المعنى الحقيقى للأشياء والإعتراف بالنفس المتسامية ***(Snelgar et al. , 2017)*** ، حيث أن الذكاء الروحي هو القدرة على تطبيق وإظهار وتجسيد الموارد

الروحية والقيم والصفات الخاصة بالفرد لتعزيز الأداء اليومي وتحقيق الرفاهية ***Pant & Srivastava, 2017)*** ، ويُعرف ***(Alregeb , 2022)*** الالذكاء الروحى بانه مجموعة السمات الفطرية والقيم الأخلاقية السامية ، والقدرات والخصائص الروحية التى تمكن الفرد من حل المشكلات وتحقيق الأهداف ، والتعامل الإيجابى مع المواقف والأحداث ، وزيادة الفاعلية فى الحياة ، وتحقيق السعادة النفسية ، والسلام الداخلى مع النفس والبيئة المحيطة .

٢/١/٥ – أبعاد الذكاء الروحي :

تم الإعتماد على مقياس ***(King & DeCicco, 2009)*** وهو المقياس الأساسى والذى إعتمدت عليه معظم الدراسات الآخرى بعد ذلك، والذى حدد أبعاد الذكاء الروحى إلى أربعة أبعاد وأتفقت العديد من الدراسات على هذا النموذج وهو مايعرف بإسم ***Spiritual Intelligence Self–Report Inventory (SISRI)*** النموذج رباعى الأبعاد كما تناولتها دراسة كلاً من ***(Karimi & Mohammadi, 2017 (، (Reding, 2018), Sultan, (et al., 2017) ، (Zhaleh & Ghonsooly, 2017) ، (Sunaryo, et al., (2017) ، (Roof, 2016) ، (Bonner, 2015) ، (Nurzaman & Amalia, (2022) .***

ويمكن تعريف أبعاد الذكاء الروحى وفق لدراسة ***(Alregeb , 2022)*** كالآتى :

(١) الوعي الشامل :

يتناول هذا البعد كأحد أبعاد الذكاء الروحى القدرة على ٱلإستمرار فى حالة التركيز والقدرة على التفكير التحليلى لما يدور حول الفرد من أحداث .

(٢) إيجاد المعنى الشخصى :

يشير هذا البعد الى قدرة الفرد على إستخلاص معنى الشخصية من جميع الجوانب المادية والعقلية .

(٣) الوعى المتسامى :

يتعلق هذا البعد بقدرة الفرد على فهم علاقاته بالبيئة المحيطة به سواء كانت البيئة الإجتماعية أو بيئة العمل .

(٤) التفكير النقدى :

يمتد هذا البُعد الى قدرة الفرد على التفكير بالأسئلة المتعلقة بما حوله من موجودات من أحداث ومواقف تستوجب عليه التفكير بصورة نقدية .

سعت دراسة ***(Putri & Wirawati, 2020)*** الى التعرف على دور الذكاء الروحى والذكاء العاطفى على الأداء المؤسسى ، وذلك بالتطبيق على العاملين بالمؤسسات الحكومية بولاية بادونج ريجنسى بدولة أندونسيا ، حيث إشتملت عينة الدراسة على عدد (٢٣٠) مسئول حكومى ، وتم إستخدام قائمة الإستصاء كأسلوب لجمع البيانات الأولية ، وأشارت نتائج الدراسة بأن هناك تأثير إيجابى ذو دلالة إحصائية بين كلاً من الذكاء الروحى والذكاء العاطفى على الأداء المؤسسى لمسئولى الحكومة محل الدراسة .

وفى نفس السياق سعت دراسة ***(Mohan & Thampi , 2020)*** الى معرفة دور الذكاء الروحى فى تحسين عملية الإلتزام التنظيمى بين مديرى البنوك فى ولاية كيرلا بدولة الهند بطريقة صحيحة ، وإشتملت عينة الدراسة على (٢٥٠) مفردة من مديرى البنوك محل الدراسة ، وتم إستخدام قائمة الإستقصاء كأداة لجمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة ، وأظهرت نتائج الدراسة بوجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد الذكاء الروحى والإلتزام التنظيمى للمديرين بالبنوك محل الدراسة .

كما سعت دراسة ***(Harwathy, 2021)*** الى كشف حقيقة العلاقة بين سلوك التعلم والذكاء العاطفى والذكاء الروحى على عملية الفهم و الإستيعاب وذلك على مجموعة من الطلبة فى تخصص المحاسبة ، وتراوح عددهم (٣٧٦) طال وطالبة وذلك بالجامعات الخاصة بمدينة دينباسار بدولة أندونسيا ، وتم إستخدام قائمة الإستقصاء كأسلوب لجمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة ، وأظهرت نتائج الدراسة أن سلوك التعلم له تأثير إيجابى ذو دلالة إحصائية على عملية الإستيعاب ولكن لاتوجد هناك علاقة لكلاً من الذكاء الروحى والذكاء العاطفى على عملية الفهم والإستيعاب .

بينما هدفت دراسة ***(Rahmawaty, et al., 2021)*** الى تحليل العلاقة بين الذكاء الروحى والذكاء العاطفى على الأداء الوظيفى ، وذلك بالتطبيق على العاملين بالمؤسسات التمويلية فى مدينة باتى الأندونسية ، وبلغت عينة الدراسة عدد (١٩٦) مفردة ، وتم إستخدام قائمة

الإستقصاء كأداة لجمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة ، وكشفت نتائج الدراسة أن هناك تأثير إيجابى ذو دلالة إحصائية بين الذكاء الروحى والذكاء العاطفى على الأداء الوظيفى ، ويوصى القائمون على إدارة هذه المؤسسات بزيادة مستويات الذكاء الروحى لما له من دور هام فى زيادة معدلات الأداء الوظيفى .

فى حين سعت دراسة ***(Nurzaman & Amalia, 2022)*** الى معرفة الدور الوسيط للذكاء الروحى فى تعزيز الجدارات القيادية على جودة الحياة الوظيفية فى الجامعات السعودية ، وقد إستخدمت الدراسة المنهج الوصفى التحليلى ، وتكونت عينة الدراسة من القادة الأكاديمين فى الجامعات السعودية الرسمية الواقعة ضمن حدود العاصمة السعودية الرياض ، والبالغ عددهم (٢٢٨) مفردة وإستخدمت قائمة الإستقصاء كأداة لجمع البيانات الأولية الازمة للدراسة ، وأظهرت النتائج الى أن القادة الأكاديمين فى الجامعات السعودية محل الدراسة يتمتعون بممارسة الذكاء الروحى بدرجات عالية المستوى ، كما أن الذكاء الروحى له تأثير إيجابى مباشر ذو دلالة إحصائية على جودة الحياة الوظيفية ، كما ان هناك تأثير إيجابى ذو دلالة إحصائية للجدارات القيادية على الذكاء الروحى ، كما أن الذكاء الروحى يلعب دوراً وسيطاً إيجابياً بين الجدارات القيادية وجودة الحياة الوظيفية فى الجامعات السعودية الرسمية محل الدراسة .

كما سعت دراسة ***(Latief & Hidayat, 2023)*** الى معرفة دور كلاً من الذكاء العاطفى والذكاء الروحى والذكاء الفكرى على الأداء الوظيفى ، وذلك على مجموعة من القيادات العاملة فى قطاع الأمن الغذائى بمقاطعة جنوب سولاويزى بدولة أندونسيا ، وبلغت عينة الدراسة عدد (٤٧) مفردة ، وتم إستخدام قائمة الإستقصاء كأداة لجمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة ، وكشفت نتائج الدراسة أن هناك تأثير إيجابى ذو دلالة إحصائية بين الذكاء الروحى والذكاء العاطفى والذكاء الفكرى على الأداء الوظيفى .

وفى ضوء ماسبق وتأصيلاً للفرض الذى تبنته الدراسة الحالية يمكننا صياغة الفرض على النحو التالى :

الفرض الأول : لا توجد إختلافات ذات دلالة إحصائية بين إدراكات العاملين لمستوى الذكاء الروحي بإختلاف خصائصهم الديموجرافية بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة ؟

٢/٥- مفهوم وأبعاد جودة الخدمة :

١/٢/٥ - مفهوم جودة الخدمة :

تعددت المفاهيم الخاصة بالخدمة ومفاهيم أخرى خاصة بجودة الخدمة وجاءت كالأتى :

تبنى ***(Kotler , 1997)*** تعريف الخدمة بأنها كل فعل أو إجراء يمكن لطرف أن يقدمه لطرف آخر ويكون أساساً غير ملموس ولا ينتج منه تملك لأى شىء وقد يرتبط أو لا يرتبط تقديمه بمنتج مادى ، كما يرى (نافع ، ٢٠١٥) أن الجودة تعتبر من الركائز الأساسية لنجاح المنظمة وذلك من خلال تقديم منتجات تحقق متطلبات ورضاء العملاء مما يساهم فى تعزيز الميزة التنافسية للمنظمة ، وتناول ***(Has et al., 2018)*** مفهوم الخدمة على أنها تقديم منتجات مجردة غير ملموسة التي يتم إنتاجها لغرض تلبية طلبات وتوقعات العملاء و التي يمكن تحديدها لتلبية كافة متطلبات المستهلكين باعتبارها الهدف الرئيسي والنشاط التى قامت عليه المنظمة و التي تولد الفائدة والرضا وتوضع في السوق بسعر معين لتلبية احتياجات الأفراد أو المجتمعات ، كما أن مفهوم جودة الخدمة بناء على توقعات العملاء وتصوراتهم و مقارنة لتوقعات العملاء وتصوراتهم بالواقع الفعلى التى قدمت به تلك الخدمة ، بينما عرف كلاً من (طه و حسين ، ٢٠٢٢) جودة الخدمة من خلال مُقدم الخدمة وتتمثل فى مطابقة الخدمة للمعايير الموضوعة والمتفق عليها ، بينما جودة الخدمة من منظور العميل فتكمن بمدى مواءمة هذه الخدمة لإستخداماته وإستعمالاته ، ومطابقتها لتوقعاته .

٢/٢/٥- أبعاد جودة الخدمة :

إتفقت معظم الدراسات السابقة مثل دراسة ***(Parasuraman, et al., 1994)*** ، ***(Nafei , 2015)*** ، ***(Has et al., 2018)*** ، ***(Colette, 2018)*** ،(إدريس وآخرون،٢٠١١) ،***(Hasbullah& Yusoff, 2018)*** ،***(Sigit Parawansa , 2018)*** ، ***(Mahendrayana & Indiani , 2018)*** ، ***(Nuridin, 2018)*** على أن أبعاد جودة الخدمة تنقسم الى خمسة أبعاد وهى (طه و حسين ، ٢٠٢٢) :

(١) الإعتمادية :

وتعنى القدرة على تقديم خدمات دقيقة دون أخطاء وفى الوقت المناسب للعميل ، بمعنى الإتساق فى التسليم وإحترام الإلزمات مع العملاء والوفاء بالوعود المبرمة معهم والمحافظة على سرية المعلومات الخاصة بهم .

(٢) الضمان :

يلعب سلوك الموظفين دور هام جداً فى تعزيز الثقة لدى العملاء تجاه المنظمة حتى تتمكن من إيجاد شعور بالأمان لعملائها ، وذلك من خلال الخدمة بإحترافية ومهنية وإنتهاج السلوك المهذب والقدرة على التواصل الجيد

(٣) الملموسية :

وهى ما يطلق عليها الأدلة المادية وتتعلق بالمرافق المادية والمعدات والألات والأدوات المستخدمة والأجهزة والموظفين ومواد الإتصال مثل الصورة الخارجية للمرافق ، ومواقف السيارات ، الوثائق ، وأنظمة المعلومات وغيرها . بشكل عام كل ما يراه العملاء بالعين والحواس ويمكن أن يظهر هذا على الموظف فى مكان تقديم الخدمة .

(٤) الإستجابة :

ويشير هذا البعد الى مدى إستعداد مقدمى الخدمة لمساعدة العملاء وتقديم الخدمة المطلوبة بصورة تتسم بالسرعة ، حيث مستوى الإستجابة هو المعيار الذى يقيس القدرة على حل المشكلات بصورة سريعة ، والتعامل مع الشكاوى بفعالية ، والإستعداد لمساعدة العملاء والإستجابة لطلب العميل ، بمعنى أن الإستجابة هى مستوى إستجابة مقدم الخدمة لما يريده العميل .

(٥) التعاطف :

يشير هذا البعد الى مدى توفير الرعاية والإهتمام الفردى بالعملاء ، ويعكس التعاطف العناية بالعملاء والإهتمام الشخصى لكل عميل ، ويتمثل ذلك فى إبداء روح الصداقة والحرص على رضا العميل وإشعاره بأهميته والرغبة فى تقديم الخدمة له حسب حاجاته .

تناولت دراسة ***(Selvi & Muthuchamy , 2020)*** أثر جودة الخدمة على رضا العملاء عن خدمات الإنترنت البنكية ، وذلك على مجموعة من العملاء فى منطقة تيرو نلفيلى ، تاميلناد بدولة الهند ، حيث بلغت عينة الدراسة (٢٤٥) مفردة من عملاء البنوك بالمنطقة محل الدراسة ، وتم إستخدام قائمة الإستقصاء كأسلوب لجمع البيانات الأولية اللازمة لهذه الدراسة ، وكشفت نتائج هذه الدراسة أن هناك تأثير إيجابى ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة على رضا العملاء عن خدمات الإنترنت البنكية المقدمة .

ومن إتجاه آخر تناولت دراسة ***(Ikraman & Syah, 2020)*** أثر التسويق العلائقى وجودة الخدمة ورضا العملاء كمتغيرات مستقلة على ولاء العملاء كمتغير تابع ، وذلك

بالتطبيق على مجموعة من شركات التجارة الإلكترونية (علم نور ***PT***) ، وإشتملت عينة الدراسة على مجموعة من العملاء بلغ عددهم (١٤٥) مفردة ، وتم إستخدام قائمة الإستقصاء كأسلوب لجمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة ، وأشارت نتائج الدراسة أن لايوجد تأثير معنوى للتسويق العلائقى على رضا العملاء كما أن جودة الخدمة أيضاً لاتؤثر على رضا وولاء العملاء .

بينما هدفت دراسة ***(Ahsan , et al., 2020)*** الى التعرف على أثر أبعاد جودة الخدمة على رضا المرضى وذلك بالتطبيق على المستشفيات الخاصة بمحافظة شيتاجون بدولة بنجلاديش ، وبلغت عينة الدراسة (٣٠٠) مفردة من المرضى لعدد (١٠) مستشفيات خاصة ، وتم الإستعانة بقائمة الإستقصاء كأداة لجمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة ، وأشارت نتائج الدراسة الى أن هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمة على رضا المرضى .

فى حين سعت دراسة ***(Lin , et al., 2021)*** الى معرفة تأثير المسئولية الإجتماعية على جودة الخدمة والصورة الذهنية للعلامة التجارية ، وذلك بالتطبيق على مجموعة من العملاء بالمؤسسات الإجتماعية بدولة تايوان ، وبلغت عينة الدراسة (٣١٦) عميل خلال شهر فبراير ٢٠١٨ ، وتم إستخدام قائمة الإستقصاء كأداة لجمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة ، وأشارت نتائج الدراسة الى أن المسئولية الإجتماعية تؤثر تأثيراً إيجابياً على جودة الخدمة والصورة الذهنية للعلامة التجارية .

كما سعت درسة ***(Dam & Dam , 2021)*** الى معرفة العلاقة بين جودة الخدمة كمتغير مستقل والصورة الذهنية للعلامة التجارية ورضا العملاء وولاء العملاء كمتغيرات تابعة فى هذه الدراسة ، وذلك بالتطبيق على عدد (٢٩٩) عميل (مستهلك) للهايبر ماركت بمنطقة هوتشى فى مدينة مينة بدولة فيتنام ، وتم الإستعانة بقائمة الإستقصاء كأداة لجمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة ، وأظهرت نتائج الدراسة أن هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة كمتغير مستقل وكلاً من الصورة الذهنية للعلامة التجارية ورضا وولاء العملاء كمتغيرات تابعة فى هذه الدراسة .

بينما هدفت دراسة ***(Abdirad & Krishnan, 2022)*** الى معرفة تأثير كفاءة سلاسل الإمداد الإلكترونية على جودة الخدمة ورضا العملاء ، وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من (١٥٠) عميل بالمواقع الإلكترونية بدولة إيران ، وتم الإستعانة بقائمة الإستقصاء كأداة لجمع

البيانات الأولية اللازمة للدراسة ، وأشارت نتائج الدراسة أن كفاءة سلاسل الإمداد الإلكترونية تؤثر تأثيراً إيجابى مباشر ذو دلالة إحصائية على جودة الخدمة ورضا العملاء ، كما أن هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين كفاءة سلاسل الإمداد الإلكترونية وجودة الخدمة ورضا العملاء .

فى حين بحثت دراسة (***Saraswati , 2022***) حالة توجه السوق وجودة الخدمة على رضا وولاء العملاء ، وذلك بالتطبيق على عملاء بنك شاريا بأندونسيا حيث بلغت عينة الدراسة (١٧٠) عميل من عملاء البنوك محل الدراسة ، وتم إستخدام قائمة الإستقصاء كأداة لجمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة ، وأشارت نتائج الدراسة الى أن هناك تأثير إيجابى ذو دلالة إحصائية نحو توجه السوق و جودة الخدمة على كلاً من رضا العملاء وولاء العملاء ، كما أن هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة ورضا وولاء العملاء .

وبطريقة آخرى سعت دراسة (***Anabila , et al., 2022***) الى معرفة دور رضاء العملاء كمتغير وسيط فى العلاقة بين جودة الخدمة وولاء العملاء ، وذلك بالتطبيق على مجموعة من العملاء الفنادق بدولة غانا ، وتم التطبيق على عينة مكونة من (٣١٣) مفردة من عملاء هذه الفنادق الفاخرة ذات الخمسة نجوم ، وتم إستخدام قائمة الإستقصاء كأداة لجمع البيانات اللازمة لهذه الدراسة ، وأظهرت نتائج هذه الدراسة أن هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية لجودة الخدمة على كلاً من رضا وسعادة العملاء وأيضاً ولاء العملاء .

بينما بحثت دراسة (***Kavitha & Gopinath, 2022***) تأثير جودة الخدمة على كلاً من رضا العملاء والكلمة المنطوقة وذلك بالتطبيق على عملاء البنوك التجارية بدولة الهند ، وتم إستهداف عينة مكونة من (٣٠٠) مفردة فى مقاطعة نيزيش ، وتم إستخدام قائمة الإستقصاء كأسلوب لجمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة ، وأشارت نتائج الدراسة أن هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمة ورضا العملاء كما أن جودة الخدمة الصحيحة تؤدى الى الكلمات المنطوقة الحسنة عن البنوك التجارية محل الدراسة ، كما أن تؤثر جودة الخدمة تأثيراً إيجابياً ذو دلالة إحصائية على كلاً من رضا العملاء والكلمة المنطوقة .

وسعت دراسة (***Kanyama, et al., 2022***) الى معرفة تأثير جودة الخدمة على ولاء العملاء بالتطبيق على عملاء مجموعة من الفنادق بمنطقة موينج بتايلاند أثناء جائحة كورونا ، حيث إشتملت عينة الدراسة على مجموعة من العملاء بلغت (٤٠٠) عميل ، وتم إستخدام الإستبيان الإلكترونى كأداة لجمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة ، وأشارت نتائج الدراسة الى أن

جودة الخدمة تؤثر تأثيراً إيجابياً على ولاء العملاء لهذه الفنادق محل الدراسة ، كما أن هناك إرتباط ذو دلالة إحصائية لجميع أبعاد جودة الخدمة على ولاء العملاء .

كما هدفت دراسة ***(Ahmed, et al., 2023)*** الى التعرف على العلاقة بين ولاء العملاء وتصورات جودة الخدمة وتأثير ذلك على رضا العملاء ، وذلك بالتطبيق على مجموعة من عملاء سلسلة مطاعم بدولة بنجلاديش ، وأشتملت عينة الدراسة على مجموعة من العملاء بلغ عددهم (٣٢٦) عميل ، وتم إستخدام أسلوب قائمة الإستقصاء كأداة لجمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة ، وأشارت نتائج الدراسة الى هناك تأثير إيجابى ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة على رضا العملاء .

بينما سعت دراسة ***(Chandra , 2023)*** الى التعرف على الدور الوسيط لرضا العملاء فى العلاقة بين جودة الخدمة وولاء العميل ، وذلك بالتطبيق على عملاء القطاع المصرفى بدولة بنجلاديش ، وإشتملت عينة الدراسة على عدد (٤٠٠) مفردة ، وتم إستخدام أسلوب قائمة الإستقصاء كأداة لجمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة ، وأشارت نتائج الدراسة الى أن هناك تأثير إيجابى ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة على رضا و ولاء العملاء .

فى حين بحثت دراسة ***(Prihadi, et al., 2023)*** الى معرفة تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء من المرضى وذلك بالتطبيق على مراكز الصحة المجتمعية بالقطاع الطبى بدولة أندونسيا ، وإشتملت عينة الدراسة على عدد (١٠٠) مفردة من المرضى ، وتم إستخدام أسلوب قائمة الإستقصاء كأداة أولية لجمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة ، وكشفت نتائج الدراسة الى هناك تأثير إيجابى ذو دلالة إحصائية بين جودة الخدمة ورضا العملاء من المرضى.

وسعت دراسة ***(Jasin & Firmansyah, 2023)*** الى التحقق من معرفة تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء ونية إعادة الشراء ، وذلك بالتطبيق على منتجات الشركات الصغيرة والمتوسطة للتجارة الإلكترونية ، و تكونت عينة الدراسة على مجموعة من المفردات بلغ عددها (٢١٢) مفردة ، وتم إستخدام أسلوب الإستقصاء الإلكترونى كأداة لجمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة ، وكشفت نتائج الدراسة الى أن هناك تأثير إيجابى كبير ذو دلالة إحصائية لجودة الخدمة على رضا العملاء ونية إعادة الشراء مرة آخرى .

وفى ضوء ماسبق وتأصيلاً للفرض الذى تبنته الدراسة الحالية يمكننا صياغة الفرض على النحو التالى :

الفرض الثاني : لا توجد إختلافات ذات دلالة إحصائية بين إدراكات العاملين لمستوى جودة الخدمة بإختلاف خصائصهم الديموجرافية بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة ؟

٣/٥ – دور الذكاء الروحي فى تحسين جودة الخدمة :

هناك مجموعة من الدراسات السابقة التى تناولت العلاقة بين الذكاء الروحى وجودة الخدمة بأكثر من صورة وفى أكثر من علاقة ولكن هناك ندرة فى الدراسات التى تناولت العلاقة بصورة مباشرة بين المتغيرات بصفة عامة وسوف نعرض مجموعة من الدراسات السابقة المختلفة لمجموعة من الدراسات الأجنبية بشىء من التفصيل وهى :

هدفت دراسة ***(Silingiene & Skeriene, 2014)*** الى التعرف على العلاقة بين الذكاء الروحي وجودة الخدمة من خلال منهج ونموذج نظري للعلاقة بين المتغيرين حيث قتم هذا البحث علي النموذج النظرى الخاص بالذكاء الروحي المعروف باسم ***Spiritual Intelligence Self–Report Inventory (SISRI)*** بأبعاده الأربعة وهى (التفكير النقدي ، انتاج المعنى الشخصى والوعى المتسامي والوعي الشامل)وأيضا نموذج ***SERVQUAL*** الخاص بجودة الخدمة بابعاده الخمسة (الإعتمادية ، الإستجابة ، التعاطف ، الضمان ، الملموسية) وبعد مراجعة الأدبيات السابقة من خلال الدوريات و المراجع والأبحاث والمنشورات فقد توصلت هذه الدراسة الى أن هناك علاقة إيجابية بين الذكاء الروحي وجودة الخدمة وفقا للنموذج الخاص بهذه الدراسة .

وعلى ذات المنهجية السابقة سعت دراسة ***(Silingiene & Skeriene, 2016)*** الى معرفة العلاقة بين الذكاء الروحي وجودة الخدمة حيث قامت هذه الدراسة لمعرفة مستوى الذكاء الروحى داخل المنظمات وأثره على جودة الخدمات داخل المؤسسات ، وكان الهدف من هذا البحث هو الكشف عن مظهر الروابط بين المتغيرين وتم تحديد الهدف من خلال إجراء تحليل لبعض المنشورات والأبحاث العلمية والمقارنات وتفسير البيانات والملخصات الخاصة بالدراسات السابقة ، وأظهرت عمليات التحليل السابقة للأدبيات العلمية التي سعت لمعرفة العلاقة بين المتغيرين والتحديات الأساسية التي تواجه الشركات ، حيث لابد من دعم أهمية جودة الخدمة من خلال رضا العملاء وتصوراتهم حول جودة الخدمات والتى تؤثر بشكل كبير في سلوك وإتجاهات العاملين

وبالتالى فبعد تحليل الدراسات السابقة كشف البحث أن هناك روابط وعلاقات إيجابية بين الذكاء الروحي للقائد وجودة الخدمة .

بينما هدفت دراسة ***(Radad & Einabadi, 2017)*** الى دراسة العلاقة بين الذكاء الروحى وجودة الخدمة ، وذلك بالتطبيق على عملاء (المكتبة المركزية بمؤسسة العتبة الرضوية المقدسة) بدولة إيران ، و بلغت عينة الدراسة (٣٨٤) مفردة من عملاء هذه المكتبة ، وتم إستخدام أسلوب قائمة الإستقصاء كأداة لجمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة ، وكشفت نتائج الدراسة أن هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الروحى وجودة الخدمة .

وفى ضوء ماسبق وتأصيلاً للفرض الذى تبناه البحث الحالي يمكننا صياغة الفرضين على النحو التالى :

- الفرض الثالث : لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الروحى وجودة الخدمة المقدمة بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة ؟
- الفرض الرابع : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للذكاء الروحي على جودة الخدمة المقدمة بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة ؟

٦- أهداف البحث :

يسعى البحث الحالي الى رفع مستوى جودة الخدمة بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة من خلال الذكاء الروحي مما يعمل على تحقيق رضا العملاء المتمثل في المرضى المتعاملون مع هذه المستشفيات الجامعية ، كما يهدف البحث الحالي إلى تحقيق الأهداف التالية أيضاً :

(١) التحقق من مدى وجود إختلافات ذات دلالة إحصائية بين إدراكات العاملين بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة لمستوى الذكاء الروحي وذلك بإختلاف خصائصهم الديموجرافية .

(٢) التحقق من مدى وجود إختلافات ذات دلالة إحصائية بين إدراكات العاملين بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة لمستوى جودة الخدمة وذلك بإختلاف خصائصهم الديموجرافية .

(٣) تحديد نوع وقوة العلاقة بين الذكاء الروحي وجودة الخدمة مأخوذاً بشكل إجمالي وكل بعد من أبعادها (الإعتمادية ، الضمان ، الملموسية ، الإستجابة ، التعاطف) على حده .

(٤) تحديد مدى وجود تأثير للذكاء الروحي على جودة الخدمة مأخوذاً بشكل إجمالي وكل بعد من أبعادها (الإعتمادية ، الضمان ، الملموسية ، الإستجابة ، التعاطف) على حده .

٧- منهجية البحث :

١/٧- البيانات الثانوية :

إعتمد الباحثان على مجموعة من البيانات الثانوية اللازمة لتحقيق أهداف البحث من خلال البيانات المتعلقة بالذكاء الروحي وجودة الخدمة وتتمثل مصادر هذه البيانات في مجموعة من الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات البحث التي تمت الإشاره اليها ، وقد إعتمد البحث على مجموعة من البيانات الثانوية اللازمة لتحقيق أهداف البحث من خلال الحصول على البيانات المتمثلة في عدد المستشفيات الجامعية والعاملين بها في منطقة وسط الدلتا وهى مستشفيات جامعة طنطا ، مستشفيات جامعة المنوفية ، مستشفيات جامعة المنصورة .

- وإعتمد الباحثان فى الحصول على البيانات الثانوية من عدة مصادر أبرزها :

* النشرات والتقارير الصادرة عن وزارة الصحة والخاصة بالمستشفيات الجامعية .
* البحوث والدراسات المنشورة وغير المنشورة .
* المراجع العربية والأجنبية والمجلات والدوريات .
* شبكة المعلومات الدولية .

٢/٧ / الدراسة الميدانية :

بالاضافة إلى البيانات الثانوية ، تم الإعتماد على البيانات الأولية اللازمة لتحقيق أهداف البحث ، وتتمثل فى توصيف مفهوم الذكاء الروحى بأنماطه المختلفة كمتغير مستقل ، ومفهوم جودة الخدمة كمتغير تابع ،و إعتمد الباحثان فى الحصول على البيانات الأولية حول المتغيرات السابق ذكرها على قائمة إستقصاء موجهة إلى عينة البحث المكونة من (الأطباء ، هيئة التمريض ، الإداريين) وذلك بالمستشفيات الجامعية محل البحث فى ضوء عدد من المقاييس المعتمدة .

٨-حدود البحث :

تتمثل حدود البحث ، فيما يأتى :

١ : الحدود الخاصة بمجتمع البحث :

إقتصر البحث الحالي على مستشفيات وسط الدلتا وهم (مستشفيات جامعة طنطا ، مستشفيات جامعة المنوفية ، مستشفيات جامعة المنصورة) وذلك بسبب قيود الوقت والتكلفة ، كما إقتصر

البحث الحالي أيضاً على العاملين من (الأطباء ، هيئة التمريض ، والإداريين) بالمستشفيات الجامعية محل البحث .

٢: الحدود الخاصة بموضوع البحث :

إقتصر البحث على دراسة نموذج ***(King & DeCicco, 2009)*** ، والذى حدد أبعاد الذكاء الروحى إلى أربعة أبعاد (التفكير النقدي ، إنتاج المعني الشخصي ، الوعي المتسامي ، الوعي الشامل) وأتفقت العديد من الدراسات على هذا النموذج وهو مايعرف بإسم ***Spiritual Intelligence Self-Report Inventory (SISRI)*** ، كما تم الإعتماد على نموذج ***(Parasuraman, et al., 1994)*** والخاص بجودة الخدمة والذى يتناول الأبعاد الآتية (الضمان ، الإعتمادية ، الإستجابة ، الملموسية ، التعاطف)

٩- مجتمع وعينة البحث :

١/٩- مجتمع البحث :

يمثل مجتمع البحث جميع المفردات التى تمثل الظاهرة موضوع البحث ، والتى تشترك فى صفة معينة أو أكثر والمطلوب جمع البيانات حولها (إدريس ، ٢٠١٢) ، وفى ضوء ذلك فإن مجتمع البحث يشمل جميع العاملين الدائمين من فئة الأطباء وهيئة التمريض بمستشفيات وسط الدلتا متمثلة في (جامعة طنطا ، مستشفيات جامعة المنوفية ، مستشفيا جامعة المنصورة) كما هو موضح بجدول رقم (١) .

جدول رقم (١) بيان بإجمالى عدد العاملين بمستشفيات جامعات وسط الدلتا (طنطا ، المنوفية ، المنصورة) من الأطباء وهيئة التمريض والإداريين

	المستشفيات التابعة	الأطباء		هيئة التمريض		الإداريين		الإجمالي	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%	العدد	%
جامعة طنطا	الرئيس	١٤٧	١١.١٥	١٦٨٣	١٧.٧٢	٣٦٧	١٠.٥٥	٢١٩٧	١٥.٣٧
	الرمد	٣٨	٢.٨٨	٣٨٥	٤.٠٥	١٣٦	٣.٩١	٥٥٩	٣.٩١
	الطلبة	٣٩	٢.٩٥	٤٤٥	٤.٦٨	١٨٧	٥.٣٧	٦٧١	٤.٦٩
	الباطنة	٢١	١.٥٩	٢٤٥	٢.٥٧	٩٨	٢.٨١	٣٦٤	٢.٥٤
	الطوارئ	٤٦	٣.٤٩	٥٢٦	٥.٥٣	١٦٣	٤.٦٨	٧٣٥	٥.١٤

	العيادة الشاملة	١٦	١.٢١	٢٢٤	٢.٣٥	٩٤	٢.٧٠	٣٣٤	٢.٣٣
	الإجمالي	٣٠٧	٢٣.٢٩ %	٣٥٠٨	%٣٦.٩٣	١٠٤٥	٣٠..٠٥	٤٨٦٠	% ٣٤
جامعة المنوفية	الرئيس	١١٠	٨.٣٤	١٢٤٥	١٣.١٠	٥٦٧	١٦.٣٠	١٩٢٢	١٣.٤٤
	معهد الكبد	٤٢	٣.١٨	٣٢٢	٣.٣٩	١٤٨	٤.٢٥	٥١٢	٣.٥٨
	الطلبة	١٧٤	١٣.٢٠	١٦٥	١.٧٣	٤٧	١.٣٥	٣٨٦	٢.٧٠
	الإجمالي	٣٢٦	٢٤.٧٣ %	١٧٣٢	%١٨.٢٣	٧٦٢	٢١.٩١	٢٨٢٠	%١٩.٧٣
جامعة المنصورة	المنصورة الجامعى	٢٤٣	١٨.٤٣	١٧٤٨	١٨.٤٠	٨٤٩	٢٤.٤١	٢٨٤٠	١٩.٨٧
	مركز الكلى وجراحة المسالك البولية	٦٥	٤.٩٣	٣٥٩	٣.٧٨	٨٤	٢.٤١	٥٠٨	٣.٥٥
	مركز الجهاز الهضمى	٣٣	٢.٥٠	٢١٨	٢.٢٩	٩١	٢.٦١	٣٤٢	٢.٣٩
	مركز العيون	٣٤	٢.٥٧	١٤٣	١.٥٠	٦٩	١.٩٨	٢٤٦	١.٧٢
	الطوارىء	٩٠	٦.٨٢	٦٧٢	٧.٠٧	١٩٨	٥.٦٩	٩٦٠	٦.٧١
	الأطفال	١٢٨	٩.٧١	٥٣٥	٥.٦٣	١٣٩	٣.٩٩	٨٠٢	٥.٦١
	الباطنة	٥٧	٤.٣٢	٢٨٦	٣.٠١	١٢٧	٣.٦٥	٤٧٠	٣.٢٨
	مركز الأورام	٣٥	٢.٦٥	٢٩٦	٣.١١	١١٣	٣.٢٤	٤٤٤	٣.١٠
	الإجمالي	٦٨٥	%٥١.٩	٤٢٥٧	%٤٤.٨	١٦٧٠	٤٨	٦٦١٢	%٤٦.٢٦
الإجمالى		١٣١٨	%١٠٠	٩٤٩٧	%١٠٠	٣٤٧٧	%١٠٠	١٤٢٩٢	%١٠٠

المصدر : من إعداد الباحث وفقاً للإدارة العامة لمركز المعلومات بجامعة طنطا، ،جامعة المنوفية ، جامعة المنصورة إدارة الإحصاء والمعلومات .

٢/٩- عينة البحث :

نظرا لكبر حجم مجتمع البحث الذى تخطى (١٤٢٩٢) من العاملين وإرتفاع التكلفة الخاصة بعملية البحث وطول الوقت كعاملين أساسيين لابد من مراعاتهم فى عملية البحث العلمى ، فقد تقرر إختيار أسلوب العينات لجمع البيانات الخاصة بالبحث حيث إعتمد الباحث على عينة عشوائية ممثلة لمجتمع البحث محل الدراسة .

وفيما يتعلق بعينة البحث فقد تم تحديد حجم العينة وفقاً للقانون الآتي:

$$n = \frac{NZ^2 P(1-P)}{Ne^2 + Z^2 p(1-p)}$$

حيث إن :

n = حجم العينة المطلوبة

N = مجتمع البحث (العدد الإجمالى لمفردات مجتمع البحث) .

Z = حدود الخطأ المعيارى وهى ١.٩٦ فى ظل مستوى ثقة ٩٥ % .

p = نسبة عدد مفردات العينة التي تتوافر فيها الخاصية محل الدراسة وهى = ٥٠% .

e = هى خطأ العينة المسموح به في تقدير النسبة وهى = ٠,٠٥.

وباستخدام المعادلة السابقة يتضح أن حجم العينة : ٣٧٤ مفردة (عامل)

$$\textbf{حجم العينة} = \frac{١٤٢٩٢ \times (١.٩٦)^{٢} \times ٠,٢٥}{١٤٢٩٢ \times ٠,٠٠٢٥ + (١.٩٦)^{٢} \times ٠,٢٥} = ٣٧٤ \text{ عامل}$$

جدول رقم (٢)حجم العينة فى كل طبقة من طبقات مجتمع البحث

	المستفيدات التابعة	الأطباء			هيئة التمريض			الإداريين			الإجمالي		
		المجتمع	%	العينة	المجتمع	%	العينة	المجتمع	%	العينة	المجتمع	%	العينة
جامعة طنطا	الرئيس	١٤٧	١١.١٥	٣	١٦٨٣	١٧.٧٢	٤٣	٣٦٧	١٠.٥٥	١٠	٢١٩٧	١٥.٣٧	٥٦
	الرمد	٣٨	٢.٨٨	١	٣٨٥	٤.٠٥	١١	١٣٦	٣.٩١	٤	٥٥٩	٣.٩١	١٦
	الطلبة	٣٩	٢.٩٥	١	٤٤٥	٤.٦٨	١٢	١٨٧	٥.٣٧	٥	٦٧١	٤.٦٩	١٨
	الباطنة	٢١	١.٥٩	١	٢٤٥	٢.٥٧	٦	٩٨	٢.٨١	٢	٣٦٤	٢.٥٤	٩
	الطوارئ	٤٦	٣.٤٩	١	٥٢٦	٥.٥٣	١٣	١٦٣	٤.٦٨	٤	٧٣٥	٥.١٤	١٨
	العيادة الشاملة	١٦	١.٢١	١	٢٢٤	٢.٣٥	٧	٩٤	٢.٧٠	٢	٣٣٤	٢.٣٣	١٠
	الإجمالى	٣٠٧	%٢٣.٢	٨	٣٥٠٨	%٣٦.٩	٩٢	١٠٤٥	%٣٠	٢٧	٤٨٦٠	% ٣٤	١٢٧
جامعة المنوفية	الرئيس	١١٠	٨.٣٤	٣	١٢٤٥	١٣.١٠	٣٢	٥٦٧	١٦.٣٠	١٤	١٩٢٢	١٣.٤٤	٥٠
	معهد الكبد	٤٢	٣.١٨	١	٣٢٢	٣.٣٩	٩	١٤٨	٤.٢٥	٣	٥١٢	٣.٥٨	١٥

	الطلبة	١٧٤	١٣.٢٠	٥	١٦٥	١.٧٣	٥	٤٧	١.٣٥	٣	٣٨٦	٢.٧٠	١٠
	الإجمالى	٣٢٦	٢٤.٧%	٩	١٧٣٢	١٨.٢%	٤٦	٧٦٢	٢١.٩	٢٠	٢٨٢٠	١٩.٧٣%	٧٥
جامعة المنصورة	المنصورة الجامعى	٢٤٣	١٨.٤	٧	١٧٤٨	١٨.٤٠	٤٥	٨٤٩	٢٤.٤	٢١	٢٨٤٠	١٩.٨٧	٧٤
	مركز الكلى وجراحة المسالك البولية	٦٥	٤.٩٣	٢	٣٥٩	٣.٧٨	١٠	٨٤	٢.٤١	٣	٥٠٨	٣.٥٥	١٣
	مركز الجهاز الهضمى	٣٣	٢.٥٠	١	٢١٨	٢.٢٩	٦	٩١	٢.٦١	٢	٣٤٢	٢.٣٩	٩
	مركز العيون	٣٤	٢.٥٧	١	١٤٣	١.٥٠	٤	٦٩	١.٩٨	٣	٢٤٦	١.٧٢	٧
	الطوارىء	٩٠	٦.٨٢	٣	٦٧٢	٧.٠٧	١٦	١٩٨	٥.٦٩	٥	٩٦٠	٦.٧١	٢٦
	الأطفال	١٢٨	٩.٧١	٣	٥٣٥	٥.٦٣	١٤	١٣٩	٣.٩٩	٤	٨٠٢	٥.٦١	٢٠
	الباطنة	٥٧	٤.٣٢	٢	٢٨٦	٣.٠١	٧	١٢٧	٣.٦٥	٣	٤٧٠	٣.٢٨	١٢
	مركز الأورام	٣٥	٢.٦٥	١	٢٩٦	٣.١١	٧	١١٣	٣.٢٤	٢	٤٤٤	٣.١٠	١١
	الإجمالى	٦٨٥	٥١.٩	٢٠	٤٢٥٧	٤٤.٨%	١٠٩	١٦٧٠	٤٨%	٤٣	٦٦١٢	٤٦.٢%	١٧٢
الإجمالى		١٣١٨	١٠%	٣٧	٩٤٩٧	٦٦%	٢٤٧	٣٤٧٧	٢٤%	٩٠	١٤٢٩٢	١٠٠%	٣٧٤

المصدر : من إعداد الباحث وفقاً للإدارة العامة لمركز المعلومات بجامعة طنطا، ،جامعة المنوفية ، جامعة المنصورة إدارة الإحصاء والمعلومات .

٣/٩- وحدة المعاينة :

وهى تلك المفردة التى سوف يتم توجيه قائمة الإستقصاء إليها، نظرا لتوافر الإجابات لديها والتى وقع الاختيار عليها عند سحب العينة ، و تمثلت وحدة المعاينة فى كل من يعمل من فئة الأطباء وهيئة التمريض والإداريين بالمستشفيات الجامعية بوسط الدلتا (مستشفيات جامعة طنطا ، مستشفيات جامعة المنوفية ، مستشفيات جامعة المنصورة) .

١٠- متغيرات البحث والمقاييس المستخدمة :

١/١٠- متغيرات البحث :

(أ) المتغير المستقل (الذكاء الروحى)

تم الإعتماد على مقياس ***(King & DeCicco, 2009)*** وهو المقياس الأساسى والذى إعتمدت عليه معظم الدراسات الآخرى بعد ذلك، والذى حدد أبعاد الذكاء الروحى إلى أربعة أبعاد وأتفقت العديد من الدراسات على هذا النموذج وهو مايعرف بإسم ***Spiritual***

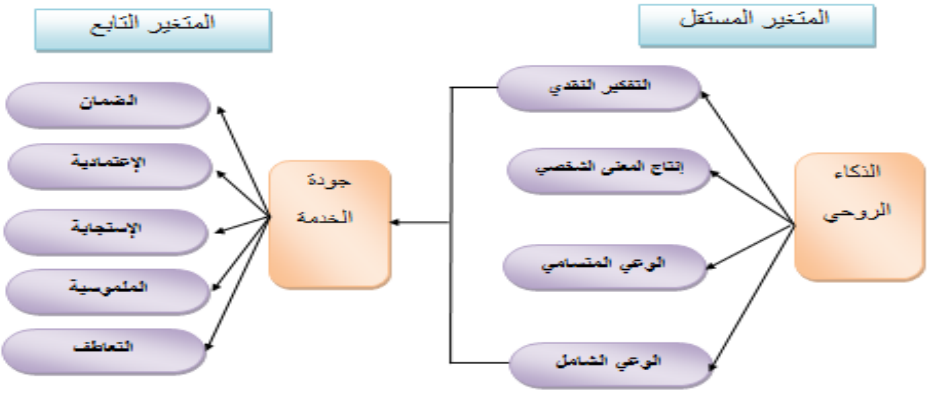
النموذج رباعى الأبعاد كما تناولتها ***Intelligence Self-Report Inventory (SISRI)*** دراسة كلاً من ***(Karimi & Mohammadi, 2017) ,(Reding, 2018), Sultan, ، (et al., 2017) ، (Zhaleh & Ghonsooly, 2017) ، (Sunaryo, et al., 2017) ، (Roof, 2016) ، (Bonner, 2015) ، (Nurzaman & Amalia, 2022)*** ، وتمثلت أبعاده فى (توسع حالة الوعى ، إيجاد المعنى الشخصى ، الوعى المتسامى ، التفكير النقدى)

حيث يتمتع مقياس ***(King & DeCicco, 2009)*** بدرجة عالية من الصدق والثبات ، ولذلك تم الاستعانة بهذا المقياس في الدراسة الحالية، ويشتمل على (٢٤) عبارة منها عدد (٧) عبارات تخص البعد الأول وهو التفكير النقدى ، و عدد (٥) عبارات تخص البعد الثانى وهو إنتاج المعنى الشخصى و كذلك عدد (٧) عبارات تخص البعد الثالث وهو الوعى المتسامى ، وعدد (٥) عبارات تخص البعد الرابع وهو الوعى الشامل .

(ب) المتغير التابع (جودة الخدمة)

إعتمد البحث الحالي على دراسة ***(Parasuraman, et al., 1994) ، Nafei , (2015) ، (Has et al., 2018) ، (Colette, 2018)*** ،(إدريس وآخرون،٢٠١١) ، ***(Sigit Parawansa , 2018)، (Hasbullah& Yusoff, 2018) ، (Mahendrayana & Indiani , 2018) ، (Nuridin, 2018)*** على أن أبعاد جودة الخدمة تنقسم الى خمسة أبعاد وهى (الإعتمادية ، الضمان ، الملموسية ، الإستجابة ، التعاطف) تم الاستعانة بمقياس ***(Parasuraman, et al., 1994)*** في البحث الحالي ، ويشتمل على (٢٠) عبارة منها عدد (٤) عبارات تخص البعد الأول وهو الملموسية ، و كذلك عدد (٤٥) عبارات تخص البعد الثانى وهو الإعتمادية و كذلك عدد (٤) عبارات تخص البعد الثالث وهو الإستجابة ، وعدد (٤) عبارات تخص البعد الرابع وهو الضمان ، وأيضاُ عدد (٤) عبارات تخص البعد الخامس وهو التعاطف .

نموذج تحليل متغيرات البحث



٢/١٠- المقاييس المستخدمة فى البحث :

١/٢/١٠ : مقياس الذكاء الروحى (المتغير المستقل) :

يمثل الذكاء الروحى المتغير المستقل في البحث وقد إعتمد الباحث على مقياس (***King & DeCicco, 2009***) وذلك لتمتعه بدرجة عالية من الصدق والثبات ، الذكاء الروحي يتمتع بأربعة أبعاد هي (التفكير النقدي ، إنتاج المعني الشخصي ، الوعي المتسامي ، الوعي الشامل) .

٢/٢/١٠ : مقياس جودة الخدمة (المتغير التابع) :

تمثل جودة الخدمة المتغير التابع في البحث ، وقد إعتمد الباحث على مقياس ***(Parasuraman, et al., 1994)*** وذلك لتمتعه بدرجة عالية من الصدق والثبات ، جودة الخدمة تتمتع بخمسة أبعاد هي(الضمان ، الإعتمادية ، الإستجابة ، الملموسية ، التعاطف)

١١-أساليب تحليل البيانات وإختبار الفروض

١/١١ – أساليب تحليل البيانات :

تم اختيار بعض الأساليب الإحصائية المناسبة لهذا البحث ، والمتوافرة فى حزم البرامج الاحصائية المتقدمة ***Spss*** ، وذلك فى ضوء بعض المعايير ، من بينها عدد المتغيرات ونوع البيانات ومستوى القياس وعدد العينات وحجمها، وأنواعها وأغراض التحليل ، وهذه الأساليب هى :

(أ) أسلوب معامل الإرتباط ألفا Alpha Correlation Coefficient

سوف يتم إستخدام هذا الأسلوب لتحقق من درجة المصداقية والثبات فى المقاييس متعددة المحتوى المستخدمة فى البحث الحالى ، وتم اختيار هذا الأسلوب دون غيره من أساليب تحليل الثبات فى المقاييس لتركيزه على درجة الاتساق الداخلى بين العبارات التى يتكون منها كل متغير من المتغيرات التى تشتمل عليها المقاييس الخاضعة للاختيار ، وتتعلق هذه المقاييس فى البحث الحالى بكل من مقياس الذكاء الروحى ومقياس جودة الخدمة للمستشفيات الجامعية محل الدراسة .

(ب) أسلوب تحليل التباين أحادى الإتجاه : One – Way ANOVA

وهو أحد الأساليب الإحصائية لتحليل العلاقة بين المتغير التابع ، وعدد من المتغيرات المستقلة الخاضعة للبحث ، وسوف يستعين الباحث بهذا الأسلوب فى البحث الحالى بهدف تحديد درجة التشابه أو الإختلاف بين العاملين بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة لدرجة الذكاء الروحى وكذلك لمستوى جودة الخدمة .

(ج) أسلوب تحليل الانحدار والارتباط المتعدد Multi Regression and Correlation

يعرض هذا الجزء طبيعة ومبررات أسلوب تحليل الانحدار والإرتباط المتعدد فى هذا البحث والمتوفرة فى حزمة البرامج الإحصائية المتقدمة ***(Spss)*** وهى كالأتى :

* الكشف عن نوع ودرجة العلاقة بين الذكاء الروحى بأبعاده المتعددة كمتغيرات مستقلة ومستوى جودة الخدمة كمتغير تابع فى المستشفيات الجامعية محل الدراسة والتحقق من درجة وقوة هذه العلاقة (تحليل الارتباط) .

* تحديد الأهمية النسبية لأبعاد الذكاء الروحى وأكثرها تأثيراً فى مستوى جودة الخدمة للعاملين بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة .

٢/١١ – أساليب إختبار فروض البحث :

إستخدم الباحثان عدداً من الإختبارات الإحصائية والتي تناسب أساليب التحليل المستخدمة من أجل إختبار فروض هذا البحث ، وتتمثل هذه الإختبارات في الآتي :

(أ) إختبار (ف) ***F-Test*** المصاحب لأسلوب تحليل التباين أحادي الإتجاه ، وتم إستخدامه بغرض إختبار الفرضين الأول والثاني بمدى وجود إختلافات معنوية بين إدراك المستقصى منهم في المستشفيات الجامعية محل الدراسة وذلك بإختلاف خصائصهم الديموجرافية نحو مستوى

الذكاء الروحي مأخوذاً بشكل إجمالي ونحو كل متغير من متغيراته على حده ، وواقع مستوى جودة الخدمة مأخوذاً بشكل إجمالي ونحو كل متغير من متغيراته على حده .

(ب) إختبار (ت) ***T-Test*** وتم إستخدامه بغرض إختبار الفرضين الأول والثاني بمدى وجود إختلافات معنوية بين إدراك المستقصى منهم في المستشفيات الجامعية محل الدراسة وذلك بإختلاف خصائصهم الديموجرافية نحو مستوى الذكاء الروحي مأخوذاً بشكل إجمالي ونحو كل متغير من متغيراته على حده ، وواقع مستوى جودة الخدمة مأخوذاً بشكل إجمالي ونحو كل متغير من متغيراته على حده .

(ج) إختبار (ف) ***F-Test*** و إختبار (ت) ***T- Test*** : المصاحبان لأسلوبي تحليل الإنحدار والإرتباط المتعدد **Multi Regression and Correlation Analysis**

وتم إستخدامهما بهدف إختبار الفرضين الثالث والرابع واللذان يتعلقان بتحديد نوع وقوة العلاقة والتأثير بين الذكاء الروحي وجودة الخدمة مأخوذا بشكل إجمالي ، وكل متغير من عباراته الضمان ، الإعتمادية ، الإستجابة ، الملموسية ، التعاطف) .

١٢- التحقق من مستوى الثبات / الإعتمادية في المقاييس :

للتحقق من ثبات مقاييس البحث ، قام الباحثان باستخدام أسلوب معامل الارتباط ألفا ***Alpha*** ***Correlation Coefficient*** بإعتباره أكثر أساليب تحليل الاعتمادية ***Reliability*** دلالة في تقييم درجة التناسق الداخلي بين بنود المقياس الخاضع للاختبار.

وقبل إجراء هذا التحليل، فقد تقرر استبعاد أي متغير يحصل علي معامل ارتباط إجمالي ***Item-Total Correlation*** أقل من ٠.٣ بينه وبين باقي المتغيرات في المقياس نفسه (إدريس، ٢٠١٢) . وبعد فحص معاملات الارتباط الكُلية لكل متغير من المتغيرات الفرعية المستخدمة وفي ضوء ماسبق تم تطبيق أسلوب معامل الإرتباط الفا على كل من مقياس الذكاء الروحي وجودة الخدمة ، فإنه تم استبعاد أي متغير فرعي لأي من هذه المقاييس الرئيسة في حالة عدم قدرته علي الوفاء بهذا المعيار وذلك بغرض تحسين درجة الاعتمادية للمقياس المستخدم .

جدول رقم (٣)تقييم درجة الإتساق الداخلي بين محتويات المقاييس المستخدمة في الدراسة

	المتغيرات	عدد العبارات	معامل الثبات الفا كرونباخ (Alpha)
مقياس الذكاء الروحي			
١	التفكير النقدي	٧	٠.٧٨٢
٢	إنتاج المعنى الشخصي	٥	٠.٨٢٤
٣	الوعي المتسامي	٧	٠.٨١٠
٤	الوعى الشامل	٥	٠.٨٦٦
	إجمالي مقياس الذكاء الروحي	٢٤	٠.٨٣٢
مقياس جودة الخدمة			
١	الملموسية	٤	٠.٧٤٧
٢	الإعتمادية	٤	٠.٨٥٨
٣	الإستجابة	٤	٠.٦٥٨
٤	الضمان	٤	٠.٨١٩
٥	التعاطف	٤	٠.٨٤٨
	إجمالي مقياس جودة الخدمة	٢٠	٠.٨٤٣

المصدر : نتائج التحليل الإحصائي

(أ) مستوى الثبات / الإعتمادية في مقياس التفكير النقدي :

إعتماداً على المعيار السابق الإشارة اليه وبعد فحص معاملات الإرتباط للعبارات التي إشتمل عليها المقياس (٧) عبارات ، تقرر عدم إستبعاد أي متغير نظراً لعدم وجود معامل إرتباط إجمالي بين أي عبارة والعبارات الآخرى في نفس المقياس أقل من (٠.٣٠) ، كما أظهرت نتائج تحليل الإعتمادية أن معامل ألفا وصل للمقياس الإجمالي المستخدم في قياس التفكير النقدي الى (٠.٧٨٢) ويعكس معامل ألفا الذي تم التوصل اليه درجة عالية من الثبات أو الإعتمادية في المقاييس المستخدمة في البحوث الاجتماعية .

(ب) مستوى الثبات / الإعتمادية في مقياس إنتاج المعنى الشخصي :

إعتماداً على المعيار السابق الإشارة اليه وبعد فحص معاملات الإرتباط للعبارات التي إشتمل عليها المقياس (٥) عبارات ، تقرر عدم إستبعاد أي متغير نظراً لعدم وجود معامل إرتباط إجمالي بين أي عبارة والعبارات الآخرى في نفس المقياس أقل من (.٣٠) ، كما أظهرت نتائج تحليل الإعتمادية أن معامل ألفا وصل للمقياس الإجمالي المستخدم في قياس إنتاج المعنى

الشخصى الى (٠.٨٢٤) ويعكس معامل ألفا الذي تم التوصل اليه درجة عالية من الثبات أو الإعتمادية في المقاييس المستخدمة في البحوث الاجتماعية .

(ج) مستوى الثبات / الإعتمادية في مقياس الوعي المتسامي :

إعتماداً على المعيار السابق الإشارة اليه وبعد فحص معاملات الإرتباط للعبارات التي إشتمل عليها المقياس (٧) عبارات ، تقرر عدم إستبعاد أي متغير نظراً لعدم وجود معامل إرتباط إجمالي بين أي عبارة والعبارات الآخرى في نفس المقياس أقل من (٠.٣٠) ، كما أظهرت نتائج تحليل الإعتمادية أن معامل ألفا وصل للمقياس الإجمالي المستخدم في قياس الوعي المتسامي الى (٠.٨١٠) ويعكس معامل ألفا الذي تم التوصل اليه درجة عالية من الثبات أو الإعتمادية في المقاييس المستخدمة في البحوث الاجتماعية .

(د) مستوى الثبات / الإعتمادية في مقياس الوعي الشامل :

إعتماداً على المعيار السابق الإشارة اليه وبعد فحص معاملات الإرتباط للعبارات التي إشتمل عليها المقياس (٥) عبارات ، تقرر عدم إستبعاد أي متغير نظراً لعدم وجود معامل إرتباط إجمالي بين أي عبارة والعبارات الآخرى في نفس المقياس أقل من (٠.٣٠) ، كما أظهرت نتائج تحليل الإعتمادية أن معامل ألفا وصل للمقياس الإجمالي المستخدم في قياس الوعي الشامل الى (٠.٨٦٦) ويعكس معامل ألفا الذي تم التوصل اليه درجة عالية من الثبات أو الإعتمادية في المقاييس المستخدمة في البحوث الاجتماعية .

(هـ) مستوى الثبات / الإعتمادية في مقياس الملموسية

إعتماداً على المعيار السابق الإشارة اليه وبعد فحص معاملات الإرتباط للعبارات التي إشتمل عليها المقياس (٤) عبارات ، تقرر عدم إستبعاد أي متغير نظراً لعدم وجود معامل إرتباط إجمالي بين أي عبارة والعبارات الآخرى في نفس المقياس أقل من (٠.٣٠) ، كما أظهرت نتائج تحليل الإعتمادية أن معامل ألفا وصل للمقياس الإجمالي المستخدم في قياس الملموسية الى (٠.٧٤٧) ويعكس معامل ألفا الذي تم التوصل اليه درجة عالية من الثبات أو الإعتمادية في المقاييس المستخدمة في البحوث الاجتماعية .

(و) مستوى الثبات / الإعتمادية في مقياس الإعتمادية :

إعتماداً على المعيار السابق الإشارة اليه وبعد فحص معاملات الإرتباط للعبارات التي إشتمل عليها المقياس (٤) عبارات ، تقرر عدم إستبعاد أي متغير نظراً لعدم وجود معامل إرتباط

إجمالي بين أي عبارة والعبارات الآخرى في نفس المقياس أقل من (٠.٣٠) ، كما أظهرت نتائج تحليل الإعتمادية أن معامل ألفا وصل للمقياس الإجمالي المستخدم في قياس الإعتمادية الى (٠.٨٥٨) ويعكس معامل ألفا الذي تم التوصل اليه درجة عالية من الثبات أو الإعتمادية في المقاييس المستخدمة في البحوث الاجتماعية .

(ز) مستوى الثبات / الإعتمادية في مقياس الإستجابة :

إعتماداً على المعيار السابق الإشارة اليه وبعد فحص معاملات الإرتباط للعبارات التي إشتمل عليها المقياس (٤) عبارات ، تقرر عدم إستبعاد أي متغير نظراً لعدم وجود معامل إرتباط إجمالي بين أي عبارة والعبارات الآخرى في نفس المقياس أقل من (٠.٣٠) ، كما أظهرت نتائج تحليل الإعتمادية أن معامل ألفا وصل للمقياس الإجمالي المستخدم في قياس الإستجابة الى (٠.٦٥٨) ويعكس معامل ألفا الذي تم التوصل اليه درجة عالية من الثبات أو الإعتمادية في المقاييس المستخدمة في البحوث الاجتماعية .

(ح) مستوى الثبات / الإعتمادية في مقياس الضمان :

إعتماداً على المعيار السابق الإشارة اليه وبعد فحص معاملات الإرتباط للعبارات التي إشتمل عليها المقياس (٤) عبارات ، تقرر عدم إستبعاد أي متغير نظراً لعدم وجود معامل إرتباط إجمالي بين أي عبارة والعبارات الآخرى في نفس المقياس أقل من (٠.٣٠) ، كما أظهرت نتائج تحليل الإعتمادية أن معامل ألفا وصل للمقياس الإجمالي المستخدم في قياس الضمان الى (٠.٨١٩) ويعكس معامل ألفا الذي تم التوصل اليه درجة عالية من الثبات أو الإعتمادية في المقاييس المستخدمة في البحوث الاجتماعية .

(ط) مستوى الثبات / الإعتمادية في مقياس التعاطف :

إعتماداً على المعيار السابق الإشارة اليه وبعد فحص معاملات الإرتباط للعبارات التي إشتمل عليها المقياس (٤) عبارات ، تقرر عدم إستبعاد أي متغير نظراً لعدم وجود معامل إرتباط إجمالي بين أي عبارة والعبارات الآخرى في نفس المقياس أقل من (٠.٣٠) ، كما أظهرت نتائج تحليل الإعتمادية أن معامل ألفا وصل للمقياس الإجمالي المستخدم في قياس التعاطف الى (٠.٨٤٨) ويعكس معامل ألفا الذي تم التوصل اليه درجة عالية من الثبات أو الإعتمادية في المقاييس المستخدمة في البحوث الاجتماعية .

١٣- نتائج الدراسة الميدانية :

١/١٣- التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة

(أ) التحليل الوصفي للذكاء الروحي

تعكس الخصائص الوصفية لمتغيرات البحث المعلمات الاحصائية الرئيسة ، التي توضح خصائص المتغيرات وتتضمن الخصائص الأساسية كالمتوسط الحسابي والانحراف المعياري بالإضافة إلى الجداول التكرارية، وذلك بالتطبيق على آراء المستقصى منهم ، ويوضح الجزء الآتي الإحصاءات الوصفية ، وتم تقييم مستوى الذكاء الروحي بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة من خلال الإجابة على أسئلة الذكاء الروحي الذي تضمنت (٢٤) عبارة تعكس الأنماط الأربعة للذكاء الروحي والتي تمثلت في أربعة أبعاد أساسية وهي (التفكير النقدي ، إنتاج المعنى الشخصي ، الوعي المتسامي ، الوعي الشامل) وتوضح البيانات الواردة في الجدول التالى إدراك العاملين في المستشفيات الجامعية محل الدراسة لمستوى الذكاء الروحي بها ، يعتبر مستوى الذكاء الروحي العاملين بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة مرتفعاً ، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذا البعد (٤.٠٦) وذلك بانحراف معياري قدره (٠.٦٣٠) وبذلك يتضح من خلال إحتلال بُعد إنتاج المعنى الشخصي لأعلى درجة يليه بُعد التفكير النقدي ثم بُعد الوعي المتسامي وأخيراً بُعد الوعي الشامل ، ويمكن تلخيص ما سبق فى الجدول الآتى :

جدول رقم (٤) التحليل الوصفي لأبعاد الذكاء الروحي

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري
التفكير النقدي	٤.١٨	٠.٥٦٠
إنتاج المعنى الشخصي	٤.٢٠	٠.٦٠٠
الوعي المتسامي	٤.٠١	٠.٦١٥
الوعي الشامل	٣.٨٨	٠.٧٤٦
المتوسط العام للذكاء الروحي	٤.٠٦	٠.٦٣٠

* المصدر / نتائج التحليل الإحصائى

- التحليل الوصفي لبُعد التفكير النقدي :

تم قياس هذا البعد من خلال العبارات (١-- ٧) يُعد مستوى الذكاء الروحي والخاص ببُعد التفكير النقدي للعاملين في المستشفيات الجامعية محل الدراسة مرتفع حيث بلغ الوسط الحسابي له (٤.١٨) وذلك بانحراف معياري قدره (٠,٥٦٠) ، مما يعنى أن العاملين بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة

يقوموا بعملية من التفكير النقدي لما يدور حولهم من أحداث داخل بيئة العمل وذلك بسبب طبيعة بيئة العمل فهى تتعامل داخل المستشفيات وما يدور بها من أحداث يومية تتعلق بصحة الإنسان.

- التحليل الوصفي لبُعد إنتاج المعنى **الشخصي** :

تم قياس هذا البعد من خلال العبارات (٨-- ١٢) و يعتبر مستوى الذكاء الروحي والخاص ببُعد إنتاج المعنى الشخصى للعاملين في المستشفيات الجامعية محل الدراسة مرتفع حيث بلغ الوسط الحسابي له (٤.٢٠) وذلك بانحراف معياري قدره (٠,٦٠٠). مما يعكس أن هناك هدف محدد وواضح للعاملين بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة يسعوا الى تحقيقه والبحث الدائم عن سبب الفشل لكي يصبح نجاح وفقاً لمصلحة العمل .

- التحليل الوصفي لبُعد الوعي المتسامي :

تم قياس هذا البعد من خلال العبارات (١٣-- ١٩) ويُعد مستوى الذكاء الروحي والخاص ببُعد الوعي المتسامي للعاملين في المستشفيات الجامعية محل الدراسة مرتفع حيث بلغ الوسط الحسابي له (٤.٠١) وذلك بانحراف معياري قدره (٠.٦١٥) ، مما يعكس أن هناك إدراك كامل للجوانب النفسية الداخلية للعاملين بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة والترابط القوي بين فريق العمل وذلك نظراً لإدراك بعضهم البعض للجوانب الشخصية والعاطفية مما يعمل على الإنسجام الجيد في بيئة العمل .

- التحليل الوصفي لبُعد الوعي الشامل :

تم قياس هذا البعد من خلال العبارات (٢٠-- ٢٤) حيث أن مستوى الذكاء الروحي والخاص ببُعد الوعي الشامل للعاملين في المستشفيات الجامعية محل الدراسة مرتفع حيث بلغ الوسط الحسابي له (٣.٨٨) وذلك بانحراف معياري قدره (٠.٧٤٦) ، مما يعنى أن العاملين بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة يعملون على تطوير ذاتهم بإستمرار ليكونوا أكثر فهماً وإدراكاً للزملاء في العمل ، كما لديهم المقدرة على التحكم والسيطرة في ذاتهم داخل عملهم بالمستشفيات الجامعية وبخاصة مستشفيات الطوارئ نظراً لتعاملهم مع ذوي الحالات الحرجة وما يتعرضون له من مضايقات ومشكلات يومية .

(ب) التحليل الوصفي لجودة الخدمة

تم تقييم مستوى جودة الخدمة بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة من خلال الإجابة على مجموعة من الأسئلة الذي تضمنت (٢٠) عبارة تعكس الأنماط الخمسة لجودة الخدمة والتي تمثلت في خمسة أبعاد أساسية وهي (الملموسية ، الإعتمادية ،الإستجابة ، الضمان ، التعاطف) وتوضح البيانات الواردة في الجدول التالى إدراك العاملين في المستشفيات الجامعية محل الدراسة لمستوى جودة الخدمة بها ، يعتبر مستوى جودة الخدمة للعاملين بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة مرتفعاً ، حيث بلغ الوسط الحسابي لهذا المتغير (٣.٧٦) وذلك بانحراف معياري قدره (٠.٥٧٩) وبذلك يتضح من خلال تصدر بُعد الملموسية لأعلى درجة يليه بُعد الإعتمادية ثم بُعد الإستجابة وأخيراً بُعدي الضمان والتعاطف ، ويمكن تلخيص ما سبق فى الجدول الآتى :

جدول رقم (٥)التحليل الوصفي لأبعاد سلوك المواطنة التنظيمية

المتغير	المتوسط	الانحراف المعياري
الملموسية	٣.٩٤	٠.٥٧٥
الإعتمادية	٤.١٠	٠.٥٠٧
الإستجابة	٣.٠٨	٠.٥٣٤
الضمان	٣.٨٥	٠.٥٨٥
التعاطف	٣.٨٣	٠.٦٩٥
المتوسط العام لجودة الخدمة	٣.٧٦	٠.٥٧٩

* المصدر / نتائج التحليل الإحصائى

- التحليل الوصفي الملموسية :

تم قياس هذا البعد من خلال العبارات (١-- ٤) حيث أن مستوى جودة الخدمة والخاص ببُعد الملموسية داخل المستشفيات الجامعية محل الدراسة مرتفع حيث بلغ الوسط الحسابي له (٣.٩٤) وذلك بانحراف معياري قدره (٠.٥٠٧) ، مما يعنى إهتمام العاملين بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة بحسن المظهر أثناء عملهم ، ووجود إمكانيات بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة متمثلة في أجهزة ومعدات تقنية حديثة ومواقف لسيارات المرضى والزائرين .

التحليل الوصفي لبُعدالإعتمادية :

تم قياس هذا البعد من خلال العبارات (٥-- ٨) حيث يُعد مستوى جودة الخدمة والخاص ببُعد الإعتمادية داخل المستشفيات الجامعية محل الدراسة مرتفع حيث بلغ الوسط الحسابي له (٣.٠٨) وذلك بانحراف معياري قدره (٠.٥٧٥) ، مما يعنى إهتمام العاملين بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة بتقديم الخدمات الصحية للمرضى بشكل دؤوب ، وتقديم الخدمة المناسبة لجميع المرضى ، والحرص على تنفيذ الإجراءات الطبية وفقاً لمواعيدها المحددة دون تأخير .

التحليل الوصفي لبُعد الإستجابة :

تم قياس هذا البعد من خلال العبارات (٩-- ١٢) ويُعتبر مستوى جودة الخدمة والخاص ببُعد الإستجابة داخل المستشفيات الجامعية محل الدراسة مرتفع حيث بلغ الوسط الحسابي له (٣.٠٨) وذلك بانحراف معياري قدره (٠.٥٧٥) ، مما يعنى إهتمام العاملين بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة بتقديم الخدمات الصحية للمرضى بشكل دؤوب ، وتقديم الخدمة المناسبة لجميع المرضى ، والحرص على تنفيذ الإجراءات الطبية وفقاً لمواعيدها المحددة دون تأخير .

التحليل الوصفي لبُعد الضمان

تم قياس هذا البعد من خلال العبارات (١٣-- ١٦) ويُعد مستوى جودة الخدمة والخاص ببُعد الضمان داخل المستشفيات الجامعية محل الدراسة مرتفع حيث بلغ الوسط الحسابي له (٣.٨٥) وذلك بانحراف معياري قدره (٠.٥٨٥) ، مما يعنى إهتمام إدارة المستشفيات الجامعية محل الدراسة بتوفير عدد كافي من الكادر الطبي الذي يقدم الخدمات الصحية لكل مريض ، وتعزيز الثقة في نفوس المرضى وإمتلاك العاملين المعرفة والخبرة الكافية للإجابة على أسئلة وإستفسارات المرضى ، كما يمتلك العاملون بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة المهارات الكافية لتقديم الخدمات الطبية بشكل جيد .

التحليل الوصفي لبُعد التعاطف :

تم قياس هذا البعد من خلال العبارات (١٧-- ٢٠) ويُعتبر مستوى جودة الخدمة والخاص ببُعد التعاطف داخل المستشفيات الجامعية محل الدراسة مرتفع حيث بلغ الوسط الحسابي له (٣.٨٣) وذلك بانحراف معياري قدره (٠.٦٩٥) ، مما يعنى إهتمام العاملين بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة بالعمل على أساس روح التعاطف والصداقة والإهتمام بإحتياجات المرضى دون أي إستثناء ، والعمل بطريقة إنسانية والعمل على مصلحة ورضا المريض أولا .

الآخرين والحرص الدائم والمستمر على ممتلكات الشركة .

١٣ / ٣- العلاقة بين الذكاء الروحي وجودة الخدمة للعاملين بالمستشفيات الجامعية بوسط الدلتا

يوضح الجدول التالي قيم علاقات الإرتباط بين المتغير المستقل (الذكاء الروحي) والمتغير التابع (جودة الخدمة) وذلك كما يلي :

جدول رقم (١٨)مصفوفة الإرتباط بين الذكاء الروحي وجودة الخدمة للعاملين بالمستشفيات الجامعية بوسط الدلتا

بيان	التفكير النقدي	إنتاج المعنى الشخصي	الوعي المتسامي	الوعي الشامل
الملموسية	٠.٤٢٠**	٠.٤٢٢**	٠.٦٢٠**	٠.٥٢٩**
الإعتمادية	٠.٥٠٠**	٠.٦٨٧**	٠.٧٤٨**	٠.٧٤٣**
الإستجابة	٠.٣٦١**	٠.٦٧٢**	٠.٣٢٢**	٠.٣٥٠**
الضمان	٠.٥٦٤**	٠.٥٨٨**	٠.٦٠٩**	٠.٧٢٥**
التعاطف	٠.٦١٧**	٠.٥٨٩**	٠.٦٣٦**	٠.٧٥٨**

ومن الجدول السابق يتضح أن بُعد الوعي الشامل كأحد أبعاد الذكاء الروحي حقق أقوى علاقة إرتباط مع بُعد التعاطف كأحد أبعاد جودة الخدمة ،

١-يرتبط التفكير النقدي كأحد أبعاد الذكاء الروحي والذي يمثل المتغير المستقل في هذا البحث إرتباطاً طردياً ذو دلالة إحصائية وبين جميع أبعاد جودة الخدمة كمتغير تابع ويظهر ذلك في وقوة العلاقة الطردية بين التفكير النقدي و وأبعاد جودة الخدمة والتي تمثلت في (الملموسية ، الإعتمادية ، الإستجابة ، الضمان ، التعاطف) وجاءت القيم على التوالي يرتبط التفكير النقدي كأحد أبعاد الذكاء الروحي والذي يمثل المتغير المستقل في هذا البحث إرتباطاً طردياً ذو دلالة إحصائية بين جميع أبعاد جودة الخدمة كمتغير تابع ويظهر ذلك في وقوة العلاقة الطردية بين التفكير النقدي و وأبعاد جودة الخدمة والتي تمثلت في (الملموسية ، الإعتمادية ، الإستجابة ، الضمان ، التعاطف) وجاءت القيم على التوالي كالآتى (٠.٤٢٠ ، ٠.٥٠٠ ، ٠.٣٦١ ، ٠.٥٦٤ ، ٠.٦١٧) ،وكذلك يرتبط بُعد إنتاج المعنى الشخصي إرتباطاً طردياً ذو دلالة إحصائية بين جميع أبعاد جودة الخدمة والتي تمثلت في (الملموسية ، الإعتمادية ، الإستجابة ، الضمان ، التعاطف) وجاءت القيم على التوالي كالآتى (٠.٤٢٢ ، ٠.٦٨٧ ، ٠.٦٧٢ ، ٠.٥٨٨ ، ٠.٥٨٩) ، وكذلك يرتبط بُعد الوعي المتسامي إرتباطاً طردياً ذو دلالة إحصائية بين جميع أبعاد جودة الخدمة والتي تمثلت في (الملموسية ، الإعتمادية ،

الإستجابة ، الضمان ، التعاطف) وجاءت القيم على التوالي كالآتى (٠.٦٢٠ ، ٠.٧٤٨ ، ٠.٣٢٢ ، ٠.٦٠٩ ، ٠.٦٣٦) ، وكذلك يرتبط بُعد الوعي الشامل إرتباطاً طردياً ذو دلالة إحصائية بين جميع أبعاد جودة الخدمة والتي تمثلت في (الملموسية ، الإعتمادية ، الإستجابة ، الضمان ، التعاطف) وجاءت القيم على التوالي كالآتى (٠.٥٢٩ ، ٠.٧٤٣ ، ٠.٣٥٠ ، ٠.٧٢٥ ، ٠.٧٥٨) ، وبالتالي هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الروحي كمتغير مستقل بأبعاده وجودة الخدمة كمتغير تابع .

نوع وقوة العلاقة والأهمية النسبية لأبعاد الذكاء الروحي والأكثر تأثيراً في جودة الخدمة

يمكن عرض نتائج تطبيق أسلوبي تحليل الإنحدار والإرتباط المتعدد على العلاقة بين الذكاء الروحي وجودة الخدمة في الجدول التالي والذي يتضح منه الاتي :

- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الروحي وجودة الخدمة وذلك للعاملين بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة بوسط الدلتا (مأخوذة بصورة إجمالية) ، وأن هذه العلاقة طردية وذات دلالة إحصائية وذلك عند مستوى (٥ %) وفقاً لإختبار (ف) .

جدول رقم (١٩)نوع ودرجة العلاقة بين أبعاد الذكاء الروحي وجودة الخدمة

(مخرجات تحليل الإنحدار المتعدد ***Multiple Regression Analysis***)

م	أبعاد الذكاء الروحي	معامل الإنحدار **Beta**	قيمة **T**	المعنوية
١	التفكير النقدي	- ٠.٠٤٢	- ٠.٨٤٠	٠.٤٠٢
٢	إنتاج المعنى الشخصي	٠.٣٥٨	٧.٢٠٠	٠.٠٠٠
٣	الوعي المتسامي	٠.٢٧٦	٤.٦٣٤	٠.٠٠٠
٤	الوعي الشامل	٠.٣٢١	٥.٤٨١	٠.٠٠٠
-	معامل الإرتباط المتعدد في النموذج R			٠.٨٢٨
-	معامل التحديد في النموذج R^2			٠.٦٨٥
-	معامل التحديد المعدل			٠.٦٨١
-	قيمة (F) المحسوبة			١٦٥.٦٢٢
-	درجات الحرية			٣٠٨
-	مستوى الدلالة الإحصائية			٠.٨٢٨

المصدر : نتائج التحليل الإحصائي

- يتضح من الجدول السابق رقم (١٢/٤) طبيعة نوع وقوة العلاقة بين أبعاد الذكاء الروحي جودة الخدمة ، وأشارت نتائج البحث الى وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد الذكاء الروحي (إنتاج المعنى الشخصي ، الوعي المتسامي ، الوعي الشامل) ، بإستثناء التفكير النقدي ، وأن هذه العلاقة تمثل نحو (٨٢.٨ %) ، وذلك وفقاً لمعامل الإرتباط المتعدد في النموذج (R) ، وهذه العلاقة طردية فكلما إرتفع وزاد معدل الذكاء الروحي كلما زاد مستوى جودة الخدمة بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة .
- إن مستوى الذكاء الروحي بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة يمكن ان يفسر حوالي نحو (٦٨.٥ %) وذلك وفقاً لمعامل التحديد في النموذج R^2 من التباين الكلي في مستوى جودة الخدمة بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة من (الأطباء ، هيئة التمريض ، الإداريين) .
- وتشير نتائج تحليل الانحدار كما يتضح من الجدول السابق أن هناك تأثيراً معنوياً ذو دلالة إحصائية بين أبعاد الذكاء الروحي الثلاثة (إنتاج المعنى الشخصي ، الوعي المتسامي ، الوعي الشامل) على جودة الخدمة بإستثناء التفكير النقدي ، فلا يوجد تأثير لبُعد التفكير النقدي كأحد أبعاد الذكاء الروحي على جودة الخدمة ، حيث أوضحت النتائج أن قيمة معامل الانحدار المتعدد لبُعد إنتاج المعنى الشخصي قيمة (٠.٣٥٨) وبُعد الوعي المتسامي قيمة (٠.٢٧٦) ، وبُعد الوعي الشامل قيمة (٠.٣٢١) .
- **وبالتالي يثبت عدم صحة الفرض القائل بأنه " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الروحي وجودة الخدمة في المستشفيات الجامعية محل الدراسة ، وتم قبول الفرض البديل الذي ينص على توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الروحي وجودة الخدمة في المستشفيات الجامعية محل الدراسة ، وترجع الأسباب الى الأهمية الكبيرة والعلاقة القوية للذكاء الروحي على مستوى جودة الخدمة بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة**

كما تتفق النتائج التى توصلت اليها الدراسة الحالية مع نتائج مجموعة من الدراسات السابقة والتي كشفت نتائجها الى وجود علاقة إيجابية بين الذكاء الروحي وجودة الخدمة مثل نتائج دراسة ***(Silingiene & Skeriene, 2016)*** ، كما أيدت دراسة ***(Firdaus et al., 2017)*** التأثير الإيجابي الدال إحصائياً للذكاء الروحى على جودة الخدمة المقدمة ، و أيضاً هناك علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الروحى وجودة الخدمة بالإضافة الى مجموعة من الدراسات الآخرى التي أيدت نتائج الدراسة الحالية والتي تمثلت في دراسة ***Radad & Einabadi, (2017)*** .

١٤- النتائج والتوصيات :

توصل الباحثان من خلال هذا البحث الى مجموعة من أهم النتائج والتي تمثلت في :

١-كشفت نتائج البحث الحالي أنه يوجد علاقة إرتباط معنوية ذات دلالة إحصائية بين جميع أبعاد الذكاء الروحي والتي إشتملت على (التفكير النقدي ، إنتاج المعنى الشخصي ، الوعي المتسامي ، الوعي الشامل) .

٢-أظهرت نتائج البحث أن متوسط الذكاء الروحي لدى العاملين بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة بات مرتفعاً حيث بلغ (٤.٠٦) ، وذلك يعكس كفاءة العناصر البشرية بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة وبخاصة الأطباء وهيئة التمريض نظراً لحساسية القطاع الطبي وأهميته للتعامل مع صحة الإنسان لحيازتهم وتمتعهم بدرجة عالية من الذكاء الروحي .

٣- هناك علاقة إيجابية طردية ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الروحي بأبعاده والتي تمثلت في (التفكير النقدي ، إنتاج المعنى الشخصي ، الوعي المتسامي ، الوعي الشامل) ، وجودة الخدمة ، مما يُفسر أهمية الذكاء الروحي ودوره الفعال في تحسين عمليات جودة الخدمة ، فكلما إرتفع معدل معدل الذكاء الروحي ، كلما زاد وإرتفع معدل جودة الخدمة المقدمة وذلك للعاملين بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة ، مما يعكس الدور الهام لأبعاد الذكاء الروحي وتوافقه مع الأهمية النسبية لحساسية وأهمية القطاع الطبي وإختيار الأبعاد المناسبة لهذا القطاع المهم والذي بطبيعته يؤدي الي تحسين جودة الخدمة الصحية وذلك بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة .

٤-هناك علاقة إيجابية طردية ذات دلالة إحصائية بين الذكاء الروحي بأبعاده والتي تمثلت في (التفكير النقدي ، إنتاج المعنى الشخصي ، الوعي المتسامي ، الوعي الشامل) ، وجودة الخدمة مما يُفسر أهمية دور الذكاء الروحي ، فكلما إرتفع معدل الذكاء الروحي كلما زاد وإرتفع معدل جودة الخدمة وذلك للعاملين بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة ، مما يعكس حرص إدارة الموارد البشرية بالمستشفيات الجامعية على إختيار أفضل العناصر البشرية من الأطباء وهيئة التمريض خاصة لتعاملهم المباشر مع المرضى وذلك نظراً لحساسية القطاع الطبي .

٥-توجد علاقة ارتباط متبادل بين أبعاد المتغير المستقل في هذ الدراسة وهو الذكاء الروحي وكذلك أبعاد جودة الخدمة .

وفي ضوء النتائج السابقة نعرض فيما يلي توصيات البحث والتي يمكن عرضها كالآتي :

١- العمل على نشر مفهوم الذكاء الروحي لدى كافة العاملين بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة .
٢- ضرورة التعرف على مستوى الذكاء الروحي لدى العاملين بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة .
٣- ضرورة تهيئة بيئة عمل ومناخ تنظيمي يساعد العاملين على ممارسة الذكاء الروحي .
٤- ضرورة إهتمام الإدارة العليا بالعمل على تحسين جودة الخدمات الصحية المقدمة .
٥- توفير برامج تدريبية للخطوط الأمامية بالمستشفيات الجامعية وبخاصة مستشفيات الطوارئ تقوم على المحاكاة للمشكلات الحقيقية التي تحدث بالفعل مع المرضى وذويهم.
٦- الاهتمام بالجوانب الإيجابية في الخدمات الصحية المقدمة من العاملين بالمستشفيات الجامعية .
٧- التقييم المستمر لنوعية الخدمات الجامعية المقدمة من خلال البرامج المُعدة لذلك .
٨- العمل على التقييم الدوري والمستمر لجودة الخدمة بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة .
٩- تصميم الإستبيان من المتخصصين بصورة دورية ومستمرة لضمان وضرورة قياس الذكاء الروحي ،
١٠- العمل على نشر ثقافة الجودة بين العاملين بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة .
١١- وضع وتخصيص صندوق لمقترحات وشكاوي العاملين .
١٢- ضروة تفعيل وتطبيق نظم التحول الرقمي لتقديم خدمات صحية بجودة عالية .
١٣- عمل ملفات إلكترونية للمرضى لتقديم الخدمة الصحية بصورة أسرع وذات دقة عالية .
١٤- ضرورة تشكيل وتفعيل غرفة عمليات بالمستشفيات الجامعية محل الدراسة بهدف تقديم خدمات صحية متميزة .

١٥ – البحوث المستقبلية :

أظهرت نتائج هذا البحث عدداً من المجالات التي تستحق الاهتمام والدراسة والتحليل من جانب الباحثين كالتالي :

- إعادة إجراء الدراسة الحالية فى قطاعات صناعية وأخرى خدمية كالتعليم والسياحة والاتصالات و الضرائب والبنوك .
- إجراء دراسة مماثلة للبحث الحالي على مستشفيات غير جامعية.
- دور الذكاء الروحي في تحسين الأداء المؤسسي .
- دور المناخ الأخلاقي في تحسين جودة الخدمة .

أولاً / المراجع العربية

(١) إدريس ، ثابت عبدالرحمن و اللحلح ، أحمد و النظاري ، فواز ، (٢٠١١) ، دور نظم المعلومات الإدارية فى تحسين الخدمات الصحية : دراسة تطبيقية على المستشفيات الحكومية بمحافظة إب اليمنية ، مجلة آفاق جديدة للدراسات التجارية ، كلية التجارة ، جامعة المنوفية ، المجلد الثالث والعشرون ، العدد الرابع .

(٢) إدريس، ثابت عبدالرحمن ، (٢٠١٢) ، " بحوث التسويق : أساليب القياس والتحليل وإختبار الفروض " الإسكندرية : الدار الجامعية .

(٣) إدريس ، ثابت عبدالرحمن و محمد، حسام الدين فتحي ، (٢٠١٥) ، العلاقة بين جودة الخدمة التليفزيونية وكل من رضا المشاهد والميل لتكرار المشاهدة : دراسة تطبيقية على شبكة تليفزيون النيل ، المجلة العلمية للبحوث التجارية ، كلية التجارة جامعة المنوفية ، المجلد الثاني ، العدد الرابع .

(٣) البردان، محمد فوزى أمين (٢٠١١) ، أثر العدالة التنظيمية وتقدير الذات التنظيمية على سلوكيات المواطنة التنظيمية للعاملين ، دراسة ميدانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التجارة ، جامعة المنوفية .

(٤) البردان، محمد فوزى أمين (٢٠١٧) ، دور رأس المال النفسى كمتغير وسيط فى العلاقة بين القيادة الأصيلة والإرتباط فى العمل ، دراسة ميدانية رسالة دكتوراه غير منشورة ، كلية التجارة ، جامعة مدينة السادات .

(٥) عبدالجواد ، ثروت صبرى العزب (٢٠١٦) ، " دور القيادة الأخلاقية فى دعم سلوك المواطنة التنظيمية ، دراسة تطبيقية على العاملين بالمستشفيات الجامعية بوسط الدلتا " ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التجارة ، جامعة المنوفية .

(٦) فتح الباب ، محمد إبراهيم عبدالحليم ، (٢٠١٧) ، العلاقة بين المناخ الأخلاقى والأداء الوظيفى : دراسة تطبيقية على المستشفيات الجامعية بطنطا ، رسالة ماجستير غير منشورة ، كلية التجارة ، جامعة المنوفية .

(٧) نافع ، وجيه عبدالستار ، (٢٠١٥) ، أثر النجاح الإستراتيجى على العلاقة بين الذكاء الإستراتيجى والميزة التنافسية : دراسة تطبيقية على قطاع الإتصالات المصرية ، مجلة إدارة الأعمال المصرية ، العدد السابع ، جامعة القاهرة .

(٨) طه ، حسنين السيد و حسين، عبد العزيز عبد الرحمن. (٢٠٢٢) ، دور الوعي الإستراتيجي في تحسين جودة الخدمة المصرفية (دراسة تطبيقية) .المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية ، المجلد الأول العدد (١٤) .

ثانياً / المراجع الأجنبية

Foreign References

(1) Ahmed, S., & Kanwal, S. (2019). The Mediating Role of Customer Satisfaction between Service Quality and Loyalty Behavior: Assessing the PAKSERV Model in Pakistan Islamic Banking.

(2) Ahsan, S. M. H., Raihan, M. Z., Imam, I. B., & Islam, M. N.(2020). Impact of Service Quality Dimensions on Patients' Satisfaction-A Study on Some Private Hospitals in Chittagong, Bangladesh.

(3) Alregeb , T. Zayed (2022). The Mediating Role of Spiritual Intelligence in Enhancing the Effect of Leadership Competencies on Quality of working Life in Saudi Universities: An Empirical Study from Academic Leaders' Viewpoints. International Journal for Research in Education, 46(3), 338-370.

(4) Bonner, E. (2015). Exploring dispositional awe and its relationship with spiritual intelligence: Measuring dispositional awe as a multidimensional construct. North central University.

(5) Colette, S. M. (2018). The Effect of Mobile Service Quality Dimension on Customer Satisfaction in Cameroon: A Structural Equation Model.

(6) Has, L., Aba, G., & Ateş, M. (2018). Service Quality In Health Care Services: An Application In Private Dental Clinic. International J. of Health Services Research and Policy, 3(1), 10-21.

(7) Harwathy, T. I. S. (2021). The Effect Of Gender Learning Behavior, Emotional Intelligence And Spiritual Intelligence On The Level Of Accounting Understanding In Accounting Department Students In Private College In Denpasar City . International Journal Of Sustainability m Education And Global Creative Economic (IJSEGCE), 4(2), 163-173.

(8) Hasbullah, A., & Yusoff, W. Z. W. (2018). Quality of Service in Public Higher Education Institution (HEI) Facilities: A Critical Literature Review. International Journal of Innovation and Business Strategy (IJIBS), 9(1), 64-68.

Ikraman, I., & Syah, T. Y. R. (2020). The Influence of Relationship Marketing, Service Quality, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty Over B2B Companies. Journal of Multidisciplinary Academic, 3(5), 146-150.

(10) Karimi, J., & Mohammadi, M. (2017). The relationship between spiritual intelligence and aggression among elite wrestlers in Hamadan Province of Iran. Journal of religion and health, 1-9.
(11) Kotler, P., & Dupree, J. (1997). Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control, Test Item File. Prentice Hall.
(12) King, D. B., & DeCicco, T. L. (2009). A viable model and self-report measure of spiritual intelligence. International journal of transpersonal studies, 28(1), 8.
(13) Sultan, S., Khan, M. A., & Kanwal, F. (2017). Spiritual intelligence linking to leadership effectiveness: interceding role of personality traits People: International Journal of Social Sciences, 3(2).
(14) Mahendrayana, M., Yasa, P. N. S., & Indiani, L. P. (2018). The Effect Of Service Quality On Patient Loyalty Mediating By Patient Satisfaction In Bali Siloam Hospital . Jagadita: Jurnal Ekonomi & Bisnis, 5(1), 1-7
(15) Nafei, W. A. (2015). Talent management and health service quality from the employee perspective: A study of teaching hospitals in Egypt. American International Journal of Social Science, 4(1), 91-110.
(16) Pant, N., & Srivastava, S. K. (2017). The Impact of Spiritual Intelligence, Gender and Educational Background on Mental Health Among College Students. Journal of religion and health, 1-22.
(17) Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for further research. the Journal of Marketing, 111-124.
(18) Reding, J. K. (2018). A Correlation Analysis of Spiritual Intelligence and Leadership Effectiveness in Healthcare (Doctoral dissertation, Grand Canyon University) .
(19) Roof, R. A. (2016). The Relationship Between Spiritual Engagement and Authentic Leadership: Exploring the Core of Leadership (Doctoral dissertation, Regent University).
(20) Sigit Parawansa, D. A. (2018). Effect of commitment and customers' satisfaction on relationship between service quality to the customer retention in rural bank in Makassar, Indonesia. Journal of Management Development, (just-accepted), 00-00 .
(21) Silingiene, V., & Skeriene, S. (2016). Links between the spiritual intelligence of the leader and an organization's service quality: A theoretical approach. Engineering Economics, 27(1), 56-65.
(22) Sunaryo, H., Nirwanto, N., & Manan, A. (2017). The Effect of Emotional and Spiritual Intelligence on Nurses' Burnout and Caring Behavior. International Journal of Academic Research in Bussines and Social Sciences, 7(12), 1211-1227 .
(23) King, D. B. (2008). Rethinking claims of spiritual intelligence (Doctoral dissertation, A Thesis Submitted to the Committee on Graduate Studies in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Doctor of Science in the Faculty of Arts and Science).
(24) Mohan ,M. C., Thampi, S. P. (2020) . Effect Of Spiritual Intelligence And Personality On Job Satisfaction: Study Of Commercial Bank Employee In Kerla PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology, 17(12), 236-252.
(25) Nuridin, S. E. (2018). Effect of service quality and quality of products to customer loyalty with customer satisfaction as intervening variable in PT. nano coating

Indonesia. International Journal of Business and Applied Social Science (IJBASS) VOL, 4.

(26) Nurzaman, L., & Amalia, L. (2022). The Effect of Emotional Intelligence and Spiritual Intelligence on Lecturer Work Performance. Eligible: Journal of Social Sciences, 1(1), 50-71.

(27) Putri, I. A. D., & Wirawati, N. G. P. (2020). Implementation of good government governance, intellectual intelligence, emotional, and spiritual intelligence in managerial performance of village government management. International Research Journal of Management, IT and Social Sciences, 7(1), 169-176.

(28) Rahmawaty, A., Rokhman, W., Bawono, A., & Irkhami, N. (2021). Emotional Intelligence, Spiritual Intelligence and Employee Performance: The Mediating Role of Communication Competence. International Journal of Business and Society, 22(2), 734-752.

(29) Selvi, R. P., & Muthuchamy, K. (2020) .The Effect of Service Quality and Customer Satisfaction on Internet Banking in Nationalised Banks. European Journal of Molecular & Clinical Medicine, 7(07) .

(30) Silingiene, V., & Skeriene, S. (2014). Expression of Leaders 'Spiritual Intelligence in a Context of Organizations' Services Quality: A Theoretical Approach. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 156, 93-97.

(31) Snelgar, R. J., Renard, M., & Shelton, S. (2017). Preventing compassion fatigue amongst pastors: The influence of spiritual intelligence and intrinsic motivation. Journal of Psychology and Theology, 45(4), 247-260.

(31) Zhaleh, K., & Ghonsooly, B. (2017). Investigating the Relationship between Spiritual Intelligence and Burnout among EFL Teachers. International Journal of Educational Investigations, 4.

Latief, F., Firman, A., & Hidayat, M. (2023). The Contribution of Intellectual Intelligence, Emotional Intelligence, and Spiritual Intelligence on Employee Performance. Jurnal Manajemen Bisnis, 10(1), 235-249.

Radad, I., & Einabadi, M. (2017). Relationship between Spiritual Intelligence and Service Quality: The Case of Central Library of Astan Quds Razavi. Research on Information Science and Public Libraries, 23(1), 125-142.

Loke, S. P., Taiwo, A. A., Salim, H. M., Downe, A. G., & Petronas, U. T. (2011). Service quality and customer satisfaction in a telecommunication service provider. In International conference on financial management and economics (Vol. 11, No. 2, pp. 23-29).

Malik, M. E., Ghafoor, M. M., & Iqbal, H. K. (2012). Impact of Brand Image, Service Quality and price on customer satisfaction in Pakistan Telecommunication sector. International journal of business and social science, 3(23), 123-129.

Amin, M., & Zahora Nasharuddin, S. (2013). Hospital service quality and its effects on patient satisfaction and behavioural intention. Clinical Governance: An International Journal, 18(3), 238-254.

Hanefar, S. B., Sa'ari, C. Z., & Siraj, S. (2016). A synthesis of spiritual intelligence themes from Islamic and Western philosophical perspectives. Journal of religion and health, 55, 2069-2085.

Khawaja, S. F. (2017). Impact of spiritual intelligence on employee task performance and OCB; Mediating role of self-efficacy, Moderating role of collectivist culture of Pakistan. Jinnah Business Review, 5(1), 34-45.

Korfiatis, N., Stamolampros, P., Kourouthanassis, P., & Sagiadinos, V. (2019). Measuring service quality from unstructured data: A topic modeling application on airline passengers' online reviews. Expert Systems with Applications, 116, 472-486.

Biswas, B., & Roy, S. K. (2020). Service quality, satisfaction and intention to use Union Digital Center in Bangladesh: The moderating effect of citizen participation. Plos one, 15(12), e0244609.

Yuvaraj, M., & Rajendiran, G. (2020). The Relantionship between service quality and customer satisfaction in life insurance sector. EasyChair Preprint.

توسيط قيمة العلامة التجارية في العلاقة بين التسويق عبر المؤثرين ونية الشراء الإلكتروني بالتطبيق على عملاء مستحضرات التجميل في مصر

Mediating Brand Equity in the Relationship between Influencer Marketing and Online Purchase Intention Applied to Cosmetics Customers in Egypt

أ.د/ طلعت أسعد عبد الحميد *

نجلاء يسرى عبد النبى**

ا.م.د/ محمد فوزى البردان ***

(*) ا.د.طلعت أسعد عبد الحميد : أستاذ التسويق، كلية التجارة، جامعة المنصورة

Email: tasaad44@gmail.com

(**)نجلاء يسرى عبد النبى: باحثة دكتوراه بقسم إدارة الأعمال، كلية التجارة، جامعة مدينة السادات

Email: naglaa.youssry@gmail.com

(***) أ.م.د. محمد فوزى البردان : أستاذ مساعد بقسم إدارة الأعمال، كلية التجارة، جامعة مدينة السادات

Email: mfawzy1020@gmail.com

ملخص البحث:

يهدف البحث الحالي إلى تحديد التأثيرات المباشرة وغير المباشرة للتسويق عبر المؤثرين (الجاذبية، الجدارة بالثقة، الخبرة، قرب المؤثر) على نية الشراء الإلكتروني من خلال توسيط أبعاد قيمة العلامة التجارية (الوعي بالعلامة التجارية، الجودة المدركة للعلامة التجارية، الارتباطات الذهنية للعلامة التجارية). ولتحقيق ذلك تم إجراء بحث ميدانى على عينة مكونة من ٣٨٤ مفردة من السيدات عملاء شركات مستحضرات التجميل بجمهورية مصر العربية، وقد تم جمع البيانات الأولية من خلال قائمة استقصاء إلكترونية تم إعدادها خصيصاً لهذا الغرض اعتماداً على المفاهيم النظرية والدراسات العلمية في هذا الصدد. وقد تم تحليل البيانات باستخدام عدد من الأساليب الإحصائية الملائمة مثل أسلوب تحليل الانحدار المتعدد باستخدام برنامج SPSS Ver.21 وأسلوب تحليل المسار باستخدام برنامج AMOS v.24. وكشفت النتائج عن وجود تأثير معنوي إيجابي للتسويق عبر المؤثرين على نية الشراء الإلكتروني وقيمة العلامة التجارية، كذلك وجود تأثير معنوي إيجابي لقيمة العلامة التجارية على نية الشراء الإلكتروني، علاوة على أن قيمة العلامة التجارية توسطت العلاقة بين التسويق عبر المؤثرين ونية الشراء الإلكتروني، مما يدعم قبول فروض البحث. وأخيراً تم اقتراح عدد من التوصيات ومقترحات ببحوث مستقبلية في هذا الصدد.

الكلمات المفتاحية: التسويق عبر المؤثرين، قيمة العلامة التجارية، نية الشراء الإلكتروني.

Abstract:

The research aims to identify the direct and indirect effects of influencer marketing (attractiveness, trustworthiness, expertise, influencer proximity) on e-purchase intention by mediating the dimensions of brand value (brand awareness, perceived brand quality, brand mental associations). To achieve this, a field research was conducted on a sample of 384 female customers of cosmetics companies in the Arab Republic of Egypt. The primary data were collected through a questionnaire that was specially prepared for this purpose based on theoretical concepts and scientific studies in this regard. The data were analyzed using multiple regression analysis using SPSS V.21 and path analysis using Amos V.24. The results revealed a positive significant effect of influencer marketing on e-purchase intention and brand value, as well as a positive significant effect of brand value on e-purchase intention. In addition, brand value mediates the relationship between influencer marketing and e-purchase intention, which supports the acceptance of the research hypotheses.

***Keywords*:** Influencer Marketing, Brand Equity, E-Purchase Intention.

مقدمة

حظي التسويق عبر المؤثرين مؤخراً باهتمام متزايد إذ اتجهت الشركات في السنوات الأخيرة إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك، والواتس آب، وانستجرام، واليوتيوب، وتويتر وغيرها من أجل تحقيق التواصل الفعّال مع المستهلكين (Masuda & Lee, 2022)، وذلك في ظل عزوف الكثير من الجمهور عن مشاهدة الإعلانات في الوسائل التقليدية؛ إذ ساعدت تلك المواقع على خلق قيمة للعلامة التجارية من خلال نشر معلومات عن العلامة التجارية متجاوزة في ذلك كافة القيود الزمنية والمكانية، كما أتاحت مشاركة العملاء للشركات بأفكار جديدة تتعلق بتطوير المنتج، والعلامة التجارية، ونتيجة لذلك تطورت أساليب الترويج التي تستخدمها الشركات لكي تتكيف مع هذا التغير التكنولوجي السريع ومن ثم ظهر ما يسمى بالتسويق عبر المؤثرين Influencer Marketing أو كما يطلق عليه البعض التسويق عبر مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي، وهو أحد أشكال التسويق عبر الشبكات الاجتماعية الذي يستهدف الوصول إلى أفراد معينين بدلاً من الوصول إلى السوق المستهدف بشكل كامل عبر تحديد الشخصيات التي لها تأثير على المشترين المحتملين ومن ثم توجه الأنشطة التسويقية من خلال هؤلاء المؤثرين (شاهين،٢٠٢١).

وجدير بالذكر أن استهداف جمهور باهتمامات معينة يُعد فعالاً للغاية عندما يشارك العلامات التجارية مؤثرٍ بالتحديد يعكس هذا الاهتمام، كما أصبح الوصول للمؤثرين أسهل الآن مع وجود منصة دولفينوس التي تم إنشائها بهدف تسريع انتشار التسويق المؤثر من خلال العمل كقناة بين العرض والطلب، فهي تربط العلامات التجارية مع المؤثرين لخلق تسويق شفهي واسع النطاق حيث حققت منصة دولفينوس نجاحاً، وانتشار واسع في مصر وشمال أفريقيا (الدهراوي، ٢٠١٩). لقد أشارت عدة دراسات إلى أن كل فرد حول العالم يتعرض لحوالي ١٣٠٠ محفز تقريباً من المحفزات الإعلانية التجارية، ويكافح المعلنون من أجل الحصول على اهتمام المستهلك، وبينما ينخفض تأثير القنوات التقليدية فإن الوسائط الرقمية آخذة في الارتفاع، فالمستهلك يتعرض كل يوم للتسويق التأثيريInfluential Marketing، سواء كنا ندرك ذلك أم لا، فالتسويق التأثيري أو التسويق عبر المؤثرين هو ظاهرة مثيرة للاهتمام، وأداة قوية ورائدة في التسويق (عبد الحميد، ٢٠١٩).

وفي ظل بيئة الأعمال الحالية التي تتميز بالتنافس وجذب والاحتفاظ بالعملاء وولائهم من خلال تحقيق رضاهم ورغباتهم التي تُعد الركيزة الأساسية لنجاح المؤسسات، تحتل العلامة التجارية حيزاً كبيراً من اهتمام العملاء والشركات على حد سواء، ويزداد هذا الاهتمام مع ازدياد معدلات الإنفاق وتعدد مظاهر الاستهلاك، وفي زمن العولمة وانفتاح التجارة والأسواق بشكل غير مسبوق (عبد الفتاح وعزيز،٢٠٢٤) يصبح من الطبيعي أن يصل الاهتمام بالعلامة التجارية إلى ذروته. ومع تسارع ونمو العلامات التجارية وزيادة المنافسة فقد أصبحت العلامة التجارية من أهم وأقوي الأصول غير الملموسة قيمة، فقد ازدادت أهميتها في المجال التسويقي نتيجة لزيادة تعقد سلوك المستهلك وتطلعه لاقتناء أجود المنتجات ضمن وقت أقل في التسوق (عبد الله وعباس، ٢٠٢٤). كما تعتبر نية الشراء أحد أهم العوامل التي تسعي الشركات إلى تحقيقها، لأنها تمثل المؤشر الرئيس للشركات والتي تساعدهم على التنبؤ باحتمالية قيام المستهلك بعملية شراء خلال فترة زمنية معينة ويتصرف كبديل للسلوك الفعلي، وتحدد الأدبيات نية الشراء من زاويتين: الأولي: كتفضيل لإعادة شراء منتج معين وشير إلى سلوك ما بعد الشراء للعملاء الحاليين، والثانية: كاحتمال أن يختار العميل منتجًا معينًا (بسيط، ٢٠٢٠). وتشير إلى تفضيلات العميل العامة فيما يتعلق بما إذا كان يرى أن المنتج أو العلامة التجارية تفي بتوقعاته أم لا، كما تمثل نية الشراء إمكانية قيام المستهلكين بالتخطيط أو الاستعداد لشراء منتج أو خدمة معينة في المستقبل. وبالتالي، فهو متغير ذو أهمية كبيرة (Hudson et al., 2016). لذلك يأتي البحث الحالى كمحاولة لتحديد تأثير العلامة التجارية في العلاقة بين التسويق عبر المؤثرين ونية الشراء عبر الإنترنت، وذلك من خلال إطار واحد يضم المتغيرات الثلاثة بالتطبيق على السيدات المهتمات بمجال الموضة والأزياء في جمهورية مصر العربية.

أولاً: الإطار النظري وتنمية فروض البحث:

يشمل الإطار النظري متغيرات البحث الثلاثة، وهم: التسويق عبر المؤثرين، العلامة التجارية، نية الشراء الإلكتروني، وكذلك العلاقات فيما بينهم من أجل تنمية فروض البحث كما يأتي:

١- مفهوم وأبعاد التسويق عبر المؤثرين *Influencer Marketing*:

تعددت رؤى الباحثين عند تناولهم لمفهوم التسويق عبر المؤثرين إذ يعد نوعاً من أنواع التسويق عبر الكلمة المنطوقة *Word of Mouth Marketing* الذي يتم عبر مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة من خلال مجموعة من المؤثرين بدرجات متفاوتة، إذ يتم نقل الرسائل التسويقية من خلال أشخاص مؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي لمتابعيه (Khamis & Welling, 2017). وتعرفه دراسة (Chaffey & Smith, 2017) بأنه التسويق المؤثر من خلال استخدام قادة الرأي والمؤثرين في إقناع العملاء بالمنتجات أو العلامات التجارية بواسطة وسائط الاتصال الرقمية كشبكات التواصل الاجتماعي". كما يُعرف بأنه "توظيف شخص استطاع أن يجذب عددًا كبيرًا من المتابعين لحسابه على أحد مواقع التواصل الاجتماعي وله مصداقية وتأثير على متابعيه مما يجعل العلامات التجارية تستخدمه لخلق الوعي والترويج لها (Byrne et al.,2017). ويمكن تناول أبعاد التسويق عبر المؤثرين فيما يأتي:

١/١- الجدارة بالثقة Trustworthiness: يمثل البعد الأول لمصداقية المصدر، حيث حظيت الجدارة بالثقة باهتمام كبير وفي حالة وجود مصدر موثوق به للغاية، يميل المستهلكون أكثر إلى افتراض أن المعلومات التي يتم نقلها يمكن تصديقها مقارنة بمصدر غير جدير بالثقة (Wang et al., 2017). ويُشير (Djafarova & Trofimenko,2018) لجعل المصداقية أكثر واقعية هناك جوانب معينة من الجدارة بالثقة، أبرزها الموثوقية والصدق، حيث يمتلك الاثنان أكثر قدرة على التنبؤ من أجل الموثوقية، يشير ذلك إلى الثقة في مصدر المعلومات فيما يتعلق بالصدق والفكرة هي أن الشخص ينقل المعلومات دون تحيز. يوضح هذا أنه لاتزال الجدارة بالثقة بُعداً ذا صلة لمصداقية المصدر، ليس فقط أنه لا يزال قيد التطبيق، لكن تمت إضافة الفروق الدقيقة أيضاً إلى تصور البيئة المتغيرة. كانت الدراسات التي تبحث في مصداقية المصدر في سياق وسائل التواصل الاجتماعي قادرة أيضاً على تطبيق المصداقية بنجاح. بالإضافة إلى ذلك، الفروق الدقيقة الخاصة بوسائل التواصل الاجتماعي الجديدة. وبالتالي، فإن هذا البحث يتضمن الجدارة بالثقة في تصورها لمصداقية المصدر مع جوانب الصدق والموثوقية التي تسبق المصداقية.

٢/١- الخبرة Expertise: يلخص هذا البعد معرفة المصدر وخبرته بالموضوع ومن ثم، يُفترض أن خبيراً في المجال يقدم معلومات أكثر مصداقية حول موضوع ما مقارنة بأولئك الذين ليسوا على

دراية بالمجال، عند استخدام شخص لديه خبرة عالية في إعلان مميز فإن خبرته يكون لها تأثير أقل مشابهاً لانخفاض الجدارة بالثقة مع المؤثرين (Djafarova & Rushwort,2017)، أقل قدرة على التمييز بين ما إذا كانت المعلومات المقدمة تستند إلى المعرفة الفعلية للخبراء أو ما إذا كان الإعلان المدفوع قد أدى إلى ظهور تحيز إيجابي تجاه المنتج أو الخدمة.

٣/١- الجاذبية Attractiveness: تشير الجاذبية إلى الجاذبية الجسدية فهناك بعض الصناعات التي يكون فيها التأييد من قبل الأشخاص الجذابين فعالاً بشكل خاص مثل صناعة الأزياء، (Djafarova&Trofimenko, 2018).٢٠١٨. وفي السنوات الأخيرة تم إنشاء رؤية أكثر دقة للجاذبية، خاصة في ضوء وسائل التواصل الاجتماعي بالأخص Instagram تناول الباحثون على سبيل المثال تناول (Djafarova& Rushworth,2017) بأن فكرة الجاذبية الاجتماعية هي جانب آخر يجب أن يُعطى وزناً أكبر على وجه التحديد في سياق وسائل التواصل الاجتماعي. الفكرة هي أن عدد المتابعين الكبار والتعليقات وما شابه ذلك في ملفات تعريف وسائل التواصل الاجتماعي تُشير إلى جاذبية اجتماعية عالية هذه مؤشرات سهلة للجاذبية الاجتماعية تجعل من السهل جداً على الناس التفكير في هذا الجزء من الجاذبية، والذي يتطلب المزيد من الجهد المعرفي (Djafarova&Trofimenko,2018).

٤/١-القرب من المؤثر Proximity to the influencer: يشير إلى مدى إحساس المستهلكين بالقرب من المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي أكثر من المؤثرين، وذلك لسعي المؤثرين للتواصل معهم، والرد على استفساراتهم باستمرار، فضلاً عن سهولة تحقيقهم لهدف مشابه لما حققه المؤثر يوما ما (شاهين،٢٠٢١)، كما يشير هذا البعد إلى إحداث اتصالات وتفاعلات بين مستخدمى وسائل التواصل الاجتماعى وبين المنتجات (السلع أو الخدمات) التي تسوقها الشركات، ويمثل محفزات لخلق محتوى جديد عبر تلك الوسائل، وتبادل الأفكار والآراء (Gallauter & Ransbotham,2010).

٢- مفهوم وأبعاد قيمة العلامة التجارية (Brand Value):

يعد مصطلح العلامة التجارية "Brand" مشتق من كلمة إسكندنافية قديمة "Brander" وتعني "الوسم" وهي تستخدم من أجل الإشارة إلى الوسم والكي للثروة الحيوانية التي يتم وضعها من أجل توضيح ملكية الثروة الحيوانية، فالعلامة التجارية كانت ومازالت من أهم الوسائل التي يمكن من

خلالها القيام بتمييز الأشياء عن بعضها بعضًا (Ryder,2014)، وتمثل العلامة التجارية ما هو موجود في أذهان المستهلكين وليس ما ينوي المسوق تقديمه من خلال العلامة التجارية (توفيق، ٢٠٢٣). ويُعرف (Keller,2013) العلامة التجارية بأنها "مجموعة الأبعاد المحددة لمنتج معين وتؤدي إلى تمييز هذا المنتج عن المنتجات الأخرى التي تسعي من خلالها المنظمات إلي تلبية احتياجات عملاءها، وهذه الأبعاد قد تكون علي شكل ملموس أو غير ملموس أو قد تكون رمزية أو عقلانية أو عاطفية". ومن خلال ما سبق يمكن تعريف العلامة التجارية على أنها: شعار أو رمز أو علامة مميزة تعبر عن منتج أو خدمة أو شخصية مؤثرة لتصبح تلك العلامة رمزًا لا يمكن تغييره. وفي هذا السياق يمكن تناول أبعاد قيمة العلامة التجارية فيما يأتي:

١/٢- الوعي بالعلامة التجارية: تشير إلى المدى الذي يجعل لدى العميل المعرفة بالعلامة التجارية للمنتج الذي ينوي التعامل معه، وتأتي من خلال المعرفة والتجارب والخبرات السابقة والتي تشكلت لديه حول العلامة التجارية ومن خلال ما تناقله العملاء عنه، فمن النادر قيام العملاء الذين لديهم ولاء لعلامة تجارية معينة بشراء منتجات نتيجة استجابتهم لبعض المؤثرات المتعلقة بالمزيج الترويجي الذي يقتصر دوره على تعزيز السلوك الشرائي لدى العميل، والسبب في ذلك أن العمليات المرتبطة بتكرار السلوك الشرائي تكون بناءً على الولاء الاستهلاكي للعلامة التجارية والنابع من المعرفة التامة لهذه العلامة، والوعي يعتبر من المكونات الأساسية للولاء، الأمر الذي يفرض علي المنظمات أن تسعي باستمرار لتأكيد هذا الوعي والمحافظة عليها (Osselaer,2013).

٢/٢- الجودة المدركة: تقوم الجودة المدركة للعلامة التجارية على قياس العميل وحكمه في تحقيق تفوق أو امتياز كلي نحو علامة تجارية بدلاً من الحكم على عناصر الجودة، وتنتج الجودة المدركة للعلامة التجارية من عملية إدراك صّنع القرار الشرائي، ويحدث الإدراك العالي للجودة عندما يدرك العملاء التمييز والتفوق للعلامة التجارية، وهذا يؤثر في قراراتهم الشرائية ويقودهم إلي اختيار العلامة التجارية بدلاً من العلامة التجارية المنافسة، وهذا يّعني أن الجودة المدركة العالية قد تؤثر علي اختيار المستهلك وبالتالي تؤدي إلي زيادة قيمة ملكية العلامة التجارية (Roth,2015).

٣/٢- الارتباطات الذهنية للعلامة التجارية: تّعد بمثابة الخريطة التي يستطيع من خلالها الإنسان أن يفهم ويُدرك الأشياء ويفسرها، فهي الفكرة التي يكونها الفرد عن شيء ما ويترتب عليه أفعال

إيجابية أو سلبية وهي فكرة تتشكل من خلالها سلوكيات الأفراد المختلفة، التي تعبر عن مجموعة من المعتقدات والمشاعر التي تتكون في أذهان الناس عن المؤسسات المختلفة، وقد تتكون هذه الصورة عن التجربة المباشرة أو غير المباشرة، وقد تكون عقلانية أو غير عقلانية، وقد تعتمد علي الأدلة والوثائق أو الإشاعات والأقوال غير الموثقة، لكنها في النهاية تمثل واقعًا صادقًا لمن يحملونها في أذهانهم (Amani,2020).

٣- مفهوم وأنواع نية الشراء الإلكتروني:

تعرفها دراسة (Lyu,2024) انها الرغبة أو التوجه الذاتي للمستهلك لاتخاذ قرار الشراء بناءً على تصوره للقيمة الوظيفية، العاطفية، والبيئية للمنتج أو الخدمة، حيث تؤثر هذه الأبعاد على السلوك الشرائي بشكل ملحوظ، لا سيما في سياقات المنتجات المبتكرة مثل المركبات الصديقة للبيئة. كما تعرفها دراسة (Qingzhe et al., 2024) كعملية متأثرة بتصور المستهلك للعوامل الوظيفية، الاقتصادية، والقيم الاجتماعية، حيث ترتبط النية الشرائية بشكل مباشر بالإدراك الإيجابي للمنتجات من حيث القيمة مقابل السعر والوظائف التي تقدمها مقارنة بالبدائل التقليدية. وبناءً على ما سبق يُمكن تعريف نية الشراء بأنها: احتمالية اتخاذ الشخص سلوك شرائي تجاه سلعة أو خدمة ما بعد البحث والمفاضلة بين المنافسين. وهناك أربعة أنواع من نية شراء العملاء فيما يخص الأعمال التجارية، كما يلي:

١/٣- القصد المعلوماتي (الوعي): يهتم المستهلكون في هذه المرحلة بقراءة المعلومات لتثقيف أنفسهم حول موضوع ما. على سبيل المثال، قد يقرأ المستهلك الذي يبحث عن معلومات عن مستحضرات التجميل التي لا تسبب التهابًا للبشرة الحساسة مقالًا يساعده في فهم كيفية حل مشكلته (السيد ،٢٠٢٠).

٢/٣- القصد من التحقيق (المقابل): يقوم المستهلكون في مرحلة التحقيق باستكشاف خياراتهم من خلال بحث إضافي؛ فقد يشمل ذلك مواقع المقارنة، المنتج والعلامة تجارية المراجعات والاستماع الاجتماعي، ونظرًا للعدد الهائل من المنتجات المختلفة المتاحة اليوم، يقضي المستهلكون وقتًا أطول بقصد استقصائي أكثر مما يقضونه في أي نية، نتيجة لذلك، فإنه يجب أن تظهر للمستهلك القيمة

المقترحات ذات الصلة بهم وتشرح بوضوح ما الذي يحدد العلامة تجارية بصرف النظر عن المنافسين (Nugraha,2022).

٣/٣- القصد الملاحي (النظر أو التحويل): تعني النية الملاحية أن المستهلك يزور موقعًا إلكترونيًا معينًا أو ملف العلامة تجارية متجر على الإنترنت. لأنهم يبحثون عن محدد العلامة تجارية أو عنوان موقع الويب، فإن النية الملاحية مرتبطة بزيادة نية الشراء، وبالتالي يجب على الشركات إبقاء المستهلك على المنصة بأي ثمن أو المخاطرة بخسارتها في المنافسة. يمكن أن تكون العروض الترويجية للمنتجات والرسائل المخصصة أو تجارب العملاء استراتيجيات فعالة (جمعة،٢٠٢١).

٤/٣- نية المعاملة (التحويل): نية المعاملة هي النوع الأكثر تساويًا مع نية الشراء الفعلية. هؤلاء المستهلكين لديهم ميل للشراء، مما يعني أنهم مهتمون بالحصول على المنتج أو الخدمة، يجب أن يكون التحويل هو الهدف من اللعبة لجميع الشركات في هذه المرحلة. يمكن تسهيل ذلك من خلال العروض الترويجية المحفزة أو محدودة الوقت أو المخصصة. على سبيل المثال، يقدم العديد من تجار التجزئة في التجارة الإلكترونية خصمًا بنسبة ١٠٪ للمستهلكين مقابل عناوين بريدهم الإلكتروني. قد يعد الآخرون بشحن مجاني إذا تجاوز مبلغ الطلب حدًا معينًا (موسى، ٢٠٢٢).

٤- العلاقة بين التسويق عبر المؤثرين ونية الشراء الإلكتروني:

لقد تعددت الدراسات التي تناولت علاقة التسويق عبر المؤثرين بنية الشراء الإلكتروني حيث تناولت دراسة (Gannon & Prothero,2018) دور المؤثرين في وسائل التواصل الاجتماعي على قرارات الشراء لمتابعيهم في مجال الجمال والاهتمام بالنفس عن طريق تطبيق نظرية مجتمع الممارسة، واستنتجت الدراسة بأن للمؤثرين دور فعال في الاتصال بالعلامات التجارية المختصة بالجمال كما أنهم دائماً ما يكونون في احتياج الدعم من قبل الشركات ذات علامات تجارية لتلبية رغبات المتابعين واستمالتهم لاستخدم منتجات العناية بالجمال. كما سلطت الضوء أيضاً على أهمية مضامين نشر الرسائل الاعلانية بالنسبة للمؤثرين والمتضمنة تبادل المشاركات مع المتابعين في إطار تفاعلي منظم، الدعم المتبادل بين كلا من المؤثرين والمتابعين وبعض الأنشطة المشتركة المتعلقة بمحتوياتهم.

بينما كشفت دراسة (حامد، ٢٠١٩) عن العلاقة بين مصداقية إعلانات المؤثرين على وسائل التواصل والنية الشرائية لدى المستهلك المصري، بالاستناد إلى نموذج مصداقية المصدر

ونموذج التطابق مع المعلن «المؤثر» وأوضحت نتائج الدراسة: وجود علاقة ارتباط معنوية بين تعرض المستهلكين لصفحات المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي والاتجاه نحو الإعلانات على صفحتهم، فضلًا عن وجود علاقة ارتباط بين إدراك المستهلكين لمدى التطابق بين شخصية المؤثر والمنتجات التي يعلنون عنها وبين مصداقية الإعلان لديهم. كما وجدت علاقة ارتباط معنوية بين مصداقية المؤثرين (الجاذبية والثقة والخبرة) والنية الشرائية للمستهلك، فيما وجدت فروق معنوية بين المستهلكين في اتجاهاتهم نحو مصداقية إعلانات المؤثرين وفقا لخصائصهم الديموغرافية بشكل جزئي فيما يخص متغيرات: النوع، المؤهل، السن، الدخل وعدم ثبوته فيما يخص متغير مكان الإقامة.

بينما سعت دراسة (سلامة، ٢٠٢٠) للتعرف علي إعلانات المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالسلوك الشرائي لدى الشباب الجامعي السعودي، وإبراز دوافع التعرض لصفحات مؤثرين وسائل التواصل الاجتماعي، وكشفت الدراسة عن قيام مبحوثي الدراسة بالشراء الفعلي بسبب إعلانات مؤثري وسائل التواصل الاجتماعي، حيث قام أغلبهم بالشراء الفعلي، وكان هناك علاقة معنوية بين مدى تعرض المبحوثين لصفحات مؤثرى وسائل التواصل الاجتماعي وتقييمهم لأساليب التسويق التي تتم عبر هؤلاء المؤثرين.

بينما هدفت دراسة (AlFarraj et al.,2021) إلى تحديد أثر أبعاد مصداقية المؤثرين (أي الجاذبية والجدارة بالثقة والخبرة) في نية الشراء من خلال دور المشاركة المعرفية والعاطفية عبر الإنترنت كمتغير وسيط لجميع متابعي عيادات الأمراض الجلدية التجميلية على حساباتهم على Instagram بالأردن؛ من خلال اختيار ثلاثة مؤثرين فقط بصناعة منتجات الأمراض الجلدية التجميلية بعد موافقتهم على طلب مشاركة أداة المسح على منصاتهم الرسمية. وأشارت النتائج إلى تأثير الجاذبية، والخبرة على المشاركة عبر الإنترنت، ومؤشر الأداء على نية الشراء. إضافة إلى التأثير الوسيط للمشاركة عبر الإنترنت بين مصداقية المؤثرين ونية الشراء. وتوصلت دراسة (حماد وآخرون، ٢٠٢١) إلى وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة قوية معنوية بين مشاهير وسائل التواصل الاجتماعي ونية الشراء. كما كان هناك تأثير معنوي لأبعاد مشاهير التواصل الاجتماعي (مصداقية المؤثرين، جاذبية المؤثرين، خبرة المؤثرين) على نية الشراء، إذ يوجد تأثير معنوي للأبعاد (مصداقية

المؤثرين، جاذبية المؤثرين) واستبعد النموذج بُعد (خبرة المؤثرين) حيث لا يوجد تأثر معنوي له على نية الشراء.

في حين هدفت دراسة (Thilina, 2021) قياس تأثير مصداقية المؤثرين الاجتماعيين وجودة المحتوى الذي يشاركونه على نية الشراء لدى المستهلكين لمنتجات الأزياء، كذلك الدور الوسيط للموقف تجاه المراجعات في العلاقة بين فعالية التأثير الاجتماعي ونية الشراء. وتوصلت الدراسة إلى أن مصداقية المؤثرين وجودة المحتوى لهما تأثير إيجابي معنوي على الموقف تجاه المراجعات، مما يؤدي إلى زيادة نية الشراء لدى المستهلكين. كما سعت دراسة (Singh& Aggarwal,2024) للكشف عن تأثير المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي على نية الشراء لدى المستهلكين في مجال الأزياء، مع التركيز على العوامل المؤثرة مثل المواقف الذاتية، الأعراف الاجتماعية، والتحكم السلوكي المدرك وفق نظرية السلوك المخطط. وتوصلت الدراسة إلى أن المواقف الإيجابية تجاه المؤثرين، إلى جانب الأعراف الاجتماعية والتحكم السلوكي المدرك، تلعب دورًا رئيسيًا في تشكيل نوايا الشراء لدى المستهلكين. كما قامت دراسة (Chengetal., 2024) بتحليل تأثير مصداقية ومهنية المؤثرين، ورضا المستهلكين عن البث المباشر للمبيعات على نية الشراء باستخدام نظرية سلوك المستهلك. وتوصلت الدراسة إلى أن مصداقية المؤثرين ومهنيتهم يؤثران بشكل معنوي إيجابي على نية الشراء. وبناء على ذلك يمكن صياغة الفرض الأول كما يأتي:

الفرض الأول: يوجد تأثير معنوي للتسويق عبر المؤثرين على نية الشراء الإلكتروني للسيدات عملاء شركات مستحضرات التجميل محل البحث.

٥- العلاقة بين التسويق عبر المؤثرين وقيمة العلامة التجارية:

أظهرت نتائج دراسة (Hughes et al.,2019) أن حملات مؤثري التواصل الاجتماعي تؤثر على المستهلكين في عدة جوانب منها وعيهم بالمنتج وتفاصيله، استخداماته، والاعجاب به، والسلوك الشرائي المتبع تجاهه. كما أشارت إلى مجموعة العوامل المؤثرة على القدرة التأثيرية للمؤثر مثل: مستواه التعليمي، مؤهلاته، وإمكانياته التفاعلية، بالإضافة إلى مصداقيته وخبرته، فكلما زادت الخبرة كلما زاد تفاعل المستخدمين على محتوياته، وكلما كان المضمون ممتع زادت تعليقات المستخدمين

ومشاركاتهم وإعجابهم، كما أثبتت النتائج ميل المدونين إلى استخدام الفيسبوك نظراً إلى انتشاره وتأثيره على مستخدمي شبكات التواصل الاجتماعي.

في حين توصلت دراسة (عبدالحميد، ٢٠١٩) إلى وجود تنوع كبير في الماركات التي تم التسويق لها في صفحات المؤثرات الأربع عينة الدراسة (هادية غالب، سحر فؤاد، نورهان عيسى، نهى الشربيني) على موقع التواصل الاجتماعي إنستجرام في تسويق الماركات المتعلقة بالموضة والجمال الخاص بهن. إذ ركزت جميع المؤثرات على تقديم معلومات تفصيلية عن الماركات التي روجن لها وحث متابعيهن على شراء هذه الماركات، واستخدامها لأنها الأفضل من بين مثيلاتها من الماركات الأخرى، كما رصدت الدراسة أيضًا التنوع الكبير في أشكال التسويق التي استخدمتها المؤثرات على عينة الدراسة؛ وجاءت كلها متوافقة مع الطبيعة الجذابة لموقع إنستجرام؛ كونه يعتمد على الصور والقصص الحية التي تعتبر من أكثر العناصر جذبًا للجمهور.

في حين ركزت دراسة (Van Driel & Dumitrica,2021) على دور وسائل التواصل الاجتماعي في الترويج للعلامات التجارية لشركات الطيران والسياحة باستخدام المقابلة وتحليل مضمون (١٣٢) منشور على منصة انستجرام كنموذج كأحد وسائل التواصل الاجتماعي. وأظهرت الدراسة أن المؤثرين في انستجرام عبارة عن أفراد عاديين بدأوا بنشر يومياتهم عبر بعض الصور، ومن ثم تطور دورهم ليصبحوا وسطاء بين المستهلكين والمعلنين. كما أن المستخدمين لانستجرام يثقون بهؤلاء المؤثرين كونهم أكثر صدقاً من الشركات المعلنة وإعلاناتهم التقليدية، فضلاً عن التأهيل المهني للمؤثرين حيث كان لهم دور معنوي في تأصيل العلاقات بين جمهورهم، والمعلنين الذين يتم التعامل معهم، ويعتبر صدق المؤثر أحد أسباب نجاحه في الترويج عن العلامة التجارية، بالإضافة إلى نقاشاته حول الآراء، والتوترات المختلفة المثارة، كما أوضحت أن صناعة محتوياتهم أثناء رحلاتهم أمر مرهق وغير ممتع بالنسبة لهم.

في حين توصلت دراسة (Bettle, 2023) إلى أن التوافق بين المؤثر والمستهلك له تأثير معنوي في تحسين الموقف تجاه العلامة التجارية، مما يعزز الصورة الذهنية والقيمة الإجمالية للعلامة التجارية. وأكدت الدراسة أن موقف المستهلك تجاه العلامة يلعب دورًا حاسمًا في جهود العلامات التجارية الفاخرة لتحسين الصورة الذهنية والقيمة الإجمالية. كما كشفت دراسة (Dewi& Hidayat, 2024) في قطاع السياحة بإندونيسيا عن أن تسويق المؤثرين يؤثر بشكل إيجابي

معنوي مباشر على القيمة الإجمالية للعلامة التجارية، كما يلعب كل من الوعي بالعلامة التجارية ومشاركة العملاء دورًا وسيطًا في تعزيز هذا التأثير. وبالاتفاق مع الدراسات السابقة، يمكن صياغة الفرض الثاني فيما يأتي:

الفرض الثاني: يوجد تأثير معنوي للتسويق عبر المؤثرين على قيمة العلامة التجارية للسيدات عملاء شركات مستحضرات التجميل محل البحث.

٦- العلاقة بين قيمة العلامة التجارية ونية الشراء الإلكتروني:

هدفت دراسة (Irshad,2012) إلى استكشاف العلاقة بين أبعاد قيمة العلامة التجارية ككل، والتي تشمل (ارتباط العلامة التجارية، والوعي بالعلامة التجارية، وجودة الخدمة المدركة، والولاء للخدمة) مع نية الشراء. بالتطبيق على عينة بلغ حجمها ١٥٠ مفردة. أشارت النتائج إلى وجود علاقة معنوية إيجابية بين قيمة العلامة التجارية، ونية الشراء، في حين ثبت أن الوساطة الجزئية تتعلق بأداء العلامة التجارية. تم قياس ثلاثة أبعاد فقط لقيمة العلامة التجارية، وهي: (جودة الخدمة المدركة، وارتباط العلامة التجارية والوعي بالعلامة التجارية، والولاء للخدمة). وتم تجاهل الأبعاد الأخرى، مثل: شخصية العلامة التجارية، إذ أن قيمة العلامة التجارية تساهم بأكثر من ٥٠٪ في نية الشراء. كما هدفت دراسة (Vo Minh et al.,2022) إلى تحليل تأثير التفاعل الاجتماعي للعلامة التجارية عبر منصات وسائل التواصل الاجتماعي على القيمة الإجمالية للعلامة التجارية ونية الشراء في سوق الأزياء الفيتنامي، توصلت الدراسة إلى أن التفاعل الاجتماعي للعلامة التجارية يؤثر إيجابيًا بشكل مباشر على القيمة الإجمالية للعلامة التجارية، بينما يؤثر بشكل غير مباشر على نية الشراء. كما أظهرت النتائج أن التفاعل الاجتماعي يعزز الوعي بالعلامة التجارية ولكنه لا يؤثر بشكل كبير على العلاقة بين الارتباط بالعلامة التجارية ونية الشراء.

بينما سعت دراسة (Majeed et al., 2021) إلى فحص العلاقة بين وسائل التواصل الاجتماعي ونية الشراء، ودور الوساطة الذي تلعبه القيمة الإجمالية للعلامة التجارية في صناعة الأزياء في غانا، وتوصلت الدراسة إلى أن العوامل مثل: المراقبة ومشاركة المعلومات والمكافآت تؤثر بشكل إيجابي على القيمة الإجمالية للعلامة التجارية، في حين أن التفاعل الاجتماعي والترفيه لهما تأثير سلبي غير معنوي. كما تم تأكيد العلاقة الإيجابية بين القيمة الإجمالية للعلامة التجارية

ونية الشراء. كما هدفت دراسة (Rohman, 2024) إلى دراسة تأثير القيمة الإجمالية للعلامة التجارية على نية الشراء، وسلوك الشراء، والسعادة قصيرة وطويلة الأمد لدى المستهلكين في صناعة الأزياء الإندونيسية، توصلت الدراسة إلى أن القيمة الإجمالية للعلامة التجارية تؤثر بشكل كبير على نية الشراء، والتي بدورها تؤثر على سلوك الشراء والسعادة قصيرة وطويلة الأمد. كما تلعب نية الشراء دورًا وسيطًا بين القيمة الإجمالية للعلامة وسلوك الشراء والسعادة. وبناء على ما سبق، يمكن صياغة الفرض الثالث كما يأتي:

الفرض الثالث: يوجد تأثير معنوي لقيمة العلامة التجارية على نية الشراء الإلكتروني للسيدات عملاء شركات مستحضرات التجميل محل البحث.

٧- الدور الوسيط لقيمة العلامة التجارية في العلاقة بين التسويق عبر المؤثرين ونية الشراء الإلكتروني:

هناك بعض الدراسات السابقة التي فحصت تأثير التسويق عبر المؤثرين على نية الشراء الإلكتروني بشكل مباشر مثل (حامد، ٢٠١٩؛ سلامة، ٢٠٢٠؛ Gannon & Prothero,2018) وقد كشفت عن وجود تأثير معنوي للتسويق عبر المؤثرين على نية الشراء الإلكتروني، ومن ناحية أخرى اتجهت بعض الدراسات إلى فحص تأثير قيمة العلامة التجارية على نية الشراء الإلكتروني بشكل مباشر مثل (Majeed et al., 2021; Vo minh et al., 2022; Rohman, 2024)، وقد خلصت هذه الدراسات إلى وجود تأثير معنوي لقيمة العلامة التجارية على نية الشراء الإلكتروني. كذلك دراسات أخرى تناولت التأثير المعنوي للتسويق عبر المؤثرين على قيمة العلامة التجارية (Dewi& Hidayat, 2024; Bettle, 2023; Van Driel & Dumitrica,2021; Hughes et al.,2019) وعلى حد علم الباحثين لم يتم رصد دراسات استهدفت الدور الوسيط لقيمة العلامة التجارية في العلاقة بين التسويق عبر المؤثرين ونية الشراء الإلكتروني، وهو ما تم تناوله في البحث الحالي باعتبارها فجوة بحثية. وبناء على ما سبق، يمكن صياغة الفرض الرابع فيما يأتي:

الفرض الرابع: تتوسط قيمة العلامة التجارية بشكل معنوي العلاقة بين التسويق عبر المؤثرين ونية الشراء الإلكتروني للسيدات عملاء شركات مستحضرات التجميل محل البحث.

ثالثاً: مشكلة وتساؤلات البحث:

في ضوء الاطلاع على العديد من نتائج الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات البحث، والتي توصلت إلى وجود فجوة بحثية تتمثل في عدم وجود دراسات –على حد علم الباحثين– قامت بفحص تأثير التسويق عبر المؤثرين على نية الشراء الإلكتروني من خلال توسيط قيمة العلامة التجارية بالتطبيق على السيدات عملاء مستحضرات التجميل في مصر، وفي ضوء ذلك قام الباحثون بعمل دراسة استطلاعية [١] لعينة ميسرة من عملاء مستحضرات التجميل بجمهورية مصر العربية عبر استبيان إلكترونى بلغ عددهم (٥٠) مفردة، وذلك لاستطلاع آراء عينة البحث حول متغيرات البحث، وفي ضوء تحليل اتضح ما يلي:

١) وافق نسبة (٦٢%) من أفراد العينة أن وعيهم بالعلامة التجارية يلعب دورًا مهمًا في تشكيل نيتهم الشرائية.
٢) يرى نسبة (٧٤%) من أفراد العينة أن الجودة التي يدركونها للعلامة التجارية ترتبط إيجابيًا بنيتهم الشرائية، مما يعكس أهمية هذا العامل.
٣) وافق نسبة (٦٤%) من أفراد العينة على أن ارتباطاتهم الذهنية بالعلامة التجارية تسهم بشكل ملحوظ في تشكيل نواياهم الشرائية.
٤) وافق نسبة (٨٢%) من أفراد العينة على أن ولاءهم للعلامة التجارية يعزز نواياهم الشرائية ويفضلون شراء منتجاتها دون غيرها، مما يبرز أهمية هذا العامل مقارنة بالأبعاد الأخرى.

وفي ضوء نتائج الدراسة الاستطلاعية ونتائج الدراسات السابقة، يمكن صياغة المشكلة البحثية من خلال التساؤلات البحثية التالية:

١) ما تأثير أبعاد التسويق عبر المؤثرين (الجاذبية، الجدارة بالثقة، الخبرة، قرب المؤثر) على نية الشراء الإلكتروني للسيدات عملاء شركات مستحضرات التجميل محل البحث ؟

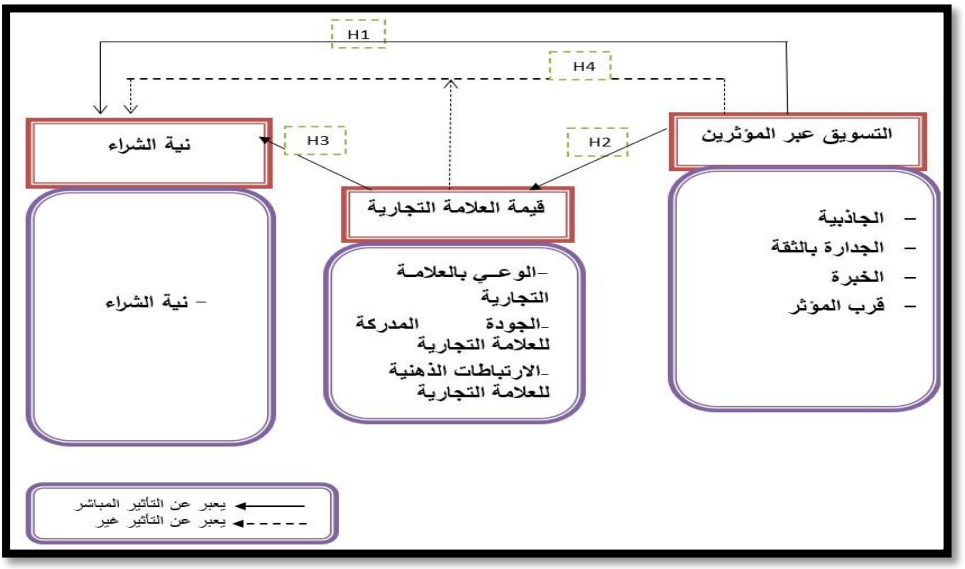
[١] تم القيام بالدراسة الاستطلاعية خلال الفترة من ٢٠٢٣/٨/١٥م إلى الفترة ٢٠٢٣/٨/٢٤م، وذلك بالاستناد إلى عينة ميسرة مكونة من (٥٠) عميل من عملاء شركات مستحضرات التجميل من السيدات بمصر.

٢) ما تأثير التسويق عبر المؤثرين على أبعاد قيمة العلامة التجارية (الوعي بالعلامة التجارية، الجودة المدركة للعلامة التجارية، الارتباطات الذهنية للعلامة التجارية) للسيدات عملاء شركات مستحضرات التجميل محل البحث ؟

٣) ما تأثير قيمة العلامة التجارية على نية الشراء الإلكتروني للسيدات عملاء شركات مستحضرات التجميل محل البحث ؟

٤) ما تأثير التسويق عبر المؤثرين على نية الشراء الإلكتروني من خلال توسيط قيمة العلامة التجارية للسيدات عملاء شركات مستحضرات التجميل محل البحث؟

ويمكن للباحثين توضيح الإطار المفاهيمى للعلاقة بين متغيرات البحث كما في الشكل (١) على النحو التالى:



شكل رقم (١): الإطار المفاهيمى للعلاقة بين متغيرات البحث

المصدر: من إعداد الباحثين في ضوء الدراسات السابقة.

رابعاً: أهداف البحث:

يسعى البحث الحالي إلى تحقيق الأهداف التالية:

١. قياس تأثير أبعاد التسويق عبر المؤثرين (الجاذبية، الجدارة بالثقة، الخبرة، قرب المؤثر) على نية الشراء الإلكتروني.
٢. فحص تأثير التسويق عبر المؤثرين على أبعاد قيمة العلامة التجارية (الوعي بالعلامة التجارية، الجودة المدركة للعلامة التجارية، الارتباطات الذهنية للعلامة التجارية).
٣. تحديد تأثير قيمة العلامة التجارية على نية الشراء الإلكتروني.
٤. قياس التأثير غير المباشر للتسويق عبر المؤثرين على نية الشراء الإلكتروني من خلال توسيط قيمة العلامة التجارية.
٥. تقديم مجموعة من التوصيات للقائمين على إدارة شركات مستحضرات التجميل.

خامساً: أهمية البحث:

يمكن تناول أهمية البحث في النقاط الآتية:

١. الأهمية العلمية:

أ. رغم توافر دراسات أجنبية عديدة في موضوع البحث إلا أنه حسب علم الباحثين، فإن هناك ندرة ملحوظة في الدراسات العربية حول هذا الموضوع، وتحديداً في الدراسات العربية التي تعرضت لتأثير قيمة العلامة التجارية في العلاقة بين التسويق عبر المؤثرين ونية الشراء عبر الإنترنت، ومن هنا يأتي هذا البحث كمساهمة، وإضافة جديدة في المجال التسويقي من خلال التركيز على (التسويق عبر المؤثرين) كمتغير مستقل، و(قيمة العلامة التجارية) كمتغير وسيط، و(نية الشراء) كمتغير تابع.

ب. حداثة الموضوع، إذ سعت معظم الدراسات السابقة التي تناولت موضوع التسويق عبر المؤثرين في المجال الإعلامي، إلى دراسة كل شكل إعلاني على حدة، من حيث مصداقيته، واتجاهات المستهلكين حوله، وتأثيره على النية الشرائية أو قيمة العلامة التجارية على حدة، فيما جاء البحث الحالى لتناول التسويق عبر المؤثرين في مواقع التواصل الاجتماعي وتأثيره على نية الشراء من خلال قيمة العلامة التجارية كمتغير وسيط، وتقديم رؤية شاملة لهذه العلاقة بين هذه المتغيرات الثلاثة في البيئة المصرية تحديداً.

ج. يجمع البحث الحالي بين أدوات جمع البيانات الكمية والنوعية، ويسعى إلى تصميم إطار مقترح للنتائج المترتبة على هذه العلاقة بالبيئة المصرية.

٢. الأهمية العملية:

أ. تسليط الضوء على أهمية التسويق عبر المؤثرين، ومدى جدواه، وفاعليته لدى السيدات المهتمات بمجال الموضة والأزياء، وكذا التعرف على التسويق عبر المؤثرين الأكثر تأثيراً على نية شراء المستهلكين عبر الإنترنت المستهدفين.

ب. توضيح الرؤية أمام الشركات التسويقية حول أهمية معرفة دور المؤثرين التسويقيين في شبكات التواصل الاجتماعي على نية شراء مستهلكي منتجاتها، وأهم الأساليب التسويقية الأكثر فاعلية في مجال الموضة والأزياء، مما يسهم في إفادة مجتمع شركات الأعمال، ومختلف العلامات التجارية للوصول لهذه الفئات المؤثرة، واتباع الأساليب التسويقية الفعالة لتسويق منتجاتهم المختلفة بنجاح وفقاً للنتائج التي سوف تترتب على دراسة طبيعة تلك العلاقة بين متغيرات البحث في ضوء الصياغة المذكورة أعلاه.

ج. إن النتائج التي سوف يتوصل إليها هذا البحث يمكن أن تساعد الشركات ببيئة الأعمال المصرية بكل فئات المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتأثيراتهم المختلفة على نوايا الشراء، ومن ثم تعرف أصحاب تلك الشركات على أبعاد التسويق عبر المؤثرين الأكثر تأثيراً على نية شراء المستهلكين في البيئة المصرية.

سادساً: منهجية البحث:

أ. منهج وأسلوب البحث: استخدم الباحثون المنهج الاستنباطي، وأسلوب البحث الكمي.

ب. مجتمع وعينة البحث: يتمثل مجتمع البحث في جميع عملاء مواقع التسوق الإلكتروني من السيدات المصريات المترددات على المواقع الالكترونية والمهتمات بمجال مستحضرات التجميل، ومن ثم يصبح الحد الأدنى لعينة البحث ٣٨٤ مفردة وفقاً لدراسة (Saunders, et al., 2009)، إذ سيتم الاعتماد على استخدام استقصاء إلكتروني واتاحته لعملاء مواقع التسوق الإلكتروني الشهيرة مثل (موقع أمازون، وموقع جوميا، وموقع بي تك، وموقع نون) وذلك باستخدام عينة كرة الثلج وهي عينة غير عشوائية.

ج. قياس متغيرات البحث: اعتمد البحث الحالي على مقياس ليكرت الخماسي والتي تتراوح نقاطه من موافق تماما (٥) إلى غير موافق تماما (١). ويشمل هذا البحث على متغيرين:

المتغير الأول: التسويق عبر المؤثرين كمتغير مستقل: ويتم قياسه من خلال أربعة أبعاد (الجاذبية، الجدارة بالثقة، الخبرة، قرب المؤثر)، وذلك من خلال ٢٦ عبارة، وذلك بالاعتماد على المقاييس التي قدمتها دراسات (Singh & Banerjee, 2018; Wiedmann & Mettenheim, 2020؛ شاهين، ٢٠٢١).

المتغير الثاني: قيمة العلامة التجارية كمتغير وسيط: ويتم قياسها من خلال ثلاث أبعاد (الوعي بالعلامة التجارية، القيمة المدركة للعلامة التجارية، الارتباطات الذهنية للعلامة التجارية)، وذلك من خلال ١٦ عبارة بالاستناد إلى المقاييس التي قدمتها دراسات (Irshad, 2012; Adetunji et al., 2018; Mathew & Panicke, 2022).

المتغير الثالث: نية الشراء الإلكتروني كمتغير تابع: ويتم قياسه من خلال ٩ عبارات، وذلك بالاعتماد على المقاييس التي اعتمدت عليها دراسات (لداوى، ٢٠١٣؛ Rasool et al, 2017; Rehman et al.,2019).

المتغيرات الديموجرافية، وتمثلت في (الفئة العمرية، المؤهل العلمي، متوسط الدخل).

سابعاً: تحليل البيانات:

أ. توصيف عينة البحث وفقاً للخصائص الديموجرافية:

جدول رقم (١): توصيف عينة البحث للخصائص الديموجرافية للعينة

المتـغيـــر	العـــدد	النسبـــة
١- الفئة العمرية		
من ٢٠ سنة فأقل	٨١	٢٠.٨
من ٢١ – إلى ٢٩ سنة	١٥٣	٣٩.٣
من ٣٠ إلى ٣٩ سنة	١٠٣	٢٦.٥
من ٤٠ سنة فأكثر	٥٢	١٣.٤
٢- المؤهل العلمي		
ثانوى فأقل	٦٤	١٦.٥
جامعى	٢٢٤	٥٧.٦
دراسات عليا	١٠١	٢٦
٣- متوسط الدخل		
أقل من ٥٠٠٠ جنية	٦٨	١٧.٥
من ٥٠٠٠ إلي أقل من ١٠٠٠٠	٩٣	٢٣.٩
من ١٠٠٠٠ إلي أقل من ١٥٠٠٠	٧٧	١٩.٨
من ١٥٠٠٠ إلي أقل من ٢٠٠٠٠	٧٩	٢٠.٣
من ٢٠٠٠٠ فأكثر	٧٢	١٨.٥
الإجمـــــــالي	**٣٨٤**	**%١٠٠**

المصدر: من إعداد الباحثين من واقع قوائم الاستقصاء المتلقى إجابات عنها.

ويتضح من الجدول رقم (١) ما يأتي:

– وفقاً لمتغير " **الفئة العمرية** " أشارت النتائج إلى أن غالبية عينة البحث تشمل فئة الخبرة (من ٢١ – إلى ٢٩ سنة)، بنسبة (٣٩.٣%)، يليها فئة الخبرة (من ٣٠ إلى ٣٩ سنة)، بنسبة (٢٦.٥%)، ثم يليها فئة الخبرة (من ٢٠ سنة فأقل)، بنسبة (٢٠.٨%)، وأخيرا فئة الخبرة (من ٤٠ سنة فأكثر)، بنسبة (١٣.٤%)، وفقا لردود عينة البحث. ووفقاً لمتغير " **المؤهل العلمي** " يشير إلى أن أغلبية عينة البحث تشمل فئة علمية (جامعي)، بنسبة (٥٧.٦%)، يليها فئة علمية (دراسات عليا)، بنسبة (٢٦%)، وأخيرًا فئة علمية (ثانوى فأقل)، بنسبة (١٦.٥%)، وفقا لردود عينة البحث، إذ تلجأ فئة التعليم الجامعى إلى استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بهدف معرفة المنتجات الجديدة والماركات العالمية والعروض التسويقية. وفيما يخص متغير " **متوسط الدخل** " فإن أغلبية عينة البحث شملت فئة دخل (من ٥٠٠٠ إلى أقل من ١٠٠٠٠)، بنسبه (٢٣.٩%)، يليها فئة دخل (من ١٥٠٠٠ إلي أقل من ٢٠٠٠٠)، بنسبه (٢٠.٣%)، ثم فئة دخل (من ١٠٠٠٠ إلي أقل من ١٥٠٠٠)، بنسبه (١٩.٨%)، وأخيرا كل من فئة دخل على الترتيب (من ٢٠٠٠٠ فأكثر)، (أقل من ٥٠٠٠)، بنسب (١٨.٥%)، (١٧.٥%) وفقاً لردود عينة البحث.

ب. معاملات الصدق والثبات لمتغيرات وأبعاد البحث:

يبين الجدول رقم (٢) معاملات الصدق والثبات لمتغيرات وأبعاد البحث، على النحو التالي:

جدول رقم (٢) معاملات الصدق والثبات لمتغيرات وأبعاد البحث

م	أبعاد البحث	عدد العبارات	معامل الثبات	معامل الصدق
المتغير المستقل: التسويق عبر المؤثرين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي				
١	الجدارة بالثقة	٨	٠.٨٤٢	٠.٩١٧
٢	الخبرة	٥	٠.٨٧١	٠.٩٣٣
٣	الجاذبية	٦	٠.٨٠٨	٠.٨٩٨
٤	القرب من المؤثر	٦	٠.٧٤٢	٠.٨٦١
إجمالي المتغير المستقل:		٢٥	٠,٨٣٥	٠.٩١٣
المتغير الوسيط: قيمة العلامة التجارية				
١	الوعي بالعلامة التجارية	٣	٠.٨٢٤	٠.٩٠٧
٢	الارتباطات الذهنية للعلامة التجارية	٨	٠.٨١٩	٠.٩٠٤
٣	الجودة المدركة للعلامة التجارية	٥	٠.٧٦٧	٠.٨٧٥
إجمالي المتغير الوسيط:		١٦	٠.٨٣٣	٠.٩١٢
المتغير التابع: نية الشراء				
إجمالي المتغير التابع:		٩	٠.٨٤٩	٠.٩٢١
إجمالي الأبعاد		**٥٠**	**٠.٨٦٤**	**٠.٩٢٩**

المصدر: من إعداد الباحثين وفقًا لنتائج الدراسة الميدانية.

ويتضح من الجدول رقم (٢) النقاط التالية:

١- أكدت قيم معاملات الثبات لأبعاد المتغير المستقل" التسويق عبر المؤثرين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي " الارتفاع، وتراوحت بين (٠.٧٤٢ حتى ٠.٨٧١)، وهي أكبر من (0.7) مما يعني القدرة على الاعتماد على تلك المقاييس.

٢- أكدت قيم معاملات الثبات للمتغير الوسيط " قيمة العلامة التجارية " الارتفاع وتراوحت بين (٠.٧٦٧ حتى ٠.٨٢٤)، وهي أكبر من (0.7) مما يعني القدرة على الاعتماد علي تلك المقاييس.

٣- أكدت قيم معاملات الثبات لبعد للمتغير التابع " نية الشراء" بالارتفاع حيث بلغ (٠.٨٤٩) وهي أكبر من (0.7) مما يعني قدرة الاعتماد على تلك المقاييس.

ج. **الاتساق الداخلي:** تم حساب صدق الاتساق الداخلي لأبعاد (تأثير قيمة العلامة التجارية كمتغير وسيط فى العلاقة بين التسويق عبر المؤثرين ونية الشراء) وذلك باستخدام معامل ارتباط (بيرسون) Pearson correlation لقياس العلاقة بين كل بعد والدرجة الكلية لإجمالي البعد المتعلق به.

جدول رقم (٣) الاتساق الداخلي لمعاملات الارتباط بين كل بعد وإجمالي الدرجة الكلية باستخدام معامل ارتباط بيرسون

أبعاد البحث	معامل الارتباط (r)
أولاً: المتغير المستقل: التسويق عبر المؤثرين	
١- الجدارة بالثقة	٠.٦٧٦**
٢- الخبرة	٠.٨٢٠**
٣- الجاذبية	٠.٥٤٣*
٤- القرب من المؤثر	٠.٧٩١**
ثانياً: المتغير الوسيط: قيمة العلامة التجارية	
١- الوعي بالعلامة التجارية	٠.٧٩٤**
٢- الارتباطات الذهنية للعلامة التجارية	٠.٥٨٧*
٣- الجودة المدركة للعلامة التجارية	٠.٨٦٢**
ثالثاً: المتغير التابع: نية الشراء الالكترونى	٠.٦١٨**

** دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠١)　* دالة عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠٥)

المصدر: من إعداد الباحثين وفقًا لنتائج الدراسة الميدانية.

ويتضح من الجدول رقم (٣) معاملات الارتباط بين إجمالي الدرجة الكلية لكل بعد وإجمالي الأبعاد التي تنتمي إليها، إذ يعكس العمود الأول الأبعاد الفرعية، والعمود الثاني معاملات ارتباط كل بعد بإجمالي البعد المتعلق به. إن علاقة معاملات الارتباط لكل بعد بالدرجة الكلية لإجمالي البعد المنتمي إليه دالة عند مستوى معنوية (٠.٠٥) فأقل. وتراوحت معاملات الارتباط بين أبعاد التسويق عبر المؤثرين (٠.٥٤٣ و ٠.٨٢٠) مما يدل على أن جميع الأبعاد صادقة ومرتبطة مع أداة البحث، الأمر الذي يبين صدق أداة البحث وصلاحيتها للتطبيق الميداني. كما تراوحت معاملات الارتباط بين أبعاد قيمة العلامة التجارية (٠.٥٨٧ و ٠.٨٦٢) مما يدل على أن جميع الأبعاد صادقة ومرتبطة مع أداة البحث، الأمر الذى يبين صدق أداة البحث وصلاحيتها للتطبيق الميداني.

د. مصفوفة الارتباط بين متغيرات وأبعاد البحث

استخدم الباحثون أسلوب تحليل ارتباط بيرسون لإيجاد علاقة الارتباط بين متغيرات وأبعاد البحث، ويمكن توضيح ذلك من خلال الجدول رقم (٤) على النحو الآتي:

جدول رقم (٤): مصفوفة الارتباط بين متغيرات وأبعاد البحث

المتغيرات	الجدارة بالثقة	الخبرة	الجاذبية	القرب من المؤثر	التسويق عبر المؤثرينx	الوعي بالعلامة التجارية	الارتباطات الذهنية للعلامة	الجودة المدركة للعلامة	قيمة العلامة التجارية	نية الشراء الالكترونى
الجدارة بالثقة	١									
الخبرة	**٠.٥٥٢	١								
الجاذبية	**٠.٤٩١	**٠.٤٢٤	١							
القرب من المؤثر	**٠.٤٨١	*٠.٥١٥	**٠.٤٨٨	١						
التسويق عبر المؤثرين	**٠.٤٦٤	**٠.٥٠٢	**٠.٥٠٦	**٠.٦٢٢	١					
الوعي بالعلامة التجارية	**٠.٥٨٤	**٠.٦٣٦	**٠.٦٦٦	**٠.٥٧٨	**٠.٦١١	١				
الارتباطات الذهنية للعلامة	**٠.٥٧٧	**٠.٦٠٧	*٠.٦٤٠	**٠.٤٩٧	*٠.٦٠٢	**٠.٤٤٨	١			
الجودة المدركة للعلامة	**٠.٦٤١	**٠.٦٨٨	**٠.٦١١	**٠.٥٠٣	*٠.٥٩٠	*٠.٥٥١	*٠.٤٤٤	١		
قيمة العلامة التجارية	**٠.٦٠٣	**٠.٥٩٤	**٠.٦٥٦	**٠.٥٤٥	**٠.٦٦٤	*٠.٤٢١	**٠.٥٠٦	*٠.٥٧٨	١	
نية الشراء الالكترونى	**٠.٦٤٤	**٠.٦٦٧	**٠.٥٨٦	**٠.٧٥٥	**٠.٦٥٨	**٠.٥١٢	**٠.٦٢٦	*٠.٦٦٤	**٠.٥٨١	١

** دالة عند ٠.٠١ * دالة عند ٠.٠٥

المصدر: من إعداد الباحثين وفقًا لنتائج الدراسة الميدانية.

ويتضح من الجدول (٤) ما يلي:

- وجود ارتباط معنوي إيجابي فيما بين أبعاد التسويق عبر المؤثرين وهم (الجدارة بالثقة، الخبرة، الجاذبية، القرب من المؤثر)، وهو ما يشير إلى أن هذه الأبعاد تعبر عن المتغير المستقل المتمثل في التسويق عبر المؤثرين.
- وجود ارتباط معنوي إيجابي فيما بين أبعاد قيمة العلامة التجارية وهم (الوعي بالعلامة التجارية، الارتباطات الذهنية للعلامة، الجودة المدركة للعلامة)، وهو ما يشير إلى أن هذه الأبعاد تعبر عن المتغير الوسيط المتمثل في قيمة العلامة التجارية.
- وجود ارتباط معنوي إيجابي فيما بين أبعاد التسويق عبر المؤثرين ونية الشراء الالكترونى، حيث حصلت علاقة الارتباط بين القرب من المؤثر ونية الشراء الالكترونى على أعلى قيمة لمعامل الارتباط بين جميع الأبعاد، حيث بلغ (٠.٧٥٥)، وهي ما تشير إلى وجود علاقة ارتباط معنوية إيجابية قوية.
- وجود ارتباط معنوي إيجابى فيما بين أبعاد التسويق عبر المؤثرين وأبعاد قيمة العلامة التجارية، حيث حصلت علاقة الارتباط بين الخبرة والجودة المدركة للعلامة على أعلى قيمة لمعامل الارتباط بين جميع الأبعاد، حيث بلغ معامل الارتباط (٠.٦٨٨)، وهي علاقة ارتباط معنوية إيجابية قوية.
- وجود ارتباط معنوي إيجابى فيما بين أبعاد قيمة العلامة التجارية ونية الشراء الالكترونى، حيث حصلت علاقة الارتباط بين الجودة المدركة للعلامة ونية الشراء الالكترونى على أعلى قيمة لمعامل الارتباط بين جميع الأبعاد، حيث بلغ (٠.٦٦٤)، وهي ما تشير إلى وجود علاقة ارتباط معنوية إيجابية قوية.
- بشكل عام، توجد علاقة ارتباط معنوية إيجابية بين متغيرات البحث المتمثلة في (التسويق عبر المؤثرين، قيمة العلامة التجارية، نية الشراء الإلكترونى).

هـ. اختبار فروض البحث: يمكن تناول اختبار فروض البحث فيما يأتي:

١. اختبار الفرض الأول: استخدم الباحثون تحليل الانحدار المتعدد المتدرج لاختبار تأثير أبعاد التسويق عبر المؤثرين على نية الشراء الإلكتروني، وذلك كما بالجدول رقم (٥) على النحو التالي:

جدول رقم (٥): تحليل الانحدار المتعدد لقياس تأثير التسويق عبر المؤثرين على نية الشراء الإلكتروني

الأبعاد المستقلة أبعاد (التسويق عبر المؤثرين)	Beta	قيم "ت"	مستوي الدلالة	قيمة F	معامل جوهرية النموذج (Sig. F)	r	R^2
الجزء الثابت	١.٠٢١	٥.٥٨٣	**٠.٠١	٧٣.١٩٤	** ٠.٠١	٠.٦٥٨	%٤٣.٣
١- الجدارة بالثقة	٠.٤٥٧	١٠.١٣٦	**٠.٠١				
٢- الخبرة	٠.٢٠١	٣.٤٠٩	**٠.٠١				
٣- الجاذبية	٠.١٠٣	٢.٣٣٢	*٠.٠٥				
٤- القرب من المؤثر	٠.٠٤٢	٠.٧٨١	٠.٤٣				

** دالة عند ٠.٠١ * دالة عند ٠.٠٥

المصدر: من إعداد الباحثين وفقًا لنتائج الدراسة الميدانية.

ويتضح من الجدول (٥) ما يلى:

وفقا لمعامل ارتباط (r) توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين كل "أبعاد التسويق عبر المؤثرين" وبين" نية الشراء الالكتروني، إذ بلغ معامل الارتباط (٠.٦٥٨) بمستوى معنوية أقل من (٠.٠٥). **ووفقا لمعامل التحديد (R^2)** نجد أن المتغيرات المستقلة لإجمالي أبعاد (التسويق عبر المؤثرين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي)، تفسر (٤٣.٣%) من التغير الكلي في بعد " نية الشراء الالكتروني"، وباقي النسبة ربما يرجع إلى إدراج متغيرات مستقلة أخرى.

اختبار معنوية المتغير المستقل.

- باستخدام اختبار (t.test) نجد أن المتغيرات المستقلة لأبعاد التسويق عبر المؤثرين، والمتمثلة فى أهم العناصر تأثيرًا وهو بعد " الجدارة بالثقة " حيث يعتبر أكثر بعد من أبعاد التسويق عبر المؤثرين تأثيرًا على بعد نية الشراء الالكتروني يليه (الخبرة)، (الجاذبية)، حيث بلغت قيم (t) على الترتيب (١٠.١٣٦)، (٣.٤٠٩)، (٢.٣٣٢)، عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠٥).
- ويتضح أيضاً عدم وجود تأثير دال إحصائياً بين بُعد القرب من المؤثر على نية الشراء الالكتروني، بمعنى التأثير الفعال لمعظم أبعاد (التسويق عبر المؤثرين) ولكن هذه التأثيرات متفاوتة على بُعد **(نية الشراء الالكتروني)** وأكثرهم تأثيرًا الجدارة بالثقة وأقلهم تأثيراً القرب من المؤثر.

وبناء على ما سبق، يتضح قبول الفرض الأول جزئياً.

٢. اختبار الفرض الثاني: استخدم الباحثون تحليل الانحدار المتعدد المتدرج لاختبار تأثير أبعاد التسويق عبر المؤثرين على أبعاد قيمة العلامة التجارية، وذلك كما في الجدول (٦) على النحو التالي:

جدول (٦): تحليل الانحدار المتعدد لقياس تأثير التسويق عبر المؤثرين على قيمة العلامة التجارية

الأبعاد المستقلة أبعاد (التسويق عبر المؤثرين)	Beta	قيم "ت"	مستوي الدلالة	قيمة F	معامل جوهرية النموذج (Sig. F)	r	R^2
الجزء الثابت	٠.٨٥٢	٤.٨٧٨	**٠.٠١	٧٥.٨٠١	**٠.٠١	٠.٦٦٤	%٤٤.١
١- الجدارة بالثقة	٠.٢٣٨	٥.٣٤٣	**٠.٠١				
٢- الخبرة	٠.٢٢٧	٣.٩٠٦	**٠.٠١				
٣- الجاذبية	٠.٢٣٤	٥.٣١٧	**٠.٠١				
٤- القرب من المؤثر	٠.١٦٣	٣.٠٧٥	**٠.٠١				

**دالة عند ٠.٠١ / *دالة عند ٠.٠٥

المصدر: من إعداد الباحثين وفقًا لنتائج الدراسة الميدانية.

ويتضح من الجدول (٦) ما يلى:

وفقا لمعامل الارتباط (**r**) توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين كل أبعاد التسويق عبر المؤثرين وبين قيمة العلامة التجارية، إذ بلغ معامل الارتباط (٠.٦٦٤) بمستوى معنوية أقل من (٠.٠٥). ووفقا لمعامل التحديد (R^2) نجد أن المتغيرات المستقلة لإجمالي أبعاد (التسويق عبر المؤثرين)، تفسر (٤٤.١%) من التغير الكلي في بعد " قيمة العلامة التجارية "، وباقي النسبة ربما يرجع إلى إدراج متغيرات مستقلة أخرى.

اختبار معنوية المتغير المستقل: باستخدام اختبار (t.test) نجد أن المتغيرات المستقلة لأبعاد التسويق عبر المؤثرين، والمتمثلة فى أهم العناصر تأثيرًا وهو بعد " الجدارة بالثقة " إذ يعتبر أكثر بعد من أبعاد التسويق عبر المؤثرين تأثيرًا على بعد قيمة العلامة التجارية يليه (الجاذبية)، (الخبرة)، (القرب من المؤثر)، إذ بلغت قيم (t) على الترتيب (٥.٣٤٣)، (٥.٣١٧)، (٣.٩٠٦)، (٣.٠٧٥)، عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠٥). ومما سبق، **يتضح قبول الفرض الثاني.**

٣- اختبار الفرض الثالث: استخدم الباحثون تحليل الانحدار المتعدد المتدرج لاختبار تأثير قيمة العلامة التجارية على نية الشراء الالكتروني، وذلك كما بالجدول رقم (٧) على النحو التالي:

جدول رقم (٧): تحليل الانحدار المتعدد لقياس تأثير قيمة العلامة التجارية على نية الشراء الالكترونى

الأبعاد الوسيطة (قيمة العلامة التجارية)	Beta	قيم "ت"	مستوي الدلالة	قيمة F	معامل جوهرية النموذج (Sig. F)	r	R^2
الجزء الثابت	١.٣٥٠	٧.٢٩١	٠.٠١**	٦٥.٤٥٠	٠.٠١**	٠.٥٨١	%٣٣.٨
١- الوعي بالعلامة التجارية	٠.٢٨١	٥.٣٠٤	٠.٠١**				
٢- الارتباطات الذهنية للعلامة التجارية	٠.٢٧٢	٤.٥٢٢	٠.٠١**				
٣- الجودة المدركة للعلامة التجارية	٠.١٢٠	١.٨٩٣	٠.٠١**				

**دالة عند ٠.٠١ / *دالة عند ٠.٠٥

المصدر: من إعداد الباحثين وفقًا لنتائج الدراسة الميدانية.

ويتضح من الجدول (٧) ما يلى:

وفقاً لمعامل الارتباط (**r**) توجد علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائية بين كل أبعاد قيمة العلامة التجارية وبين نية الشراء الالكتروني، إذ بلغ معامل الارتباط (٠.٥٨١) بمستوى معنوية أقل من (٠.٠٥). ووفقا لمعامل التحديد (R^2) نجد أن إجمالي أبعاد (قيمة العلامة التجارية)، تفسر (٣٣.٨%) من التغير الكلي في بعد "نية الشراء الالكتروني"، وباقي النسبة ربما يرجع إلى إدراج متغيرات مستقلة أخرى.

اختبار معنوية المتغير المستقل: باستخدام اختبار (t.test) نجد أن أبعاد قيمة العلامة التجارية، والمتمثلة في أهم العناصر تأثيرًا وهو بعد "الوعي بالعلامة التجارية" حيث يعتبر أكثر بعد من أبعاد قيمة العلامة التجارية تأثيرًا على بعد نية الشراء يليه (الارتباطات الذهنية للعلامة التجارية)، (الجودة المدركة للعلامة التجارية)، إذ بلغت قيم (t) على الترتيب (٥.٣٠٤)، (٤.٥٢٢)، (١.٨٩٣)، عند مستوى معنوية أقل من (٠.٠٥). ومما سبق يتضح قبول الفرض الثالث.

٤- **اختبار الفرض الرابع:** استخدم الباحثون أسلوب تحليل المسار لاختبار التأثير غير المباشر للتسويق عبر المؤثرين على نية الشراء الإلكتروني من خلال توسيط قيمة العلامة التجارية، كما هو موضح بالجدول رقم (٨) على النحو الآتي:

جدول رقم (٨) الآثار المعيارية الكلية المباشرة وغير المباشرة بين متغيرات البحث

الاثار المعيارية	المتغيرات	التسويق عبر المؤثرين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي	قيمة العلامة التجارية
المباشرة	قيمة العلامة التجارية	٠.٨٢٩	–
	نية الشراء	٠.٢٨٧	٠.٧٣٥
غير المباشرة	قيمة العلامة التجارية	–	–
	نية الشراء	٠.٤١٢	–
الكلية	قيمة العلامة التجارية	٠.٨٢٩	–
	نية الشراء	٠.٦٩٩	٠.٧٣٥

المصدر: من إعداد الباحثين وفقًا لنتائج الدراسة الميدانية.

يتضح من الجدول (٨) ما يلى:

التأثيرات المباشرة: جاءت نتائجه مرضية بشكل كبير وجميعها تأثيرات ايجابية، إذ يوجد تأثير مباشر بين (التسويق عبر المؤثرين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي) و(قيمة العلامة التجارية) بقيمة ٠.٨٢٩، يوجد تأثير مباشر بين (التسويق عبر المؤثرين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي) و(نية الشراء الالكتروني) بقيمة ٠.٢٨٧، يوجد تأثير مباشر بين (قيمة العلامة التجارية) و(نية الشراء الالكتروني) بقيمة ٠.٧٣٥

التأثيرات غير المباشرة: يوجد تأثير غير مباشر بين (التسويق عبر المؤثرين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي) و(نية الشراء الالكتروني) بقيمة ٠.٤١٢ .

التأثيرات الكلية: بلغ التأثير الكلي بين قيمة العلامة التجارية والتسويق عبر المؤثرين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ٠.٨٢٩. بينما بلغ التأثير الكلي بين قيمة العلامة التجارية ونية الشراء ٠.٧٣٥ . وبذلك أصبح التأثير الكلي بين التسويق عبر المؤثرين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ونية الشراء ٠.٦٩٩. وفي ظل وجود المتغير الوسيط زاد تأثير بين التسويق عبر المؤثرين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وبين نية الشراء الالكتروني من (٠.٢٨٧) أصبح (٠.٦٩٩).

ثامناً: مناقشة نتائج البحث:

١- توصلت نتائج البحث إلى وجود تأثير معنوي إيجابي للتسويق عبر المؤثرين على نية الشراء الإلكتروني بمعامل تحديد R^2 (٤٩%)، ولكن هذا التأثير فعال لحد ما ولكن يجب الاخذ في

الاعتبار عوامل الضعف في التسويق عبر المؤثرين. كما كان أكثر أبعاد التسويق عبر المؤثرين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي تأثيرًا على نية الشراء الالكتروني (الجدارة بالثقة) بقيمة "ت" ١٠.١٣٦، وأقلهم تأثيرًا (القرب من المؤثر) بقيمة "ت" ٠.٧٨١. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج الدراسات السابقة كما في دراسة (Singh& Aggarwal,2024) إلى أن المواقف الإيجابية تجاه المؤثرين، إلى جانب الأعراف الاجتماعية والتحكم السلوكي المدرك تؤدي دورًا رئيسًا في تشكيل نوايا الشراء لدى المستهلكين. وأيضاً أكدت نتائج دراسة (Chengetal., 2024) في ضوء نظرية "سلوك المستهلك" على أن مصداقية المؤثرين ومهنيتهم يؤثران بشكل معنوي إيجابي على نية الشراء؛ ومن ثم أهمية زيادة الشفافية، وتحسين الصورة المهنية، وتقديم محتوى مخصص يعزز ثقة المستهلكين ويزيد من قيمة العلامة التجارية.

٢- كان لأبعاد التسويق عبر المؤثرين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي مجتمعة تأثير إيجابي معنوي على إجمالي أبعاد المتغير الوسيط (قيمة العلامة التجارية) بمعامل تحديد R^2 (٦٩%) لكن يجب الأخذ في الاعتبار عوامل القصور فى التسويق عبر المؤثرين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي. وأن أكثر أبعاد التسويق عبر المؤثرين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي تاثيرًا على قيمة العلامة التجارية (الجدارة بالثقة) بقيمة "ت" ٥.٣٤٣، وأقلهم تأثيراً (القرب من المؤثر ة) بقيمة "ت" ٣.٩٠٦. إذ يُساهم تطبيق قيمة العلامة التجارية كمتغير وسيط في توضيح كيف يمكن للتسويق عبر المؤثرين أن يعزز الوعي بالعلامة، الارتباط الذهني، والجودة المُدركة. وتتفق هذه النتيجة مع نتائج دراسة (Vo Minh et al. 2022)، فالمؤثرين يساهمون في بناء تصورات إيجابية لدى الجمهور، مما يؤدي لتحسين قيمة العلامة التجارية بشكل مباشر. كما أوضحت دراسة Majeed et al. (2021) أن الحملات الإعلانية المعتمدة على المؤثرين تساعد في تعزيز الرؤية الإيجابية للعلامة التجارية وزيادة الثقة بها، مما يُمكن العلامة من الحفاظ على مكانتها في سوق الموضة والأزياء.

٣- كان لأبعاد قيمة العلامة التجارية مجتمعة تأثير إيجابي معنوي على إجمالي أبعاد المتغير التابع (نية الشراء) بمعامل تحديد R^2 (٥٤%) وهذا التأثير فعال لحد ما حيث يجب الأخذ في الاعتبار عوامل الضعف في نية الشراء. وكان أكثر أبعاد قيمة العلامة التجارية تأثيرًا على نية الشراء الالكتروني (الوعي بالعلامة التجارية) بقيمة "ت" ٥.٣٠٤، وأقلهم تاثيرًا (الجودة المدركة للعلامة التجارية) بقيمة "ت" ١.٨٩٣. واتفقت هذه النتيجة مع نتائج دراسة Rohman (2024)

التي كشفت عن أن قيمة العلامة التجارية تُعد جسرًا بين التسويق ونية الشراء الالكتروني، إذ تؤثر إيجابيًا على إدراك المستهلكين لجودة المنتجات أوالخدمات، مما يزيد من رغبتهم في الشراء، كما تظهر نتائج دراسة Ali & Alqudah (2022) أن التسويق عبر المؤثرين يعزز من تفاعل العملاء مع العلامة التجارية، ما يؤدي إلى تحسين نية الشراء الالكتروني عبر التأثير في الوعي والارتباط الذهني والجودة المدركة.

٤- ثبت وجود تأثيرات إيجابية مباشرة بين التسويق عبر المؤثرين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وقيمة العلامة التجارية، وأيضًا وجود تأثير مباشر بين التسويق عبر المؤثرين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ونية الشراء، كذلك وجود تأثير مباشر بين قيمة العلامة التجارية ونية الشراء. وأيضاً وجود تأثير غير مباشر بين التسويق عبر المؤثرين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي ونية الشراء؛ بوجود المتغير الوسيط زاد تأثير بين التسويق عبر المؤثرين من خلال مواقع التواصل الاجتماعي على نية الشراء من (٠.٢٨٧) إلى (٠.٦٩٩)، فإننا نعتبر في هذه الحالة وجود تأثير إيجابي معنوي لقيمة العلامة التجارية في العلاقة بينهما.

تاسعاً: توصيات البحث:

في ضوء ما أسفرت عنه نتائج البحث يطيب للباحثين اختتام البحث بتقديم مجموعة من التوصيات كما هو موضح بالجدول رقم (٩) التالي:

جدول رقم (٩) توصيات البحث والمسؤول عن تنفيذها وآليات تنفيذها

التوصية	آليات التنفيذ	المسؤول عن التنفيذ
تعزيز التعاون مع المؤثرين المناسبين لزيادة قيمة العلامة التجارية	– إجراء تحليل تفصيلي لتحديد المؤثرين الذين يتوافقون مع هوية العلامة التجارية وقيمها. – توقيع عقود طويلة الأجل مع المؤثرين مع تضمين مؤشرات أداء محددة.(KPIs) – دمج المحتوى الذي يقدمه المؤثرون مع استراتيجيات التسويق الأخرى.	فريق التسويق، وكالة التسويق أو العلاقات العامة
تحسين قيمة العلامة التجارية عبر تعزيز الرسائل التسويقية المؤثرة	– استخدام استبيانات أو أدوات تحليل بيانات السوق لتحديد مواقف الجمهور تجاه العلامة التجارية. – تحديد القيم الأساسية للعلامة وربطها بمحتوى المؤثرين. إنشاء قصص واقعية مدعومة بمحتوى المؤثرين تعكس تجربة الشراء.	فريق تطوير العلامة التجارية، قسم تحليل السوق
قياس تأثير التسويق عبر	– تحديد مؤشرات الأداء مثل معدلات التحويل ونمو المبيعات.	قسم التحليل الرقمي وإدارة

التوصية	آليات التنفيذ	المسؤول عن التنفيذ
المؤثرين على نية الشراء بشكل دوري	– تحليل البيانات الواردة من حملات التسويق عبر المؤثرين. – تعديل نوع المحتوى أو أسلوب التواصل بناءً على النتائج.	البيانات، فريق التسويق
بناء ثقة العملاء بالعلامة التجارية لزيادة نية الشراء	– تعزيز الشفافية في رسائل المؤثرين من خلال الإفصاح عن الشراكات التجارية. – ضمان تجربة إيجابية على كل نقاط التماس مع العلامة التجارية. – إطلاق برامج الولاء وتقديم مكافآت للعملاء المخلصين.	فريق إدارة تجربة العملاء، فريق التسويق الرقمي
تصميم محتوى تسويقي يبرز قيمة العلامة التجارية	– تحليل توقعات الجمهور المستهدف لفهم القيم التي يقدّرونها في العلامة التجارية. – تطوير مقاطع فيديو، منشورات، ومدونات تسلط الضوء على السمات المميزة للعلامة التجارية بمشاركة المؤثرين. – إنشاء محتوى مخصص لكل شريحة مستهدفة لضمان تفاعل أكبر وتأثير أعمق.	فريق التسويق الرقمي، وكالة الإنتاج الإبداعي

المصدر: من إعداد الباحثين في ضوء نتائج الدراسة الميدانية.

عاشراً: توصيات لبحوث مستقبلية:

يمكن للباحثين طرح اتجاهات لأبحاث مستقبلية يمكن أن تسهم في إثراء هذا الموضوع من جوانب مختلفة مثل:

- دراسة مقارنة بين المؤثرين فى مواقع التواصل الاجتماعي.
- دراسة سلوك المتابعين عبر محتوي ما يقدمة مؤثر بعينه.
- تناول دور اجتذاب خبرات خارجية فى مجال الموضة والأزياء في التأثير على قرار الشراء.
- دور الثقة في المؤثرين في تعزيز قيمة العلامة التجارية وأثرها على سلوك المستهلك الشرائي.
- تأثير جودة المحتوى التسويقي للمؤثرين على نية الشراء: الدور الوسيط لقيمة العلامة التجارية.
- تأثير التوصيات الشخصية من المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي على قرارات الشراء: دور قيمة العلامة التجارية في بناء الثقة.

قائمة المراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية:

السيد، ميرهان محسن محمد.(٢٠٢٠). العلاقة بين اتجاهات الشباب نحو إعلانات المؤثرين ونيتهم الشرائية للمنتج المعلن عنه: دراسة ميدانية، **مجلة بحوث العلاقات العامة الشرق الأوسط**، الجمعية المصرية للعلاقات العامة، ٨(٢٦).

الدهراوي، محمد فؤاد محمد. (٢٠١٩). اتجاهات الشباب العربي نحو التسويق عبر مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي Influencers Marketing وعلاقته بالسلوك الشرائي دراسة ميدانية، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والإتصال**، جامعة الأهرام الكندية، (٢٧).

- بسيط، رزق غبريال (٢٠٢٠). تأثير التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي علي نية الشراء: تحليل الدور الوسيط للوعي بالعلامة والكلمة المنطوقة إلكترونيا: دراسة تطبيقية علي خدمات شركات الهاتف المحمول في مصر، **المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة**، كلية التجارة، جامعة عين شمس، ٥٠(١).

توفيق؛ أماني محمد. (٢٠٢٣). أثر أبعاد العلامة التجارية للوجهة السياحية على الولاء المعهد العالي للعلوم الإدارية الاتجاهي للسائح الأجنبي تحليل الدور الوسيط للصورة الذهنية للوجهة ورضاء السائح الأجنبي: دراسة تطبيقية على السياح الأجانب بمدينتي الغردقة وشرم الشيخ. **المجلة العربية للإدارة**، المعهد العالي للعلوم الإدارية، ٤٣ (٢).

جمعة؛ روان ثائر جمعة. (٢٠٢١) أثر التسويق الرقمي على نية الشراء من ماركات الأزياء العالمية. **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

حامد، مروى السعيد السيد.(٢٠١٩). مصداقية إعلانات المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالنية الشرائية لدى المستهلك المصري، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، (١٦).

حماد؛ شيماء محمد إبراهيم؛ عبد الحميد، طلعت أسعد؛ عشري، تامر إبراهيم .(٢٠٢١). أثر مصداقية وجاذبية وخبرة مشاهير وسائل التواصل الاجتماعي على نية الشراء للمنتجات النسائية من خلال تطبيقات الفيس بوك واليوتيوب، **المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية**، كلية التجارة بالاسماعيلية، جامعة قناة السويس، ١٢(١).

سلامة، مي وليد.(٢٠٢٠). إعلانات المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالسلوك الشرائي لدي الشباب الجامعي السعودي: دراسة ميدانية، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان**، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، (١٩).

شاهين، إيمان صابر صادق. (٢٠٢١). فاعلية التسويق عبر المؤثرين والمؤثرين في مواقع التواصل الإجتماعي، **المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال**، (٣٤).

عبد الحميد، مِنّة الله محمد، (٢٠١٩)، تسويق المؤثرين للماركات عبر موقع التواصل الاجتماعي «إنستجرام» وانعكاسه على اتجاه الجمهور نحوه، **المجلة المصرية لبحوث الرأى العام**، ١٨(١)، ٥٢١-٥٦٤.

- عبدالفتاح الزيتوني، وعزيز، عبدالهادي (٢٠٢٤) التصرف في العلامة التجارية على ضوء قانون حماية الملكية الصناعية المغربي: عقد الترخيص بالاستغلال نموذجا، مجلة الإرشاد القانوني،.(12)
- عبد الله، وسن عامر، وعباس، زهور سعد (٢٠٢٤) تأثير قيم العلامة التجارية على ولاء الزبون. مجلة الدراسات المستدامة، الجمعية العلمية للدراسات التربوية المستدامة، ٦(١).

موسى، عبد الله فرغلي علي. (٢٠٢٢). نموذج مقترح للعلاقة بين جودة الموقع الإلكتروني وثقة العملاء فيه ونواياهم للشراء الإلكتروني منه: دراسة تطبيقية على العملاء عبر مواقع الشراء الإلكتروني في جمهورية مصر العربية، **مجلة البحوث المالية والتجارية**، كلية التجارة، جامعة بورسعيد، (٢٣).

ثانياً: المراجع باللغة الانجليزية:

AlFarraj, O., Alalwan, A. A., Obeidat, Z. M., Baabdullah, A., Aldmour, R., & Al-Haddad, S. (2021). Examining the impact of influencers' credibility dimensions: attractiveness, trustworthiness and expertise on the purchase intention in the aesthetic dermatology industry. ***Review of International Business and Strategy***. 31(3),355-374.

Ali, H., & Alqudah, O. (2022). The effects of influencer marketing on overall brand equity through brand awareness and customer brand engagement. ***International Journal of Data and Network Science***, 6(3), 651-658.

Amani, V. J. (2020). The effect of customer satisfaction on their loyalty by mediating the mental image of the brand and trust using structural equations in the Banking Industry (Case study: Pasargad Bank). ***Journal of Internet Banking and Commerce***, 25(4), 1-13.

Byrne, E. , Kearney, J. and MacEvilly, C. (2017) 'The role of influencer marketing and social influencers in public health'. in Proceedings of the Nutrition Society, 76 (OCE3).

Chaffey, D. and Smith. P. R. (2017). **Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing and Integrating Online Marketing**, (5^{th} ed). Routledge.

Djafarova, E., & Rushworth, C. (2017). Exploring the credibility of online celebrities'Instagram profiles in influencing the purchase decisions of young female users, ***Computers in Human Behavior***, 68, 1–7.

Djafarova, E., &Trofimenko, O. (2018). 'Instafamous' – credibility and self-presentation of micro-celebrities on social media. ***Information, Communication & Society***, 22(10), 1432-1446.

Gannon, V., & Prothero, A. (2018). Beauty bloggers and YouTubers as a community of practice. ***Journal of Marketing Management***, 34(7-8), 592-619.

-Hudson, S., Huang, L., Roth, M. S., & Madden, T. J. (2016). The influence of social media interactions on consumer–brand relationships: A three-country study of brand perceptions and marketing behaviors. International journal of research in marketing, 33(1), 27-41.

Keller, K. (2013). Strategic Brand Management: Building Measuring, and Managing Brand Equity, Second Edition Pearson Education, Inc., New Jersey.

Khamis, S., Ang, L, Welling, R. (2017). Self-randing,'micro-celebrity' and the rise of Social Media Influencers. *Celebrity Studies*, 8 (2), 191–208.

Majeed, M., Owusu-Ansah, M., & Ashmond, A. A. (2021). The influence of social media on purchase intention: The mediating role of brand equity. Cogent Business & Management, 8(1), 1944008.

Masuda, H., Han, S. H., & Lee, J. (2022). Impacts of influencer attributes on purchase intentions in social media influencer marketing: Mediating

roles of characterizations. ***Technological Forecasting and Social Change***, 174, 121246.

Nugraha, W. S., & ChenShang, D. (2022). The effect of a Halal label and label size on purchasing intent fornon-Muslim consumers. ***Journal of Retailing and Consumer Services***, 65. 1- 9.

Osselaer, S. and Alba, J. (2013). Locus of equity and brand extension, ***Journal of Consumer Research***, 29, 539-550.

Qingzhe, H. (2024). Research on the Impact of Consumer Perceived Value on the Purchase Intention of New Energy Vehicles. ***Academic Journal of Business & Management***, *6*(6), 193-200.

Rohman, F. (2024). An Analysis of the Relationships between Brand Equity, Purchase Intention, Purchase Behavior, Short-Term Happiness, and Long-Term Happiness in the Fashion Industry. ***Doctoral dissertation***, Universitas Hayam Wuruk Perbanas.

Roth, S. (2015). The Effects of Culture and Socioeconomics on the Performance of Global Brand Image Strategies. ***Journal of Marketing Research,*** 11 (4), 163-175.

Ryder, R. (2014). Trademarks, Advertising and Brand Protection, Macmillan India Murphy.

Singh R. P & Banerjee. N., (2018). A study on exploring factors influencing celebrity endorsement credibility, ***Global Business Review***, 19(2), 494-509.

Thilina, D. K. (2021). Conceptual review of social influencer marketing on purchase intention; Dynamics in fashion retail industry.

دور وعي العميل كمتغير وسيط في العلاقة بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية بالتطبيق على المتسوقين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر

ا.د.طلعت أسعد عبد الحميد *

هـلا محمد تيسير السيد **

ا.م.د. محمد فوزى البردان ***

(*) ا.د.طلعت أسعد عبد الحميد : أستاذ التسويق، كلية التجارة، جامعة المنصورة

Email: tasaad44@gmail.com

(**) هـلا محمد تيسير السيد : باحثة دكتوراه بقسم إدارة الأعمال، كلية التجارة، جامعة مدينة السادات

Email: hala.taiseer@yahoo.com

(***)أ.م. د. محمد فوزى البردان : أستاذ مساعد بقسم إدارة الأعمال، كلية التجارة، جامعة مدينة السادات

Email: mfawzy1020@gmail.com

مستخلص البحث:

استهدف البحث الحالي الكشف عن العلاقة بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية من خلال وعي العميل كمتغير وسيط، وتم الاعتماد على أسلوب العينة العشوائية الطبقية لجمع البيانات اللازمة للبحث، من خلال إعداد قائمة استقصاء وتوزيعها على عينة قوامها ٤٠٠ مفردة من المتسوقين عبر مجموعات التواصل الإجتماعي في مصر، وتم استرداد عدد ٣٨٧ قائمة استقصاء صحيحة بمعدل استجابة ٩٦%، وتم التحليل الإحصائي باستخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية الملائمة للبيانات من خلال استخدام برنامج SPSS Ver. 22، وبرنامج AMOS Ver.23. وتوصل البحث إلى عدة نتائج من أهمها: وجود علاقة ارتباط طردية معنوية بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية من خلال وعي العميل، كما أكدت النتائج على أن جميع أبعاد التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي ماعدا سهولة البحث والوصول تؤثر تأثيراً طردياً معنوياً في ارتباط العميل بالعلامة التجارية ككل من خلال وعي العميل بالعلامة التجارية. فضلاً عن وجود علاقة غير مباشرة ذات دلالة إحصائية بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية في ظل وجود وعي العميل كمتغير وسيط بالنسبة للمشترين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر محل البحث. وفي ضوء ذلك قدم البحث مجموعة من التوصيات منها، الإهتمام من قبل الشركات المعلنة عن العلامة التجارية بالرسالة الإعلانية والتركيز على المنافع الخاصة بعملائها لترك أثراً مقنعاً للعملاء والتي من شأنها التأثير بشكل معنوي على ارتباط العميل بالعلامة التجارية وزيادة وعي العميل لدى المتسوقين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر، وضرورة اهتمام شركات العلامات التجارية بإمكانية تقسيط تكلفة المنتجات وتقديم الضمانات اللازمة للعملاء للتأكد من جودة المنتج، حتى يتحقق التفاعل الإيجابي من قبل العملاء على صفحات العلامة التجارية والزيادة من إنتشارها والإقبال عليها.

الكلمات المفتاحية: التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي، وعي العميل بالعلامة التجارية، ارتباط العميل بالعلامة التجارية، المتسوقين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر.

Abstract:

The current research aimed to explore the relationship between shopping through social media platforms and the customer's awareness of the brand, with a focus on shoppers through social media in Egypt. The research studied the role of social media sites in influencing the behaviors and The study relied on a decisions of consumers and their brand engagement. descriptive analytical approach using a sample survey. The data was collected through questionnaires distributed to a sample of shoppers via social media in Egypt. A total of 387 valid questionnaires were analyzed, a response rate of 96%. Data analysis was conducted using the SPSS Ver. 22 The results of the study revealed a statistical programs. and AMOS Ver.23 significant relationship between social media sites shopping and reaching the target audience. This relationship influenced the customer's brand awareness through various methods, such as presenting the company's products and offering promotional incentives, which positively impacted In addition to that, there is an customer satisfaction and brand loyalty. indirect significant relationship between shopping via social networking sites and the customer's brand engagement, in light of the presence of customer awareness as a mediating variable for social networking sites shoppers in Egypt. The study highlighted the importance of companies focusing on the preferences and needs of customers, given the rising reliance on shopping via social media for brand. The results also indicated that shopping through social media sites enhances customer awareness, promotes a positive perception of the brand, and contributes to achieving better customer satisfaction and loyalty. These efforts lead to wider reach and dissemination of products and services among customers.

Key words: Shopping through social media, customer brand awareness, customer brand engagement, shoppers through social media in Egypt.

مقدمة:

يؤثر التقدم التكنولوجي بشكل كبير على جوانب كثيرة من حياتنا. وكلما إزداد هذا التقدم كلما أثر في حياة الأشخاص. ومع الإعتماد المتزايد على الإنترنت، أصبح استخدام منصات التواصل الإجتماعي جزءًا أساسيًا للتواصل اليومي واستقبال المعلومات لكثير من الأشخاص في جميع أنحاء العالم. فهناك من يستخدم مواقع التواصل الإجتماعي كوسيلة للترفيه وتقضية الوقت، وربما لإضاعة الوقت، وآخرون أدركوا مدى قوة وسائل التواصل الإجتماعي فاستخدموها بشكل فعال في الدراسة والبحث، وهناك من استخدمها في عملية التسوق (برسي، ٢٠٢٣). كما أصبح استخدام منصات التواصل الإجتماعي جزءًا أساسيًا للتواصل اليومي واستقبال المعلومات لكثير من الأشخاص في جميع أنحاء العالم. فهناك من يستخدم مواقع التواصل الإجتماعي كوسيلة للترفيه وتقضية الوقت، وربما لإضاعة الوقت، وآخرون أدركوا مدى قوة وسائل التواصل الإجتماعي فاستخدموها بشكل فعال في الدراسة والبحث، وهناك من استخدمها في عملية التسوق (الكيال وآخرون، ٢٠٢٥). وتعتبر إقامة علاقات قوية مع العملاء من أهم المزايا التنافسية التي يمكن أن تمتلكها العلامة التجارية عبر مواقع التواصل الإجتماعي، وتنشأ هذه العلاقة من خلال الإتصال المباشر والفعال مع العملاء بشكل متواصل لتحقيق إرتباطهم بالعلامة و إبراز وعيهم بالعلامة للمستخدمين الجدد عن طريق التركيز على بناء علاقة متميزة تدفع العميل إلى التعامل و الإستمرارية في التعامل مع العلامة التجارية أطول فترة ممكنة (Natarajan & Raghavan, 2025).

وهناك عدة استخدامات لمواقع التواصل الإجتماعي يمكن للشركات إستغلالها أهمها (خلق الوعي بالعلامة التجارية، التواصل بشكل أعمق مع الجمهور والتفاعل معه، وعند وعي المستخدمين بها ووضع ثقتهم بالمؤسسة يقودها إلى تحقيق واستمرارية خدماتها مما يمكن من الإستفادة منها بشكل أكبر ويعطي وعي للمستخدم بالعلامة التجارية ومن ثم يحقق سمة الإرتباط بالعلامة (Kinawy, 2024).لذلك يهدف هذا البحث إلى الكشف عن دور وعي العميل كمتغير وسيط في العلاقة بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية بالتطبيق على المتسوقين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر.

١ – مشكلة وتساؤلات البحث:

١/١– تم إجراء دراسة إستطلاعية للحصول على أدلة على وجود مشكلة البحث وتناولت الدراسة مناقشة دور وعي العميل كمتغير وسيط في العلاقة بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية بالتطبيق على المتسوقين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر، وتم جمع البيانات من خلال إجراء المقابلات الشخصية الفردية المتعمقة باستخدام عينة ميسرة قوامها (٣٠ مفردة) من المتسوقين عبر إمواقع التواصل الإجتماعي في مصر، وتم التوصل إلى مجموعة من المؤشرات التي تبرز وجود المشكلة وهي:

تبين وجود قصور في درجة الموافقة على العبارات الخاصة بالتسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي خاصة في شعور العملاء بأن التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي أسهل من التسوق التقليدي على أرض الواقع لعدد ١٢ مفردة بنسبة ٣٠%. كذلك وجود إرتفاع ملحوظ في الموافقة على وعي العميل بالعلامة التجارية بشكل خاص في زيادة تعرف العميل على جودة المنتجات الخاصة بالعلامة التجارية لعدد ٢٧ مفردة بنسبة ٩٠%. . في حين كان هناك إرتفاع في نسبة الموافقة في إرتباط العميل بالعلامة التجارية من حيث قابلية العملاء عن التحدث بشكل إيجابي عن العلامة التجارية وذلك يعكس مدى إرتباطهم ورضاهم عن العلامة التجارية لعدد ٢٧ مفردة بنسبة ٩٠%.

١/ ٢ – فيما يلى مجموعة من الدراسات السابقة التي تناولت بعض جوانب المشكلة وتحديد الفجوة البحثية لموضوع التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي، وما يرتبط به من مفاهيم جديدة تؤثر بصورة مباشرة أو غير مباشرة على كل من منظمات الأعمال والمستهلكين من خلال وعي العملاء وارتباط العملاء. فتناولت دراسات (حمودة، ٢٠٢٢; حبيش، ٢٠٢٣؛ قسول ٢٠٢٤ ؛ Can et al., 2025) العلاقة المباشرة بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي ووعي العميل العميل بالعلامة التجارية من خلال المتغيرات (سهولة الوصول والتعامل على الموقع الإلكتروني الرسالة الإعلانية، ومدى إدراك العميل لجودة الموقع الإلكتروني وإبداء رأيه فيه)، إلا أنها أغفلت جانب معرفة سلوك المستهلك وما تتضمنه إهتمامات العميل من مواقع التواصل الإجتماعي وتكوين صورة ذهنية عن مدى المنفعة العائدة على العميل. والتي اختلفت عن دراسات أخرى أوضحت العلاقة المباشرة بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية مثل دراسات (الشرقاوي، ٢٠٢١؛ Lagoudakis, 2023، قناوي، ٢٠٢٤ ؛ Tyrvainen & Karjaloto,

2025) من حيث متغيرات (منافع العملاء ومرجعية العميل من خلال تعامله مع الموقع الإلكتروني وتفاعله عليه)، وتوصلت هذه الدراسات إلى أن مضمون مرجعية العميل عن مواقع التواصل الإجتماعي هي عامل أساسي لتحديد مدى إرتباطه بالعلامة التجارية وإعادة تجربة تعامله من خلاله. في حيث تناولت دراسات العلاقة المباشرة بين وعي العميل وارتباط العميل بالعلامة التجارية (El Zoghby et al., 2021؛ العباسي، ٢٠٢٢; عتيق، ٢٠٢٣؛ محمود، ٢٠٢٤) بحيث اختلفت مع دراسات (البنا وآخرون، ٢٠٢١، شعبان وآخرون، ٢٠٢٢، بوذكري، ٢٠٢٣، برسي، ٢٠٢٣؛ ElTaazy et al., 2024)، فقد عبرت عن التسوق عبر مواقع التواصل الاجتماعي. وعليه فإن الفجوة البحثية التي استند إليها البحث الحالي تتمثل في عدم سعي أي دراسة من الدراسات السابقة إلى فحص طبيعة العلاقة بين التسوق عبر مواقع التواصل الاجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية من خلال تناول وعي العميل كمتغير وسيط في تلك العلاقة، حيث تبين أن هناك قصوراً واضحاً في الدراسات السابقة، وهو ما يسعى البحث الحالي إلى تحقيقه.

١/ ٣- إعتمادا على الدراسة الإستطلاعية والدراسات السابقة التى تم تناولها والفجوة البحثية يكمن عرض مشكلة البحث في صورة مجموعة من التساؤلات التي سيتم الإجابة عليها من خلال البحث، والتي يمكن حصرها فيما يأتي:

- هل توجد علاقة بين التسوق عبر مواقع التواصل الاجتماعي ووعي العميل المتسوقين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر؟ وما نوع وقوة هذه العلاقة؟
- هل توجد علاقة بين التسوق عبر مواقع التواصل الاجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية لدى المتسوقين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر؟ وما نوع وقوة هذه العلاقة؟
- هل توجد علاقة بين وعي العميل وارتباط العميل بالعلامة التجارية لدى المتسوقين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر؟ وما نوع وقوة هذه العلاقة؟
- هل هناك دور لوعي العميل كمتغير وسيط في العلاقة بين التسوق عبر مواقع التواصل الاجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية لدى المتسوقين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر؟ وما طبيعة هذا الدور؟

٢-أهداف البحث:

تتمثل أهداف البحث فيما يأتي :

١/٢- تحديد وتوصيف نوع وقوة العلاقة بين التسوق عبر مواقع التواصل الاجتماعي ووعي العميل لدى المتسوقين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر، وتحديد الأهمية النسبية لأبعاد التسوق عبر مواقع التواصل الاجتماعي من حيث قدرتها على التنبؤ بوعي العميل .

٢/٢- التحقق من نوع وقوة العلاقة بين التسوق عبر مواقع التواصل الاجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية لدى المتسوقين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر، وتحديد الأهمية النسبية لأبعاد التسوق عبر مواقع التواصل الاجتماعي من حيث قدرتها على التنبؤ بارتباط العميل بالعلامة التجارية.

٣/٢- التحقق من نوع وقوة العلاقة بين وعي العميل وارتباط العميل بالعلامة التجارية لدى المتسوقين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر، وتحديد الأهمية النسبية لأبعاد وعي العميل من حيث قدرتها على التنبؤ بارتباط العميل بالعلامة التجارية .

٤/٢- التعرف على الدور الوسيط لوعي العميل في العلاقة بين التسوق عبر مواقع التواصل الاجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية لدى المتسوقين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر.

٥/٢- تعزيز قدرة شركات العلامات التجارية والمروجة لها على مواقع التواصل الإجتماعي في مصر للإرتقاء بمستوى وعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية من خلال تبني ممارسة التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي.

٣-أهمية البحث:

يمكن تناول أهمية البحث من المنظورين الأكاديمي والتطبيقي كالآتي:

١/٣ - المنظور الأكاديمي: التركيز على ثلاثة مفاهيم من المفاهيم الحديثة في مجال التسوق الإلكتروني، خصوصاً في ظل ندرة الكتابات العربية وتعدد الكتابات الأجنبية التي تناولت هذه المفاهيم بالبحث والتحليل، وبالتالي تأتي هذه الدراسة كمحاولة مكملة للمحاولات الأخرى المبذولة وامتداداً لها في هذا المجال. والربط بين ثلاثة مفاهيم رئيسة (التسوق عبر مواقع التواصل

الإجتماعي، وعي العميل بالعلامة التجارية، ارتباط العميل بالعلامة التجارية) واستخلاص النتائج المترتبة عليهم والخروج بتوصيات تفيد الأبحاث المستقبلية المتعلقة بموضوع البحث.

٢/٣ – المنظور التطبيقي: الكشف عن طبيعة العلاقات المباشرة وغير المباشرة بين كل من التسوق عبر مواقع التواصل الاجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية بتوسيط متغير وعي العميل بالعلامة التجارية. حيث لم يجد الباحثون – في حدود ما توفر لديهم من دراسات – دراسة تناولت تأثير وعي العميل بالعلامة التجارية كمتغير وسيط على العلاقة بين التسوق عبر مواقع التواصل الاجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية. ومن الناحية العملية، فإن نتائج البحث يمكن أن تساعد القائمين على تسويق العلامة التجارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي في وضع الأساليب والإمكانيات التي تكفل تحسين مستوى ارتباط العميل بالعلامة التجارية، وذلك من منطلق أن وعي العميل يمثل أحد الوسائل المهمة لتبني المتسوقين في مصر لفكرة التسوق عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبالتالي تحقيق ارتباطهم بالعلامة التجارية. وإبراز الدور الحيوي المتسوقين في مصر تجاه التسوق عبر مواقع التواصل الاجتماعي وبيان كيفية ارتباطهم بالعلامة التجارية.

٤– الإطار النظري وتنمية فروض البحث:

يتناول هذا الجزء الإطار النظري لمتغيرات البحث، ونتائج الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات البحث، ويمكن توضيح ذلك على النحو التالي:

١/٤ – مفهوم وأبعاد وعي العميل بالعلامة التجارية: يعد الوعي بالعلامة القيد الأساسي والأهم في أي بحث متعلق بالعلامة التجارية وهو قدرة المستهلك على التعرف على العلامة التجارية واسترجاعها في مواقف مختلفة. حيث أنه إذا كان يعرف جيداً علامته التجارية فسيكون لديه المزيد من الفرص للشراء وسيتخذ دائماً قراراً إقتصادياً حكيماً (Ali et al., 2025) . وتتمثل أبعاد وعي العميل فيما يلي :

– **الصورة الذهنية:** هي الصور الموجودة في عقل الشخص، والسمة الأساسية في أي صورة أنها دائماً ذاتية وشخصية، لأنها تقوم على مواقف الشخص والقيم الشخصية وأنها لا تقوم على أي حقيقة موضوعية فهي دائماً مسألة رأي شخصي (Can et al., 2025) .

- **سلوك المستهلك:** يشير إلى تصرف المستهلك في البحث عن شراء المنتجات أو استخدام السلع أو الخدمات أو الأفكار أو الخبرات التي يتوقع أنها تشبع رغباته أو حاجاته وحسب الإمكانات الشرائية المتاحة (البنا، ٢٠٢٣).

- **الجودة المدركة:** هي مقدار العملاء المحتملين الذين تمتلكم الشركة وهي نتيجة لما يدفعه العملاء وفي المقابل ما يتلقونه. وبالتالي فإن القيمة التي يدركها العميل تقدر ان ما يدفعه العميل وما يحصل عليه في المقابل إنه عنصر مهم للفوائد التي يتلقاها العميل(Fahmy, 2024) .

وفي ضوء ذلك تناولت دراسة (برحال ونجاة، ٢٠٢٢) أن العميل على وعي كاف بالصفات الإيجابية التي يحملها الدفع الإلكتروني، ولكن الدفع الإلكتروني لا زال إستعماله وتبنيه من قبل العميل صعب نوعاً ما. حيث أن خدمة الدفع الإلكتروني تبقى خدمة مقبولة إجتماعياً في قليل من الأحيان، ذلك لإقتصار إستخدامها بنسبة كبيرة على فئة معينة من المجتمع (فئة الموظفين) كما تحمل هذه العينة الطلاب الجامعيين الذين يستخدمون ميزة الدفع الإلكتروني بكثرة على وسائل التواصل الإجتماعي. كما هدفت نتائج دراسة (خليل، ٢٠٢٣) إلى أن جاذبية المشاهير، خبرة المشاهير، موثوقية المشاهير، ألفة المشاهير لها علاقة معنوية باحتواء العميل والوعي بالعلامة التجارية والجودة المدركة. ووجدت دراسة (حسن وآخرون، ٢٠٢٤) أن هناك علاقة إيجابية بين تسويق الحدث إلكترونياً وأبعاد الوعي بالعلامة، ووجود إختلافات معنوية بين آراء عينة الدراسة حسب العوامل الديموغرافية (الدخل، العمر، مستوى التعليم). كما نوهت دراسة (Kurniasih et al., 2025) على أن العلامة التجارية التي لها مستوى عالٍ من الوعي من المرجح أن يؤدي إلى إرتفاع المبيعات لأنه بدون وعي سيؤدي هذا إلى عدم الإتصال أو المعاملة، كما يخلق الوعي بالعلامة التجارية إرتباطات ذهنية كبيرة في ذهن المستهلك.

٢/٤ - مفهوم وأبعاد التسوق عبر وسائل التواصل الإجتماعي: هو إيجاد العملاء منتجاً مثيراً للإهتمام من خلال زيارة الموقع الإلكتروني لمتاجر التجزئة مباشرة أو من خلال البحث بين البائعين البديلين باستخدام محرك بحث للتسوق، والذي يعرض توفر المنتج نفسه والتسعير في مختلف تجار التجزئة الإلكترونية .(Castillo et al., 2023) وتتمثل أبعاد التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي فيما يلي :

– **الرسالة الإعلانية:** هي الإستعانة بصناع المحتوى كوسيلة للترويج لمنتجات العلامات التجارية، وذلك لتحريك دفة الجمهور المستهدف بشكل كبير إلى تنشيط عملية الطلب والتفاعل على مواقع التواصل الإجتماعي للمنتجات ولفت الأنظار إليها (Can et al., 2025).

– **سهولة البحث والوصول:** يعتبرعملية سهولة تصميم الموقع الإلكتروني لا تقتصر فقط على مجموعة من الاختيارات فقط بل هي أوسع بكثير، حيث يجب أن يتناسق تصميم التنقل في الموقع مع أهداف المستهلك. بالإضافة إلى معرفة كيفية تنظيم المعلومات والخدمات التي يقدمها الموقع بسهولة (قناوي، ٢٠٢٤) .

– **منافع العميل:** تشير إلى ما إذا كان العملاء يثقون في المحتوى المقدم لهم أم لا. كما أن ما يكسب ثقة العملاء هو أن المحتوى المقدم من قبل المؤثرين يعبر عن آراء صادقة وليس له أهداف ترويجية (البنا وآخرون، ٢٠٢١.)

وتعددت الدراسات السابقة التي تناولت التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي حيث أسفرت دراسة (البنا وآخرون، ٢٠٢١)عن وجود علاقة إرتباط معنوية موجبة قوية بين المتغير المستقل (مشاهير وسائل التواصل الإجتماعي) والمتغير التابع (نية الشراء)، كما كان هناك تأثير معنوي لأبعاد مشاهير التواصل الإجتماعي على أبعاد نية الشراء. وكشفت نتائج دراسة (برسي، ٢٠٢٣) عن وجود تأثير واضح لدخول شركة أمازون على التسوق الرقمي بجانبيه النفعي والترفيهي، كذلك وجود تأثير لدخول شركة أمازون السوق الرقمي المصري على جوانبه المختلفة في إتمام عملية الشراء والمعلومات المتاحة والثقة المدركة وخفض التكاليف وجودة المنتجات مع الأخذ العوامل الديموغرافية في الإعتبار. في حين كشفت دراسة (Elsamadicy et al., 2024) عن أن كلا من إعلانات وسائل التواصل الإجتماعي والكلمة المنطوقة الإلكترونية والثقة لها تأثيرات إيجابية معنوية على سلوك التسوق عبر الإنترنت. كما أظهر التحليل النوعي أن إعلانات وسائل التواصل الإجتماعي تؤثر على صورة العلامة التجارية بشكل إيجابي وعلى المبيعات أيضاً. كما بينت دراسة (Can et al., 2025) وجود خمسة عوامل تؤثر على اتجاهات المستهلكين نحو إعلانات الشبكات الإجتماعية، هي: التفاعلية المدركة، وتجنب الإعلانات، والمصداقية، والخصوصية، وسمعة الشركة المعلنة. كما أن غالبية المستهلكين لديهم مواقف محايدة تميل إلى الإيجابية نحو إعلانات الشبكات الإجتماعية، ووجود علاقة معنوية بين الإتجاه نحو الإعلان والإستجابة السلوكية.

٣/٤ – مفهوم وأبعاد ارتباط العميل بالعلامة التجارية: يعتبر الإرتباط حالة تتميز بالمشاركة والفعالية ويتم وصفها من الناحية النظرية على أنها تدفق سلوكي مثل الإهتمام، التركيز، الفضول، مرده إلى الشعور بالتبعية تجاه العلامة التجارية (خليل، ٢٠٢٠). وتتمثل أبعاد إرتباط العميل بالعلامة التجارية فيما يلي:

– **التفاعل:** يعمل التفاعل مع العملاء على تلبية الإحتياجات الإجتماعية كالإنتماء، والإنتساب، والإكتشاف، والقرب من الآخرين، وهذه الإحتياجات يمكن أن تؤدي إلى إرتباط العملاء بالمنظمة. (Bao & Zhu, 2025)

– **مرجعية العميل:** يعد تصميم الموقع الإلكتروني هو العملية الكاملة لإرتباط العميل بالعلامة التجارية وهو يساعد على سهولة قراءة النص في الإعلان الإلكتروني، فبمجرد عرض العلامة التجارية تترسخ لدى المستهلك جودة أو مدى إشباع منتج أو خدمة هذه العلامة لحاجته (قسول، ٢٠٢٤).

– **مشتريات العميل:** إن قرار الشراء للسلعة أو إستخدام الخدمة عادة ما يرتبط بمجموعة من القرارات منها : (نوع السلعة، سعرها، طريقة الدفع، العلامة التجارية، الكمية، أفضل التوقيت المناسب لشراءها)، ويعتمد على حجم الجهد والبحث الذي يسعه المستهلك نفسه لبذله في الإكتشاف والعمل على اختيار منتج يشبع حاجاته (Ibrahim & Mamdouh, 2025).

وفي سياق ذلك نوهت نتائج دراسة (Chuang & Chen, 2023) عن أن مصداقية المعلومات والمصادر هي محدد أساسي لفائدة الإرتباط بالعلامة التجارية، وأنه توجد علاقة سبب ونتيجة بين مشاركة العلامة التجارية الخضراء والولاء للعلامة التجارية، كما أن تحسين فائدة المعلومات سيؤدي بدوره إلى تحسين ولاء العملاء للعلامة التجارية لصفحات العلامة التجارية. بينما توصلت دراسة (AlBadareen, 2024) إلى أن الإرتباط بالعلامة مرحلة ممهدة للولاء للعلامة، ووجود علاقة عكسية بين متغير الإرتباط والشعور بالبعد العاطفي، كما أن إرتباط المستهلكين بالعلامة التجارية سمح بتفادي وصولهم إلى التفكير في قطع علاقتهم مع المؤسسة. وكشفت نتائج دراسة (قناوي، ٢٠٢٤) عن وجود علاقة إيجابية قوية بين إرتباط العميل عبر الإنترنت وقيمة العلامة القائمة على العملاء، كما أن الولاء هو أكثر بعد يتأثر بارتباط العميل عبر الإنترنت. ولخصت دراسة (Bao & Zhu, 2025) إلى أن خلق الإتصالات مع العملاء هو بداية لعلاقة

طويلة الأجل، وأن الرضا العام عبر الزمن ينتج عنه الإحتفاظ بالعملاء وكذلك الإلتزام العاطفي، ومن ناحية أخرى فإن الرضا هو مقدمة الإرتباط العاطفي والسلوكي وهو ما يدعم استمرار علاقة العميل مع الشركة بل ينتقل بعد ذلك في محاولة التأثير في الآخرين ودعوتهم للتعامل مع الشركة.

٤ / ٤- العلاقة بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي ووعي العميل بالعلامة التجارية:

توصلت نتائج دراسة (حمودة،٢٠٢٢) إلى أن شبكات التواصل الإجتماعي تعمل على تشكيل الوعي الكافي لدى الشباب المصري، وبغض النظر عن التغيير الكبير الذي حدث في العديد من البلدان العربية فهل هي إيجابية أم سلبية، فإن وسائل التواصل الإجتماعي كان لها الدور الأكبر في تشكيل توجهات الشباب نحو إحداث التغيير المنشود في المجتمعات العربية. كما تضمنت دراسة (حبيش، ٢٠٢٣) وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين دور مواقع التواصل الإجتماعي على وعي الشباب المصري نحو الجرائم البيئية من خلال التأثيرات المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة. ولخصت نتائج دراسة (قسول، ٢٠٢٤) إلى أن عرض المنتجات التجارية عبر مواقع التواصل الإجتماعي يساهم في ترسيخها في أذهان مستخدميها وخلق الوعي بها، كما أن مصداقية المحتوى وتجارب العملاء الشخصية للمنتجات تشعرهم بالإطمئنان وتزيد من رغبتهم في الشراء. بينما كانت نتائج دراسة (Natarajan & Raghavan, 2025) وجود تأثير معنوي للمحتوى الذي تنشئه الشركة عن نية الشراء، حيث وجد أن محتوى الشركة على وسائل التواصل الإجتماعي يؤثر بشكل مباشر على موقف المستهلك تجاه العلامة التجارية وبالتالي يؤثر على نية الشراء لدى مستخدمي وسائل التواصل الإجتماعي.

٤ / ٥ – العلاقة بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية:

توصلت دراسة (بخيت، ٢٠٢١) إلى أن هناك تبايناً في درجة تأثير متغيرات خصائص المتجر الإلكتروني على القيمة المدركة للعميل، كما توجد علاقة طردية بين خصائص المتجر الإلكتروني وبين القيمة المدركة للعملاء. وخلصت دراسة (Lagoudakis, 2023) بأن تجار التجزأة يقومون بالتلاعب بمنتجات محددة زاد عليها الطلب ويبدلوها بمنتجات أخرى بديلة والتي لها هامش أعلى لجذب المزيد من العملاء، كذلك إستكشاف مدى تقبل العملاء لفكرة التسوق عبر الانترنت التي تكون أسهل وأبسط من التسوق العادي. وكشفت نتائج دراسة (ElTaazy et al., 2024) عن أن إستخدام التسويق بالتجربة في الإعلان يؤثر بشكل إيجابي متوسط على إرتباط العميل العاطفي بالماركة المعلنة، كما أفصحت تلك الدراسة عن أهمية الفهم الجيد للسوق المستهدف

قبل تصميم الإعلان وذلك لخلق إعلان ذو صلة وثيقة به. كما وضحت نتائج دراسة (Tyrvainen & Karjaloto, 2025) أن كثرة الإعلانات والترويج للعلامة التجارية أصبحت من أساسيات تحقيق إرتباط المستهلك للعلامة التجارية، كما أنها تزيد من تعرف المستهلك على مختلف المنتجات وسهولة إستخدام الموقع المسوق لها. وبالتالي تقديم العروض ومتابعة آراء العملاء نحو تلك المنتجات والتعرف على إحتياجات العملاء لتقديم الجديد بما يتناسب مع آرائهم.

٤ / ٦ – العلاقة بين وعي العميل وارتباط العميل بالعلامة التجارية :

سعت دراسة (البنوي، ٢٠١٨) إلى وجود علاقة إيجابية معنوية بين ارتباط العميل وكل من ولاء العميل للعلامة التجارية وثقته فيها، كما تبين وجود علاقة إيجابية معنوية بين الثقة في العلامة التجارية والولاء للعلامة، وعلى ذلك أسهمت الدراسة في تطوير أدبيات إرتباط العميل. وتناولت نتائج دراسة (El Zoghby et al., 2021) أن من أجل أن تجذب إعلانات منتجات الرعاية الصحية والجمال على وسائل التواصل الإجتماعي إنتباه المستهلكين، يجب أن يكون هناك محتوى مقنع بالنص ومحتوى تفاعلي ومحتوى إعلاني بالنص. حيث أن المحتوى الذي ينشئه المستخدم غير مهم في جذب إنتباه المستهلكين نظرا لوجود علاقة بين اهتمام المستهلكين بالإعلانات على وسائل التواصل الإجتماعي ونواياهم تجاه شراء منتجات الصحة والتجميل المروجة. وأشارت نتائج دراسة (العباسي، ٢٠٢٢) إلى وجود تأثير ذو دلالة معنوية لأبعاد التلعيب (Gamification) لولاء العميل للعلامة التجارية، كما تم إثبات وجود تأثير معنوي للإرتباط كمتغير وسيط في العلاقة بين التلعيب والولاء للعلامة التجارية. وكذلك إستكشفت دراسة (عتيق،٢٠٢٣) أن رضا العميل يتأثر بجودة نظام المواقع الإلكتروني، وهناك أثر معنوي لبعد جودة المعلومات على رضا العميل كما أن جودة الخدمة الإلكترونية تؤثر في رضا العميل. ولخصت نتائج دراسة (محمود، ٢٠٢٤) إلى وجود أثر معنوي إيجابي لأبعاد تسويق المحتوى الرقمي على صنع قرار الشراء للعميل. أيضاً وجود أثر معنوي غير مباشر لأبعاد تسويق المحتوى في صنع القرار الشرائي للعميل من خلال الدور الوسيط لأبعاد إرتباط العميل بالعلامة.

٥- **فروض البحث:** في ضوء أهداف البحث والدراسات السابقة وما توصل إليه الباحثون، تم صياغة فروض البحث فيما يأتي:

الفرض الأول: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي ووعي العميل بالعلامة التجارية للمتسوقين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر محل البحث.

الفرض الثاني: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية للمتسوقين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر محل البحث.

الفرض الثالث: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وعي العميل بالعلامة التجارية وارتباط العميل بالعلامة التجارية للمتسوقين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر محل البحث.

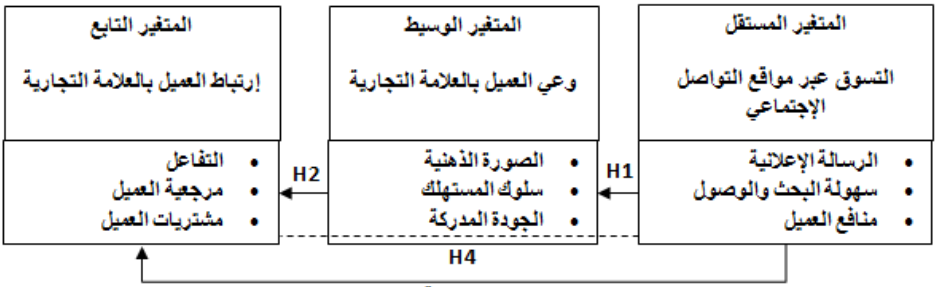
الفرض الرابع: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وبين إرتباط العميل بالعلامة التجارية في ظل وجود وعي العميل كمتغير وسيط للمشترين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر محل البحث.

٦- **منهجية البحث:** يمكن تناول منهجية البحث في النقاط التالية:

١/٦ - **مجتمع وعينة البحث:** تكون مجتمع البحث من المتسوقين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في مصر حيث تشير الدراسات أن عدد االمتسوقين عبر مواقع التواصل الاجتماعي في مصربعدد ١١ مليون متسوق ، وذلك طبقاً لإحصائية الجهاز القومي لتنظيم الإتصالات National (NTRA) Telecom Regulatory Authorityخلال عام٢٠٢٤. ، ويبلغ الحد الأدنى لعدد مفردات العينة ٣٨٤ مفردة وهذا هو الحجم الملائم في حالة المجتمع غير المحدود وفقا لـ STAT 2,Decision) (Analyst، وتم إعداد القائمة باستخدام Google Doc وتم طرحها على Google Drive. وقام الباحثون باستخدام عينة الإنترنت الاعتراضية (عينة النهر)، إن عينة النهر تُنشأ باستخدام أي أجهزة أخرى عبر الإنترنت تدعو زوار الموقع للمشاركة في ملء الاستبيان. الـ"نهر" هو تدفق مستمر من زوار الموقع، وتلك الدعوات تأخذ الردود بشكل مجازي من نهر الإنترنت. وبالتالي، تعترض عينة النهر زوار الموقع، من جمهور المنتجات المستقصي عنها حتى باستخدام إجراءات اختيار عشوائية. . وإطار عينة النهر هو تدفق الزوار الذين يزورون الموقع الذي توجه من خلاله الدعوة، وتُعتبر عينات النهر عينات عشوائية من هذه الإطارات العينية طالما أن الدعوات ليست غير عادية

من حيث المدة أو المظهر أو الصلة (Burns & Veeck ,2020). وقد توقف الباحثون عند بلوغ الغدد ٣٨٧ مفردة .

٢/٦ – متغيرات البحث والمقاييس المستخدمة: إعتمد الباحثون في الدراسة الميدانية على البيانات الأولية، التي تم جمعها حول متغيرات البحث التي أمكن قياس الخصائص التي تشتمل عليها من خلال مجموعة من المقاييس المتنوعة في الشكل التالي رقم (١):



شكل رقم (١)
نموذج وصفي لمتغيرات البحث
المصدر: من إعداد الباحثين في ضوء الدراسات السابقة.

المتغير المستقل: التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي: تم قياس هذا المتغير على مقياس Social Media shopping Questionnaire (SMSQ) والذي قدمه كل من (AlRawad, 2023؛ ElTaazy et al., 2024؛ Fahmy, 2024 ؛ Natarajan & Raghavan, 2025) والذي يقيس الأبعاد الثلاثة له والمتمثلة في (الرسالة الإعلانية، سهولة البحث والوصول، منافع العميل) وتم استخدام ٢٦ عبارة باستخدام مقياس ليكرت الشهير والمتدرج من خمس نقاط لإتاحة الفرصة لأفراد عينة البحث للتعبير عن آرائهم إزاء كل عبارة في قائمة الإستقصاء، حيث تم إعطاء كل إجابة درجة محددة تتدرج من (١) غير موافق تماماً إلى (٥) موافق تماماً على هذه العبارات مع وجود درجة حيادية في المنتصف. وتم إعطاء كل إجابة درجة مئوية محددة كالآتي (حتى ٢٠%) و(٢١% – ٤٠%)، و(٤١% – ٦٠%)، و(٦١% – ٨٠%)، و(٨١% – ١٠٠%)، وتبين أن معامل ألفا كرونباخ للمقياس ككل بلغ (٠.٩٧٤).

المتغير الوسيط: وعي العميل: تم قياس هذا المتغير على مقياس Customer Awareness Questionnaire (CAQ) والذي قدمه (قناوي، ٢٠٢٤ ؛ Kurniasih et al., 2025) والذي يقيس أبعاده الثلاثة المتمثلة في (الصورة الذهنية، سلوك المستهلك، الجودة المدركة) وتم

استخدام ١٧ عبارة باستخدام مقياس ليكرت الشهير والمتدرج من خمس نقاط لإتاحة الفرصة لأفراد عينة الدراسة للتعبير عن آرائهم إزاء كل عبارة في قائمة الإستقصاء، وتم إعطاء كل إجابة دراجة محددة تتدرج من (١) غير موافق تماماً إلى (٥) موافق تماماً على هذه العبارات مع وجود درجة حيادية في المنتصف. وتم إعطاء كل إجابة درجة مئوية محددة كالآتي (حتى ٢٠%) و(٢١% – ٤٠%)، و(٤١% – ٦٠%)، و(٦١% – ٨٠%)، و(٨١% – ١٠٠%)، وتبين أن معامل ألفا كرونباخ للمقياس ككل بلغ (٠.٩٦٤).

المتغير التابع: ارتباط العميل بالعلامة التجارية: تم قياس هذا المتغير بناء على مقياس (CBEQ) Customer Brand Engagement Questionnaire والذي قدمته دراسات (خليل،٢٠٢٠؛ Bao & Zhu, 2025) والذي يقيس أبعاده الثلاثة المتمثلة في (التفاعل، مرجعية العميل، مشتريات العميل) وتم إستخدام ١٤ عبارة باستخدام مقياس ليكرت الشهير والمتدرج من خمس نقاط لإتاحة الفرصة لأفراد عينة الدراسة للتعبير عن آرائهم إزاء كل عبارة في قائمة الإستقصاء، حيث يتم إعطاء كل إجابة دراجة محددة تتدرج من (١) غير موافق تماماً إلى (٥) موافق تماماً على هذه العبارات مع وجود درجة حيادية في المنتصف. وتم إعطاء كل إجابة درجة مئوية محددة كالآتي (حتى ٢٠%) و(٢١% – ٤٠%)، و(٤١% – ٦٠%)، و(٦١% – ٨٠%)، و(٨١% – ١٠٠%)، وتبين أن معامل ألفا كرونباخ للمقياس ككل بلغ (٠.٩٧٩).

٣/٦ – معدل الإستجابة على قوائم الإستقصاء: تم توزيع عد ٤٠٠ قائمة إستقصاء على مواقع التواصل الإجتماعي من الهواتف الذكية حتى يتلافى القوائم غير الصالحة لإجراء التحليل، وبعد جمع ومراجعة البيانات اللازمة والتي تتطلبها طبيعة مشكلة البحث، إذ بلغ عدد القوائم المستلمة التي تمكن الباحثون من إستلامها إلكترونياً بلغت ٣٨٧ بنسبة ٩٥% وهي نسبة مقبولة في البحوث الإجتماعية تعكس التمثيل الصادق للبيانات واختبارات التحليل الإحصائي، وتم إستبعاد عدد ١٢ قائمة إستقصاء لعدك إكتمال البعض منها، ومن ثم بلغت عدد قوائم الإستقصاء الصحيحة ٣٨٧ قائمة من عينة المتسوقين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر.

٤/٦ – أساليب التحليل الإحصائي والإختبارات الإحصائية المستخدمة: تتسم طبيعة بيانات هذا البحث بأنها متعددة المتغيرات، لذلك سوف يتم تحليلها باستخدام بعض الأساليب الإحصائية المناسبة لتلك المتغيرات. وفيما يلي نوضح الأساليب التي اعتمد عليها الباحثين:

- المقاييس الإحصائية الوصفية
- أسلوب معامل الإرتباط ألفا Alpha Correlation Cofficient
- أسلوب تحليل التباين أحادي الإتجاه One way ANOVA
- أسلوب الإنحدار والإرتباط المتعدد Multiple Regression Analysis
- أسلوب تحليل المسار Path analysis
- اختبار T.Test ، واختبار F.Test الملازمين لأسلوب تحليل الانحدار المتعدد، وكذلك اختبار Wilk's Lambda وذلك من أجل التحقق من مستوى المعنوية والدلالة الإحصائية لنوع وقوة العلاقة بين المتغيرات موضع البحث ولاختبار صحة أو خطأ فروض البحث.

٧- حدود البحث:

تمثلت حدود البحث في العناصر الرئيسة الآتية :

١/٧ - **الحدود الخاصة بمجتمع الدراسة:** اشتمل مجتمع الدراسة على المتسوقين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر.

٢/٧ - **الحدود الخاصة موضوع الدراسة:** اقتصرت الدراسة على وعي العميل بالعلامة التجارية كمتغير وسيط بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية بالتطبيق على المتسوقين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر .

٣/٧ - **الحدود المكانية:** اقتصرت الدراسة الميدانية على المتسوقين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر على الصفحات المعلنة للعلامات التجارية عبر مواقع التواصل الإجتماعي.

٤/٧ - **الحدود الزمانية:** اقتصرت الدراسة الميدانية على الفترة الزمنية خلال شهري سبتمبر وأكتوبر ٢٠٢٤م.

٨- تقييم الاعتمادية والصلاحية للمقياس المستخدمة في البحث:

تناول الباحثون فيما يلى نتائج اختبار الاعتمادية للمقاييس المستخدمة في البحث وقد تم استخدام اختبار ألفا Alpha Correlation Coefficient والتحليل العاملي التوكيدي وذلك كما يأتي:

١/٨ – اختبار الاعتمادية / الثبات للمقاييس المستخدمة في الدراسة

جدول رقم (١) تقييم درجة الاتساق الداخلي بين محتويات مقياس التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي (المتغير المستقل)

	أبعاد التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي	عدد العبارات	معامل الثبات
١	الرسالة الإعلانية	٧	٠.٩٢٤
٢	سهولة البحث والوصول	٦	٠.٩٢١
٣	منافع العميل	١٣	٠.٩٦٠
	المقياس الإجمالي	**٢٦**	**٠.٩٧٤**

المصدر: نتائج التحليل الاحصائي.

جدول رقم (٢) تقييم درجة الاتساق الداخلي بين محتويات مقياس وعي العميل (المتغير الوسيط)

	أبعاد وعي العميل	عدد العبارات	معامل الثبات
١	الصورة الذهنية	٥	٠.٤٢١
٢	سلوك المستهلك	٦	٠.٩٤٩
٣	الجودة المدركة	٦	٠.٩٦٥
	المقياس الإجمالي	**١٧**	**٠.٩٤٦**

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

جدول رقم (٣) تقييم درجة الاتساق الداخلي بين محتويات مقياس ارتباط العميل بالعلامة التجارية (المتغير التابع)

م	أبعاد ارتباط العميل بالعلامة التجارية	عدد العبارات	معامل الثبات
١	التفاعل	٥	٠.٩٤٧
٢	مرجعية العميل	٤	٠.٩٢٩
٣	مشتريات العميل	٥	٠.٩٣٧
	المقياس الإجمالي	**١٤**	**٠.٩٧٩**

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

يتضح من نتائج الجدول رقم (١) أن قيمة ألفا Alpha Correlation Coefficient قد تراوحت ما بين (٠.٩٢١) و(٠.٩٦٠) حيث أظهرت نتائج تحاليل الاعتمادية أن معامل الثبات ألفا Alpha Correlation Coefficient لمقياس التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي كان مرتفع حيث بلغ (٠.٩٧٤) وكذلك معامل الثبات ألفا Alpha Correlation Coefficient لمقياس وعي العميل

ككل بلـغ (٠.٩٤٦) بالجـدول رقـم (٢) وأخيـرًا معامـل الثبـات ألفـا Alpha Correlation Coefficient لمقياس إرتباط العميل بالعلامة التجارية حيث بلـغ (٠.٩٧٩) بالجدول رقم (٣) وذلك بدرجة ثقة قدرها ٩٥% حيث اقتربت المعنوية الحقيقة P–Value من الصفر، وتعتبر هذه القيمة مقبولة بالشكل الذي يعكس توافر الاعتمادية والثقة بمتغيرات البحث وهذه النتائج تدعم الثقة في متغيرات الدراسة وتؤكد صلاحيتها لمراحل التحليل الإحصائي التالية.

٩– التحليل العاملي التوكيدي لمتغيرات البحث:

٩ /١– التحليل العاملي التوكيدي للتسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي

تم استخدام التحليل العاملي التوكيدي Confirmatory Factor Analysis للتحقق من مدى مطابقة أبعاد التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي، مع البيانات التي تم جمعها من عينة البحث حول تلك الأبعاد. إذ تضمن التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي ثلاثة أبعاد فرعية وهي (الرسالة الإعلانية، سهولة البحث والوصول، منافع العميل)، ويختبر المقياس الخاص بها العلاقة بين ٢٦ عبارة بواقع (٧عبارات) لبُعد الرسالة الإعلانية، (٦عبارات) لبُعد سهولة البحث والوصول، (١٣عبارة) لبُعد منافع العميل. ويوضح الجدول رقم (٤) مؤشرات المطابقة لنموذج القياس.

جدول رقم (٤) مؤشرات المطابقة الخاصة بمقياس التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي

م	المؤشر	جودة المطابقة
١	النسبة بين قيمة كا^{٢}(Chi – Sqauer) و درجات الحرية(DF)	٤.٣٨٠
٢	P– Value	٠.٠٠٠
٣	مؤشر المطابقة المعياري Normed Fit Index (NFI)	٠.٨٧٠
٤	مؤشر المطابقة المقارن Comprative Fit Index(CFI)	٠.٨٩٠
٥	مؤشر تاكر– لويس Tuker–Lewis Index (TLI)	٠.٨٧٠
٦	مؤشر حسن المطابقة Goodnees of Fit Index (GFI)	٠.٩٣٥
٧	مؤشر الملائمة التزايدي(IFI) Incremental Fit Indices	٠.٨٩١
٨	مؤشر المطابقة النسبي Relative fit index (RFI)	٠.٨٤٨
٩	مؤشر الجذر التربيعي للبواقي Root Mean Square Residual (RMR)	٠.٠٢٦
١٠	الجزر التربيعي لمتوسط خطأ الإقتراب RMSEA	٠.٠١٤

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

يتضح من الجدول رقم (٤) أن المؤشر المعياري هو عبارة عن النسبة بين (Chi – Sqauer) إلى درجات الحرية DF، وأن حد القبول لهذا المؤشر أقل من القيمة (٥) ليدل على إمكانية مطابقة

النموذج الفعلي للنموذج، أما إذا كانت قيمة ذلك المؤشر أقل من القيمة (2) دل ذلك على أن النموذج المقدر مطابق تماماً للبيانات المشاهدة المقدرة، ومن الممكن استخدام مستوى المعنوية المصاحب للإختبار كمقياس لجودة التوفيق على أساس ما إذا كان مستوى المعنوية أكبر من (٠,٠٥) وتكون غير دالة إحصائياً(bentler,1980)، حيث نلاحظ أن قيمة (Chi – Sqauer) غير دالة عند المستويين ٠.٠١ و٠.٠٥، حيث بلغت P– value (٠.٠٠٠)، وفقدانه للدلالة الإحصائية يعزز احتمال جودة المطابقة للنموذج الحالي، وهو مؤشر جيد للنموذج ليدل ذلك على قبول الفرض الذي ينص على مطابقة النموذج الفعلي لبيانات النموذج المقدر، كما أن النسبة بين مربع كا^{2} ودرجات الحرية كان أصغر من (٥)، حيث بلغت قيمتها (٤.٣٨٠) مما يدل على حسن المطابقة، (Carmines& Melver,1981).

ونظرا لتأثر الاختبار بحجم العينة، يستخدم الباحثون اختبارات أخرى لجودة التوفيق، كما يتضح من الجدول السابق لمؤشرات حسن المطابقة (Goodness of Fit) لنموذج العلاقات بين الأبعاد الثلاثة في النموذج أنه يحوز على أفضل القيم لكل المؤشرات، وأن جميع تقديرات النموذج دالة إحصائياً عند مستوي الدلالة٠.٠١ = α ، وأخيراً قيمة RFI (٠.٨٤٨) وهذه القيمة قيمة جيدة للمطابقة حيث أن أفضل تطابق عندما تكون القيمة تساوي (٠.٩٥٠) والتطابق التام عندما تكون القيمة تساوي الواحد الصحيح. كما يتضح من الجدول السابق أيضاً أن مستوى الدلالة للنموذج المقترح أكبر من ٠.٠٥ وهذا يؤكد أن النموذج بكل معايره مثالي ومطابق تماما للبيانات، كما أن جميع مؤشرات المطابقة أكبر من أو تساوي ٠.٩ مما يدل على أن النموذج المقترح ملائم تماما لبيانات الدراسة، وأن القيمة الدالة على جودة المطابقة (RMSEA) الجذر التربيعي لمتوسط الخطأ التقريبي يقل عن ٠.٠٥ مما يدل على أن النموذج ملائم لبيانات الدراسة (العباسي،٢٠٢٢).

٩ / ٢– التحليل العاملي التوكيدي لوعي العميل:

تم استخدام التحليل العاملي التوكيدي للتحقق من مدى مطابقة أبعاد وعي العميل، مع البيانات التي تم جمعها من عينة الدراسة حول تلك الأبعاد. إذ تضمن وعي العميل ثلاثة أبعاد فرعية وهي (الصورة الذهنية، سلوك المستهلك، الجودة المدركة)، ويختبر المقياس الخاص بها العلاقة بين ١٧ عبارة بواقع (٥ عبارات) لبُعد الصورة الذهنية، (٦ عبارات) لبُعد سلوك المستهلك، (٦ عبارات) لبُعد الجودة المدركة.

جدول رقم (٥) مؤشرات المطابقة الخاصة بمقياس وعي العميل

م	المؤشر	جودة المطابقة
١	النسبة بين قيمة كا^{٢}(Chi – Sqauer) و درجات الحرية(DF)	٤.٢٨٨
٢	P– Value	٠.٠٠٠
٣	مؤشر المطابقة المعياري (NFI) Normed Fit Index	٠.٨٤٠
٤	مؤشر المطابقة المقارن Comprative Fit Index(CFI)	٠.٨٥٢
٥	مؤشر تاكر – لويس Tuker–Lewis Index (TLI)	٠.٨٢٦
٦	مؤشر حسن المطابقة Goodnees of Fit Index (GFI)	٠.٩١٦
٧	مؤشر الملائمة التزايدي(IFI) Incremental Fit Indices	٠.٨٥٢
٨	مؤشر المطابقة النسبي Relative fit index (RFI)	٠.٨١٣
٩	مؤشر الجذر التربيعي للبواقي Root Mean Square Residual (RMR)	٠.٠٢٤
١٠	الجزر التربيعي لمتوسط خطأ الإقتراب RMSEA	٠.٠١٦

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

يتضح من الجدول رقم (٥) أن المؤشر المعياري هو عبارة عن النسبة بين (**Chi – Sqauer**) إلى درجات الحرية، وأن حد القبول لهذا المؤشر أقل من القيمة (٥) ليدل على إمكانية مطابقة النموذج الفعلي للنموذج، أما إذا كانت قيمة ذلك المؤشر أقل من القيمة (٢) دل ذلك على أن النموذج المقدر مطابق تماما للبيانات المشاهدة المقدرة، ومن الممكن استخدام مستوى المعنوية المصاحب للاختبار كمقياس لجودة التوفيق على أساس ما إذا كان مستوى المعنوية أكبر من (٠.٠٥) وتكون غير دالة إحصائياً (bentler,1980)، حيث نلاحظ أن قيمة (**Chi – Sqauer**) غير دالة عند المستويين ٠.٠١ و٠.٠٥، حيث بلغت P–value (٠.٠٠٠)، وفقدانه للدلالة الإحصائية يعزز احتمال جودة المطابقة للنموذج الحالي، وهو مؤشر جيد للنموذج ليدل ذلك على قبول الفرض الذي ينص على مطابقة النموذج الفعلي لبيانات النموذج المقدر، كما أن النسبة بين مربع كا^{٢} ودرجات الحرية كان أصغر من (٥)، حيث بلغت قيمتها (٤.٢٨٨) مما يدل على حسن المطابقة (Carmines& Melver,1981).

ونظرا لتأثر الاختبار بحجم العينة، يستخدم الباحثون اختبارات أخرى لجودة التوفيق، كما يتضح من الجدول السابق لمؤشرات حسن المطابقة (Goodness of Fit) لنموذج العلاقات بين الأبعاد الثلاثة في النموذج أنه يحوز على أفضل القيم لكل المؤشرات، وأن جميع تقديرات النموذج دالة

إحصائياً عند مستوي الدلالة٠.٠١ = α . وأخيراً قيمة RFI (٠.٨١٣) وهذه القيمة جيدة للمطابقة حيث أن أفضل تطابق عندما تكون القيمة تساوي (٠.٩٥٠) والتطابق التام عندما تكون القيمة تساوي الواحد الصحيح. كما يتضح أيضاً أن مستوى الدلالة للنموذج المقترح أكبر من ٠.٠٥ وهذا يؤكد أن النموذج بكل معايره مثالي ومطابق تماما للبيانات، كما أن جميع مؤشرات المطابقة أكبر من ٠.٩ مما يدل على أن النموذج المقترح ملائم تماما لبيانات الدراسة، وأن القيمة الدالة على جودة المطابقة (RMSEA) الجذر التربيعي لمتوسط الخطأ التقريبي يقل عن ٠.٠٥ مما يدل على أن النموذج ملائم لبيانات الدراسة (العباسي، ٢٠٢٢).

٩ / ٣ – التحليل العاملي التوكيدي لإرتباط العميل بالعلامة التجارية:

تضمن ارتباط العميل بالعلامة التجارية ثلاثة أبعاد فرعية وهي (التفاعل، مرجعية العميل، مشتريات العميل)، ويختبر المقياس الخاص بها العلاقة بين ١٤عبارة بواقع (٥ عبارات) لبُعد التفاعل، (٤ عبارات) لبُعد مرجعية العميل، (٥ عبارات) لبُعد مشتريات العميل، كما يوضح الجدول رقم (٦) مؤشرات المطابقة لنموذج القياس.

جدول رقم (٦) مؤشرات المطابقة الخاصة بمقياس إرتباط العميل بالعلامة التجارية

م	المؤشر	جودة المطابقة
١	النسبة بين قيمة كا^{٢}(Chi – Sqauer) و درجات الحرية(DF)	٤.١٨٦
٢	P– Value	٠.٠٠٠
٣	مؤشر المطابقة المعياري Normed Fit Index (NFI)	٠.٨٥٩
٤	مؤشر المطابقة المقارن Comprative Fit Index(CFI)	٠.٨٦٧
٥	مؤشر تاكر– لويس Tuker–Lewis Index (TLI)	٠.٨٣٦
٦	مؤشر حسن المطابقة Goodnees of Fit Index (GFI)	٠.٩٧٨
٧	مؤشر الملائمة التزايدي(IFI) Incremental Fit Indices	٠.٨٦٧
٨	مؤشر المطابقة النسبي Relative fit index (RFI)	٠.٨٢٧
٩	مؤشر الجذر التربيعي للبواقي Root Mean Square Residual (RMR)	٠.٠١٨
١٠	الجزر التربيعي لمتوسط خطأ الإقتراب RMSEA	٠.٠١٩

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

يتضح من الجدول رقم (٦) أن المؤشر المعياري هو عبارة عن النسبة بين (Chi – Sqauer) إلى درجات الحرية، وأن حد القبول لهذا المؤشر أقل من القيمة (٥) ليدل على إمكانية مطابقة النموذج الفعلي للنموذج، أما إذا كانت قيمة ذلك المؤشر أقل من القيمة (٢) دل ذلك على أن النموذج المقدر

مطابق تماما للبيانات المشاهدة المقدرة، ومن الممكن استخدام مستوى المعنوية المصاحب للاختبار كمقياس لجودة التوفيق على أساس ما إذا كان مستوى المعنوية أكبر من (٠.٠٥) وتكون غير دالة إحصائياً (bentler,1980)، حيث نلاحظ أن قيمة (Chi – Sqauer) غير دالة عند المستويين ٠.٠١ و٠.٠٥، حيث بلغت P– value (٠.٠٠٠)، وفقدانه للدلالة الإحصائية يعزز احتمال جودة المطابقة للنموذج الحالي، وهو مؤشر جيد للنموذج ليدل ذلك على قبول الفرض الذي ينص على مطابقة النموذج الفعلي لبيانات النموذج المقدر، كما أن النسبة بين مربع كا^{2} ودرجات الحرية كان أصغر من (٥)، حيث بلغت قيمتها (٤.١٨٦) مما يدل على حسن المطابقة (Carmines& Melver,1981).

ونظرا لتأثر الاختبار بحجم العينة، استخدم الباحثون اختبارات أخرى لجودة التوفيق، كما يتضح من الجدول السابق لمؤشرات حسن المطابقة (Goodness of Fit) لنموذج العلاقات بين الأبعاد الثلاثة في النموذج أنه يحوز على أفضل القيم لكل المؤشرات، وأن جميع تقديرات النموذج دالة إحصائياً عند مستوي الدلالة٠.٠١ = α . وما يدل على جودة المطابقة أيضاً قيمة RMR حيث اتضح من النتائج أنها (٠.٠١٨) أي أقل من ٠.٠٥، كما اتضح أيضاً أن قيمة IFI كانت (٠.٨٦٧) وهذا يشير إلى تطابق النموذج، وأخيراً قيمة RFI (٠.٨٢٧) وهذه القيمة جيدة للمطابقة حيث أن أفضل تطابق عندما تكون القيمة تساوي (٠.٩٥٠) والتطابق التام عندما تكون القيمة تساوي الواحد الصحيح. كما يتضح أيضاً أن مستوى الدلالة للنموذج المقترح أكبر من ٠.٠٥ وهذا يؤكد أن النموذج بكل معايره مثالي ومطابق تماما للبيانات، كما أن جميع مؤشرات المطابقة أكبر من ٠.٩ مما يدل على أن النموذج المقترح ملائم تماما لبيانات الدراسة، وأن القيمة الدالة على جودة المطابقة (RMSEA) الجذر التربيعي لمتوسط الخطأ التقريبي يقل عن ٠.٠٥ مما يدل على أن النموذج ملائم لبيانات الدراسة (العباسي ،٢٠٢٢).

١٠- التحليل الوصفي لمتغيرات البحث:

١٠ / ١ - التحليل الوصفي لأبعاد التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي:

جدول رقم (٨) الوصف الإحصائي لمقياس التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي

م	المتغيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الرسالة الإعلانية		٤.٦٨	٠.٤٧٦
١	تستخدم الشركة إعلانات قوية ومشوقة	٤.٦٩	٠.٥٥٦
٢	يقدم الإعلان عرضا بالصور للمنتجات	٤.٧٦	٠.٤٥٨
٣	عدد المتابعين على الموقع كبير	٤.٧٢	٠.٥١٨
٤	تضغط الرسالة الإعلانية بشكل مباشر على دوافع الشراء	٤.٦٦	٠.٥٩٥
٥	يستخدم الموقع المشاهير في عرض الإعلانات	٤.٦٢	٠.٧٠٠
٦	يركز الإعلان على تسهيل عملية الشراء الفوري	٤.٦٥	٠.٦١٥
٧	يعرض الموقع تفاصيل المنتجات من خلال الفيديو	٤.٦٧	٠.٥٥٧
سهولة البحث والوصول		٤.٥٩	٠.٤٨٤
٨	الموقع متاح ٧ أيام ٢٤ ساعة	٤.٦٩	٠.٥١٧
٩	يتم تحميل الموقع بسهولة تامة	٤.٦٨	٠.٥١٤
١٠	يوجد بالموقع رابط للمزيد من التفاصيل عن المنتجات	٤.٥٥	٠.٥٨٤
١١	يوجد تفاعل كبير من العملاء على الموقع	٤.٥٨	٠.٥٥٨
١٢	توجد ميزة المحادثة الفورية بين القائمين على الموقع والعملاء	٤.٤٨	٠.٦٨٥
١٣	يوفر الموقع معلومات كافية عن طرق التسليم والدفع	٤.٦٠	٠.٥٥١
منافع العميل		٤.٥٠	٠.٥٤٤
١٤	يوفر الموقع الإختيار بين المنتجات بالصوت والصورة	٤.٥٢	٠.٦٦١
١٥	يظهر الموقع الأسعار بشكل واضح ومحدد	٤.٥٩	٠.٥٧١
١٦	يشرح الموقع منافع ومواصفات المنتجات بشكل دقيق	٤.٥٧	٠.٥٦٠
١٧	يقدم الموقع من حين لآخر مجموعة من المسابقات والعروض وكوبونات الخصم	٤.٤٤	٠.٧٢٩
١٨	يعرض الموقع للمنتجات متوافقة مع ثقافة للموقع الجغرافي للعملاء	٤.٤٩	٠.٦٥٨
١٩	يعطي الموقع مواعيد التسليم بدقة	٤.٥٣	٠.٦٣٧
٢٠	يحدد الموقع تكاليف معقولة للتوصيل	٤.٣٤	٠.٨٧٢
٢١	يتيح الموقع وسائل دفع متعددة سواء ببطاقات الإئتمان أو فوري أو غيرها	٤.٥٨	٠.٥٣٥
٢٢	يمكن الموقع من الطلب المباشر والدفع عند الإستلام	٤.٥٨	٠.٥٩٥
٢٣	يعرض الموقع منتجات فريدة لا تطرح في الأسواق العادية	٤.٥٣	٠.٦٦١
٢٤	يوجد لدى الموقع سرعة الرد على الأسئلة الشائعة	٤.٤٧	٠.٦٨٠
٢٥	يوفر الموقع المحادثة الشخصية بين العملاء والقائمين على الموقع	٤.٤٦	٠.٧١٨
٢٦	يستخدم الموقع الذكاء الإصطناعي لتتبع العملاء بمختلف أنواعهم	٤.٤٦	٠.٧٥٧
	الإجمـــــــــالي	٤.٧٥٢	٠.٤٨١

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

يتضح من التحليل الوصفي لأبعاد التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي انخفاض مستوى إهتمام القائمين على مواقع التسوق عبر وسائل التواصل الإجتماعي بالعملاء شخصياً بالشكل الذي يشعر

العملاء بقيمة ارتباطهم وتفضيلهم للتسوق عبر هذا الموقع دوناً عن أي مواقع أخرى، لذلك يفضل بعض العملاء عدم التعامل مع كثير من مواقع التسوق التي لا تقدم تعاون معهم، ولا يكون لديهم الرغبة على تقديم مقترحات وتعليقات لحل تلك المشكلة، فيرى العملاء أن تلك المواقع غير ملائمة لتوقعاتهم الشخصية ولا تتوافق مع المادة الإعلانية التي يقدمونها لجذبهم، ويتضح من تلك المواقع أنها تهتم ببيع منتجاتها فقط غير مهتمة باهتمام عملائها ولا بتخفيض تكاليف التوصل أو تقديم العروض وكوبونات الخصم بشكل مستمر، مما يؤثر ذلك بالسلب على إمكانية قيام العملاء بعملية التسوق بشكل جيد.

١٠ / ٢- الوصف الإحصائي لمقياس وعي العميل:

جدول رقم (٩) الوصف الإحصائي لمقياس وعي العميل

م	المتغيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
الصورة الذهنية		**٤.١٥**	**٠.٤١٨**
١	يمكن للعميل تمييز العلامة عن العلامات التجارية الأخرى	٤.٦٠	٠.٥٦٨
٢	سهولة تذكر العلامة التجارية	٤.٦١	٠.٥٤٠
٣	العلامة توفر تفاعل إيجابي نشط مع المستخدمين للموقع	٤.٥٥	٠.٥٨٥
٤	تقدم العلامة إمكانية تقسيط تكلفة المنتجات	٢.٥٩	١.١٥٥
٥	العلامة التجارية توفر التفاعل مع الأحداث القومية للمجتمع	٤.٤٣	٠.٧٨٤
سلوك المستهلك		**٤.٥١**	**٠.٥٦١**
٦	يسمح الموقع بقيام العملاء بوضع تعليقاتهم	٤.٥٦	٠.٥٦١
٧	يتم الرد على تعليقات العملاء بشكل فوري	٤.٤٩	٠.٦٥٨
٨	متابعة العملاء للموقع يزيد من عملية الشراء الفوري	٤.٥٦	٠.٥٦٥
٩	يوجد في الموقع مجموعة من البدائل للعميل للإختيار فيما بينها	٤.٥٥	٠.٦١٩
١٠	يتابع الموقع العملاء الذين ارتادوا الموقع دون شراء	٤.٤٧	٠.٦٩٩
١١	يتابع الموقع شكاوى العملاء ويرد عليها بسرعة	٤.٤٩	٠.٦٥٨
الجودة المدركة		**٤.٥٤**	**٠.٥٢٣**
١٢	يوفر الموقع المصداقية التامة للعملاء	٤.٥٥	٠.٥٤٣
١٣	يوفر الموقع الأمان في وسيلة الدفع	٤.٥٩	٠.٥١٨
١٤	يوجد تواصل مباشر مع العملاء أثناء وبعد عملية الشراء	٤.٥٢	٠.٦٠٤
١٥	يتوفر لدى الموقع سرعة الإستجابة لرغبات العملاء	٤.٥٤	٠.٥٦٧
١٦	يوجد لدى الموقع موثوقية في آداء الخدمات بفعالية ودقة	٤.٥٤	٠.٥٤٤
١٧	يتيح الموقع إحصاءات منتظمه عن مدى اقبال العملاء على منتجات معينة	٤.٥٠	٠.٦٢٩
	الإجمالي	**٤.٤١٩**	**٠.٤٧٥**

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

يتبين مما سبق أن مستوى وعي العميل بالعلامة التجارية منخفض، ويرى الباحثون أن ذلك يرجع إلى عدم اهتمام القائمين على مواقع التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي بعملية زيادة وإثارة وعي العميل بالعلامة التجارية وعدم تشجيع العملاء على القيام بعملية التسوق أكثر من خلال إمكانية تقسيط تكلفة المنتجات وتقديم الضمانات للعملاء، كما أن المواقع لا تتفاعل بشكل ملحوظ مع الأحداث القومية للمجتمع لزيادة وعي العميل بها.

٣/١٠ – الوصف الإحصائي لمقياس ارتباط العميل بالعلامة التجارية:

جدول رقم (١٠) الوصف الإحصائي لمقياس إرتباط العميل بالعلامة التجارية

م	المتغيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
التفاعل		**٤.٥٢**	**٠.٥٤٨**
١	أنا راضي تماما عن عملية الشراء من هذا الموقع	٤.٥٥	٠.٥٥٧
٢	اشعر بالإستمتاع عند القيام بعملية التسوق من خلال موقع التواصل الإجتماعي عن العلامة التجارية التي أفضل	٤.٥٤	٠.٥٥٨
٣	أتلقي ردودا وتعليقات على أي رأي أبديه على الموقع	٤.٤٧	٠.٦٦٩
٤	أوصي الأصدقاء والمعارف بالتعامل مع العلامة التجارية التي أتعامل معها	٤.٥٥	٠.٥٦٢
٥	أقوم دائما بالتعليق مبديا آرائي الإيجابية والسلبية عن المنتجات	٤.٤٨	٠.٦٥٧
مرجعية العميل		**٤.٥٣**	**٠.٥٤٣**
٦	المنتجات التي قمت بشرائها مطابقة للمواصفات	٤.٥٤	٠.٥٦٧
٧	يهتم الموقع بتعزيز الشعور بالرضا من العملاء	٤.٥٥	٠.٥٤٧
٨	أقوم بتكرار عملية شراء العملاء من الموقع حتى اذا كانت أسعاره أعلى من المواقع الأخرى	٤.٤٨	٠.٦٩٩
٩	توجد توصية للأصدقاء من قبل العملاء للتعامل مع الموقع	٤.٥٥	٠.٥٦٧
مشتريات العميل		**٤.٥٠**	**٠.٥٦٤**
١٠	تكرار الشراء من العلامة التجارية نتيجة لمطابقة المنتجات المشتراة لتوقعاتي	٤.٥٦	٠.٥٣٢
١١	يتم المتابعة مع العميل بعد إنتهائه من عملية الشراء ومعرفه إنطباعه عن المنتج	٤.٤٧	٠.٧٢١
١٢	توافر النية للشراء من العلامة التجارية عبر مواقع التواصل الإجتماعي	٤.٥٣	٠.٦٠٣
١٣	أسعدني تماما سهولة الخدمات وتوافر المنتجات المطلوبة في وقت قياسي	٤.٤٨	٠.٦٣٣
١٤	يطمئن الموقع باستمرار على تسلمي المنتجات وتقييمي لعملية الشراء	٤.٤٨	٠.٦٥٣
	الإجمالي	٤.٥١٨	٠.٥٤٢

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

يشير الجدول رقم (١٠) إلى أن مستوى منخفض من ارتباط العميل بالعلامة التجارية لعينة البحث على مواقع التسوق عبر وسائل التواصل الإجتماعي في مصر، وقد يرجع ذلك إلى عدم اهتمام القائمين على مواقع التسوق للعلامة التجارية عبر وسائل التواصل الإجتماعي في مصر بمستوى

ارتباط العميل بالعلامة التجارية وعدم تحفيز العملاء بانتمائهم للعلامة التجارية، وعدم الاهتمام بمتابعتهم ومعرفة آرائهم بعد القيام بعملية الشراء لضمان تكرار تعامل العملاء معهم مرة ثانية.

١١- **تحليل الارتباط لمتغيرات البحث:** تم حساب معامل الارتباط بيرسون بين متغيرات البحث عدا المتغيرات الديموجرافية، وتدل الاشارة الموجبة على أن العلاقة طردية وتدل الاشارة السالبة على أن العلاقة عكسية، ونوضح ذلك في الجداول الآتية:

١١ / ١- مصفوفة معاملات الارتباط بين أبعاد التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي

جدول رقم (١١) مصفوفة معاملات الارتباط بين أبعاد التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي

الأبعاد	الرسالة الإعلانية	سهولة البحث والوصول	منافع العميل
الرسالة الإعلانية	١		
سهولة البحث والوصول	٠.٨٠٩**	١	
منافع العميل	٠.٧٣٢**	٠.٨٩٣**	١

** تشير إلى معامل الارتباط دال إحصائيا عند مستوى معنوية ٠.٠١ ، ن=٣٨٦

يتضح من الجدول رقم (١١) وجود علاقة ارتباط طردية معنوية بين أبعاد متغيرات التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي بعضها البعض وهذا يدل على صدق العبارات في قياس التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي بالنسبة للقائمين بعملية التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر محل البحث وأن هناك علاقة ارتباط حقيقية بين المتغيرات.

١١ / ٢- مصفوفة معاملات الارتباط بين أبعاد وعي العميل

جدول رقم (١٢) مصفوفة معاملات الارتباط بين أبعاد وعي العميل

الأبعاد	الصورة الذهنية	سلوك المستهلك	الجودة المدركة
الصورة الذهنية	١		
سلوك المستهلك	٠.٧٤٩**	١	
الجودة المدركة	٠.٧٤٧**	٠.٩٢٣**	١

****تشير إلى معامل الارتباط دال إحصائيا عند مستوى معنوية ٠.٠١ ، ن=٣٨٦**

يتضح من الجدول رقم (١٢) وجود علاقة ارتباط طردية معنوية بين أبعاد متغير وعي العميل بعضها البعض ، وهذا يدل على صدق العبارات في قياس وعي العميل بالنسبة للمتسوقين على مواقع التواصل الإجتماعي في مصر محل البحث وأن هناك علاقة ارتباط حقيقية بين المتغيرات.

١١ / ٣- مصفوفة معاملات الارتباط بين أبعاد إرتباط العميل بالعلامة التجارية

جدول رقم (١٣) مصفوفة معاملات الارتباط بين أبعاد إرتباط العميل بالعلامة التجارية

الأبعاد	التفاعل	مرجعية العميل	مشتريات العميل
التفاعل	١		
مرجعية العميل	٠.٩٦٣**	١	
مشتريات العميل	٠.٩٤٣**	٠.٩٣١**	١

****تشير إلى معامل الارتباط دال إحصائيا عند مستوى معنوية ٠.٠١ ، ن=٣٨٦**

يتضح من الجدول رقم (١٣) وجود علاقة ارتباط طردية معنوية بين أبعاد متغير إرتباط العميل بالعلامة التجارية بعضها البعض وهذا يدل على صدق العبارات في قياس ارتباط العميل بالعلامة التجارية بالنسبة للمتسوقين على مواقع التواصل الإجتماعي في مصر محل البحث وأن هناك علاقة ارتباط حقيقية بين المتغيرات.

١٢- تحليل الانحدار المتعدد لمتغيرات البحث:

١٢ / ١- العلاقة بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي ووعي العميل

جدول رقم (١٤) نوع ودرجة العلاقة بين أبعاد التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وبين وعي العميل (مخرجات تحليل الإنحدار المتعدد Multiply Regression Analysis)

م	المتغيرات	معامل الانحدار B	معامل الارتباط	معامل التحديد
١	الرسالة الإعلانية	٠.٠١٣**	٠.٧٠٨	٠.٥٠١
٢	سهولة البحث والوصول	٠.١٥٢*	٠.٨٧١	٠.٧٥٨
٣	منافع العميل	٠.٧١٠**	٠.٩٤٢	٠.٨٨٧
معامل الارتباط في النموذج R			٠.٩٤٤	
معامل التحديد في النموذج R^2			٠.٨٩٢	
قيمة ف المحسوبة			١٠٥٢.٢٢٠	
قيمة ف الجدولية			٢.٦٠	
درجات الحرية			٣٨٢-٣	
مستوى الدلالة الإحصائية (P-value)			٠.٠٠٠	

****تشير إلى معنوية اختبار T-Test عند مستوى معنوية ٠.٠٠١.**

*** تشير إلى معنوية اختبار T-Test عند مستوى معنوية**

وفي ضوء ما تقدم، تم قبول الفرض الذي نص على "**توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وبين وعي العميل للمتسوقون عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر محل البحث**"، وذلك لما أظهره نموذج تحليل الإنحدار المتعدد أن هناك علاقة جوهرية عند مستوى معنوية ٠.٠١ و ٠.٠٥ وفقاً لاختبار ف F–Test بين المتغيرات الخاصة بالتسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي ووعي العميل.

١٢/ ٢ – العلاقة بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية:

جدول رقم (١٥) نوع ودرجة العلاقة بين أبعاد التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وبين ارتباط العميل بالعلامة التجارية

(مخرجات تحليل الانحدار المتعدد Multiple Regression Analysis)

م	الأبعاد	معامل الانحدار B	معامل الارتباط	معامل التحديد
١	الرسالة الإعلانية	*٠.٠٩٠	٠.٧٤٥	٠.٥٥٥
٢	سهولة البحث والوصول	*٠.١٩٠	٠.٨٧٨	٠.٧٧٠
٣	منافع العميل	**٠.٧٢٠	٠.٩٣١	٠.٨٦٦
	معامل الارتباط في النموذج R		٠.٩٣٨	
	معامل التحديد في النموذج R^2		٠.٨٨٠	
	قيمة ف المحسوبة		٩٣٧.٠٥٢	
	قيمة ف الجدولية		٢.٦٠	
	درجات الحرية		٣٨٢–٣	
	مستوى الدلالة الإحصائية (P–Value)		٠.٠٠٠	

** تشير إلى معنوية اختبار T–Test عند مستوى معنوية ٠.٠١.

* تشير إلى معنوية اختبار T–Test عند مستوى معنوية ٠.٠٥.

وفي ضوء ما تقدم عرضه من نتائج، فقد تقرر **رفض فرض العدم** القائل "لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وبين ارتباط العميل بالعلامة التجارية للمتسوقين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر محل البحث "، وتم **قبول الفرض البديل** "توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وبين ارتباط العميل بالعلامة التجارية للمتسوقين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر محل البحث " وذلك لما أظهره نموذج تحليل الانحدار المتعدد أن هناك علاقة جوهرية عند مستوى معنوية ٠.٠١ و ٠.٠٥ وفقاً لاختبار

ف F–Test بين الأبعاد الخاصة بالتسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وبين ارتباط العميل بالعلامة التجارية، وأيضاً تم قبول الفرض الذي ينص على أن هناك علاقة للثلاث أبعاد المستقلة في نموذج تحليل الانحدار وذلك لوجود علاقة ذات دلالة إحصائية بينهم وبين ارتباط العميل بالعلامة التجارية عند مستوى معنوية ٠.٠١ و ٠.٠٥ وفقاً لاختبار T–Test.

١٢ / ٣- العلاقة بين وعي العميل وارتباط العميل بالعلامة التجارية:

جدول رقم (١٦) نوع ودرجة العلاقة بين أبعاد وعي العميل وبين ارتباط العميل بالعلامة التجارية مخرجات تحليل الانحدار المتعدد Multiple Regression Analysis)

م	الأبعاد	معامل الانحدار B	معامل الارتباط	معامل التحديد
1	الصورة الذهنية	**٠.٠٤١	٠.٧٥٣	٠.٥٦٧
٢	سلوك المستهلك	*٠.٣٦٥	٠.٩٤٣	٠.٨٨٩
٣	الجودة المدركة	**٠.٦٠٩	٠.٩٥٩	٠.٩١٩
معامل الارتباط في النموذج R			٠.٩٧١	
معامل التحديد في النموذج R^2			٠.٩٤٣	
قيمة ف المحسوبة			٢١٠٨.٢٥٠	
قيمة ف الجدولية			٢.٦٠	
درجات الحرية			٣٨٢-٣	
مستوى الدلالة الإحصائية (P–Value)			٠.٠٠٠	

****تشير إلى معنوية اختبار T–Test عند مستوى معنوية ٠.٠١.**

***تشير إلى معنوية اختبار T–Test عند مستوى معنوية ٠.٠٥.**

وفي ضوء ما تقدم، تم **رفض الفرض العدم** الذي ينص على " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وعي العميل وارتباط العميل بالعلامة التجارية بالنسبة للمشترين عبر مواقع التواصل الإجتماعي بمصر محل البحث" وتم **قبول الفرض البديل** الذي ينص على "**توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين وعي العميل وارتباط العميل بالعلامة التجارية للمشترين عبر مواقع التواصل الإجتماعي بمصر محل البحث**"، وذلك لما أظهره نموذج تحليل الانحدار المتعدد أن هناك علاقة جوهرية عند مستوى معنوية ٠.٠١ و ٠.٠٥ وفقاً لاختبار ف F–Test بين الأبعاد الخاصة بوعي العميل وارتباط العميل بالعلامة التجارية، وأيضاً تم قبول الفرض العدم الذي ينص على أن هناك علاقة بصورة كلية من أبعاد وعي العميل في نموذج تحليل الانحدار وذلك لوجود علاقة ذات دلالة

إحصائية بينهم وبين ارتباط العميل بالعلامة التجارية عند مستوى معنوية ٠.٠١ و ٠.٠٥ وفقاً لاختبار T-Test.

١٢ / ٤- العلاقة غير المباشرة بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية ووعي العميل من خلاله كمتغير وسيط:

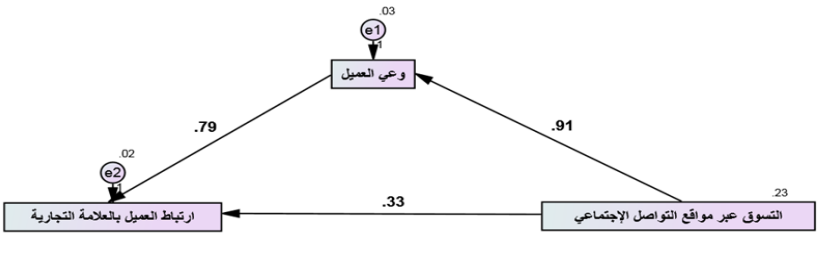
تناول الباحثين في هذا الجزء من نتائج التحليل الإحصائي تحديد نوع ودرجة العلاقة غير المباشرة بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية مأخوذة بصورة إجمالية ولكل بُعد من أبعاد إرتباط العميل بالعلامة التجارية على حدة من خلال وعي العميل كمتغير وسيط ولتحليل هذه العلاقة تم استخدام أسلوب تحليل المسار Path Analysis واستخدمت الباحثة أسلوب نماذج المعادلات الهيكلية (SEM) باستخدام برنامج (Amos Ver.23)، وهو أحد برامج الانحدار، من خلال استخدام برنامج AMOS بأسلوب Maximum Likelihood Estimates (MLE)، حيث يمكن من خلاله اختبار التأثير الوسيط لوعي العميل في العلاقة بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية، وذلك لأن هذا الأسلوب من مميزاته إمكانية استخدامه في حالة وجود بيانات مفقودة حيث يقوم AMOS بتقدير هذه البيانات بكفاءة من خلال أسلوب Maximum Likelihood Estimates (MLE)، بدلاً من الاعتماد على الحذف البشري أو احتساب المتوسط، كما أنه يستطيع تحليل عدد كبير من البيانات المختلفة في وقت واحد وتقدير المتوسطات للمتغيرات الخارجية exogenous variables وإدخالها في معادلات الانحدار، وذلك من أجل التحقق من صحة الفرض الرابع الذي ينص على "**توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وبين ارتباط العميل بالعلامة التجارية في ظل وجود وعي العميل كمتغير وسيط للمشترين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر**".

ويوضح الجدول رقم (١٧) شكل ومعنوية العلاقة بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي بالنسبة للمشترين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر محل البحث وارتباط العميل بالعلامة التجارية من خلال وعي العميل كمتغير وسيط وذلك بشكل إجمالي.

جدول رقم (١٧) نتائج نموذج تحليل المسار بالإعتماد على نماذج المعادلات الهيكلية (SEM) باستخدام برنامج (AMOS) لتأثير وعي العميل كمتغير وسيط في العلاقة بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية بشكل إجمالي

المتغير التابع	المتغير المستقل	معامل الإنحدار المعياري Beta	معامل الانحدار غير المعياريB	معامل التحديد R2	الخطأ المعياري S.E	التأثير المباشر	التأثير غير المباشر	التأثير الكلي	القيمة الإحتمالية P-Value	مستوى المعنوية
وعي العميل	التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي	٠.٩٢٤	٠.٩١٣	٠.٨٥٣	٠.٠١٩	٠.٩١٣	***	٠.٩١٣	***	معنوي
إرتباط العميل بالعلامة التجارية	التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي	٠.٢٩٢	٠.٣٢٩	٠.٩٣٣	٠.٠٣٩	٠.٣٢٩	٠.٧١٨	١.٠٤٧	***	معنوي
	وعي العميل	٠.٦٩٠	٠.٧٨٧		٠.٠٣٩	٠.٧٨٧	***	٠.٧٨٧	***	معنوي

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي



النسبة بين قيمة كا٢(Chi – Sqauer) و درجات الحرية(DF)=3.90
p- Value=٠.٠٠٠
مؤشر المطابقة المعياري(NFI) Normed Fit Index =0.963
مؤشر المطابقة المقارن (CFI) Comparative Fit Index =0.963
مؤشر تاكر – لويس(TLI) Tuker-Lewis Index =٠.٩٧٧
مؤشر جودة المطابقة (GFI) Gooness of fit Index = ٠.٨٨٩
مؤشر الملائمة التزايدي(IFI)Incremental Fit Indices =٠.٩٦٣
مؤشر المطابقة النسبي (RFI) Relative fit index = ٠.٧٧٦
الجذر التربيعي للبواقي (RMR)Root Maen Square Residual =٠.٠٠٥
الجزر التربيعي لمتوسط خطأ الإقتراب RMSEA=٠.٠٣٤

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

شكل رقم (٢)

نتائج نموذج تحليل المسار بالإعتماد على نماذج المعادلات الهيكلية (SEM) باستخدام برنامج (AMOS) لتأثير وعي العميل كمتغير وسيط في العلاقة بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية بشكل إجمالي

يتضح من الجدول رقم (١٧) والشكل رقم (٢) ومن نتائج تطبيق تحليل المسار، النتائج الآتية:

- هناك درجة توافق بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية، وأن جميع معاملات الانحدار عالية المعنوية مما يؤكد على أن وعي العميل بأبعاده الثلاثة له يقوم بدور الوسيط بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وبين إرتباط العميل بالعلامة التجارية بالنسبة للمشترين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر محل الدراسة، واتضح من النتائج أن التأثير الوسيط يفسر العلاقة بشكل أكبر ويدعم تأثير أبعاد وعي العميل، حيث بلغت قيمة مؤشر التوافق (GFI) ٨٨.٩% كما بلغت قيمة مؤشر المطابقة المقارن (CFI) ٩٦.٣% ، وكلما زادا هذين المؤشرين دل ذلك على توافق أفضل، كما بلغت قيمة الجذر التربيعي للبواقي (RMR) ٠.٠٠٥ وكلما صغرت قيمة ذلك المؤشر دل ذلك على توافق أكبر، وبذلك يتضح لنا جودة النموذج المقدر.
- يتضح تأثير التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي على وعي العميل بالعلامة التجارية بنسبة ٨٥.٣%، وذلك يرجع إلى أن قيمة معامل التحديد بلغت (R^2 = 0.853)، كما إتضح تأثير التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي على إرتباط العميل بالعلامة التجارية بنسبة ٩٣.٣%، وتساوت معها نسبة تأثير وعي العميل على إرتباط العميل بالعلامة التجارية وذلك يرجع إلى أن قيمة معامل التحديد بلغت (R^2 = 0.933).
- اتضح أن مستوى الدلالة للنموذج المقترح أكبر من ٠.٠٥ وهذا يؤكد أن النموذج بكل معايره مثالي ومطابق تماما للبيانات، كما أن جميع مؤشرات المطابقة أكبر أو تقترب من ٠.٩ مما يدل على أن النموذج المقترح ملائم تماما لبيانات الدراسة، وأن القيمة الدالة على جودة المطابقة (RMSEA) الجذر التربيعي لمتوسط الخطأ التقريبي يقل عن ٠.٠٥ مما يدل على أن النموذج ملائم لبيانات الدراسة (العباسي ،٢٠٠٩).

- كذلك كان مؤشر توكر–لويس الذي بلغ القيمة (٠.٩٧٧) دلالة على مطابقة البيانات للنموذج مطابقة جيدة، بالإضافة لمؤشر RMSEA وهو أهم المؤشرات في النموذج البنائي والذي بلغ القيمة (٠.٠٣٤)، وهي قيمة جيدة وقريبة من الصفر حيث التطابق التام، كما بلغ مؤشري المطابقة المقارن والمطابقة المعياري (٠.٩٦٣) ، وبما أن كل المؤشرات تحوز على قيم جيدة للمطابقة فالنموذج مقبول حسب ما تمت الإشارة إليه في دراسة Bentler & (Bonett ,1980).
- وبذلك يتم قبول قيم معاملات الصدق أو التشبع للفقرات، كونها ذات قيم مقبولة، كتقدير لقبول تشبع كل فقرة (مؤشر) بالعامل الذي تنتمي إليه كما ذكر سابقا، إذ تشير التقديرات المعطاة بالبرنامج AMOS إلى محاكاة جيدة لقبول النموذج، وما يدل على جودة المطابقة أيضاً قيمة RMR حيث اتضح من النتائج أنها (٠.٠٠٥) أي أقل من ٠.٠٥، كما اتضح أيضاً أن قيمة IFI كانت (٠.٩٦٣) وهذا يشير إلى تطابق النموذج، وأخيراً قيمة RFI (٠.٧٧٦)، وهذه القيمة قيمة جيدة للمطابقة حيث أن أفضل تطابق عندما تكون القيمة تساوي (٠.٩٥٠) والتطابق التام عندما تكون القيمة تساوي الواحد الصحيح.
- وفي ضوء ما تقدم، فقد تقرر **رفض الفرض العدم** الذي ينص على "لا توجد علاقة غير مباشرة ذات دلالة إحصائية بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية في ظل وجود وعي العميل كمتغير وسيط بالنسبة للمشترين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر محل البحث " وتم **قبول الفرض البديل** الذي ينص على " توجد علاقة غير مباشرة ذات دلالة إحصائية بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية في ظل وجود وعي العميل كمتغير وسيط بالنسبة للمشترين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر محل البحث " وذلك بعد أن أظهر نموذج تحليل المسار أن هناك علاقة غير مباشرة جوهرية عند مستوى معنوية ٠.٠١، ٠.٠٥، كما تقرر قبول الفرض الذي ينص على أن هناك علاقة لثلاثة أبعاد لمتغير التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي (الرسالة الإعلانية، سهولة البحث والوصول، منافع العميل) كأبعاد مستقلة في النموذج المقترح وذلك لوجود علاقة غير مباشرة ذات دلالة إحصائية بين كل منهم وبين إرتباط العميل بالعلامة التجارية في ظل وجود وعي العميل كمتغير وسيط عند مستوى معنوية ٠.٠١، ٠.٠٥.

١٣- نتائج البحث:

- توجد علاقة إرتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين كل بُعد من الأبعاد الثلاثة للتسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وبعضها البعض والمتمثلة في (الرسالة الإعلانية، سهولة البحث والوصول، منافع العميل). كما توجد علاقة إرتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين كل بُعد من الأبعاد الثلاثة لوعي العميل وبعضها البعض والمتمثلة في (الصورة الذهنية، سلوك المستهلك، الجودة المدركة). وكذلك توجد علاقة إرتباط طردية ذات دلالة إحصائية بين كل بُعد من الأبعاد الثلاثة لإرتباط العميل بالعلامة التجارية وبعضها البعض والمتمثلة في (التفاعل، مرجعية العميل، مشتريات العميل).
- يوجد ارتباط ذو دلالة إحصائية بين جميع أبعاد التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي ممثلة في (الرسالة الإعلانية، سهولة البحث والوصول، منافع العميل) مع جميع أبعاد وعي العميل، وهذا يعني أنه كلما إرتفع مستوى ممارسة التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي كلما أدى ذلك إلى إرتفاع مستوى وعي العميل لدى المشترين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر محل الدراسة.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي للمشترين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر محل الدراسة وبين وعي العميل للمشترين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر (مأخوذة بصورة إجمالية) وهذه العلاقة طردية.
- يوجد ارتباط ذو دلالة إحصائية بين جميع أبعاد وعي العميل ممثلة في (الصورة الذهنية، سلوك المستهلك، الجودة المدركة) مع جميع أبعاد ارتباط العميل بالعلامة التجارية، وهذا يعني أنه كلما إرتفع مستوى وعي العميل كلما أدى ذلك إلى إرتفاع مستوى إرتباط العميل بالعلامة التجارية لدى المشترين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر محل الدراسة.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد وعي العميل بالنسبة للمشترين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر محل الدراسة وبين ارتباط العميل بالعلامة التجارية للمشترين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر (مأخوذة بصورة إجمالية) وهذه العلاقة طردية.
- يوجد إرتباط ذو دلالة إحصائية بين جميع أبعاد التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي ممثلة في (الرسالة الإعلانية، سهولة البحث والوصول، منافع العميل) مع جميع أبعاد ارتباط العميل

بالعلامة التجارية، وهذا يعني أنه كلما إرتفع مستوى التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي كلما أدى ذلك إلى إرتفاع مستوى إرتباط العميل بالعلامة التجارية لدى المشترين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر محل الدراسة.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي بالنسبة للمشترين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر محل الدراسة وبين إرتباط العميل بالعلامة التجارية للمشترين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر (مأخوذة بصورة إجمالية) وهذه العلاقة طردية.

نتائج متعلقة بالعلاقة غير المباشرة بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية من خلال وعي العميل كمتغير وسيط:

- توجد علاقة غير مباشرة معنوية بين بُعد من أبعاد التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي (الرسالة الإعلانية) وبُعد التفاعل كأحد أبعاد إرتباط العميل بالعلامة التجارية من خلال وعي العميل كمتغير وسيط، وهذا يعني أن وعي العميل يلعب دور الوسيط في العلاقة بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وبُعد التفاعل كأحد أبعاد إرتباط العميل بالعلامة التجارية.
- توجد علاقة غير مباشرة معنوية بين بُعدين من أبعاد التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي (الرسالة الإعلانية، منافع العميل) وبُعد مرجعية العميل كأحد أبعاد إرتباط العميل بالعلامة التجارية من خلال وعي العميل كمتغير وسيط، وهذا يعني أن وعي العميل يلعب دور الوسيط في العلاقة بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وبُعد مرجعية العميل كأحد أبعاد إرتباط العميل بالعلامة التجارية.
- توجد علاقة غير مباشرة معنوية بين بُعدين من أبعاد التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي (الرسالة الإعلانية، منافع العميل) وبُعد مشتريات العميل كأحد أبعاد إرتباط العميل بالعلامة التجارية من خلال وعي العميل كمتغير وسيط، وهذا يعني أن وعي العميل يلعب دور الوسيط في العلاقة بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وبُعد مشتريات العميل كأحد أبعاد إرتباط العميل بالعلامة التجارية.
- توجد علاقة غير مباشرة ذات دلالة إحصائية بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية من خلال وعي العميل كمتغير وسيط بشكل كلي، إن وجود وعي العميل كمتغير وسيط في العلاقة بين أبعاد التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي

وأبعاد إرتباط العميل بالعلامة التجارية أثر على قوة العلاقة بينهما بالزيادة. ومن ثم تدعيم وعي العميل للعلاقة بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية.

١٤- توصيات البحث:

في ضوء نتائج الدراسة الميدانية ونتائج التحليل الإحصائي، ولتحقيق الهدف الأساسي للدراسة. فقد تم تناول توصيات الدراسة والتي يمكن أن تسهم في تعزيز قدرة شركات العلامات التجارية والمروجة لها على مواقع التواصل الإجتماعي في مصر للإرتقاء بمستوى إرتباط العميل بالعلامة التجارية من خلال تبني ممارسة التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وكذلك رفع مستوى وعي العميل لدى طلاب الجامعات المصرية المشترين عبر مواقع التواصل الإجتماعي. ومن ما سبق عرضه من نتائج يوصي الباحثون بما يلي:

- يجب على شركات العلامات التجارية المعلنة على مواقع التواصل الإجتماعي مراعاة الإهتمام بالرسالة الإعلانية والتركيز على المنافع الخاصة بعملائها لترك أثراً مقنعاً للعملاء.
- يجب على شركات العلامات التجارية المعلنة على مواقع التواصل الإجتماعي إستهداف العملاء عن طريق الإعلانات التي تبرز منفعة المنتجات واستخداماتها للعملاء المستهدفين، بما يتطابق مع قيم المجتمع.
- يجب على شركات العلامات التجارية المعلنة على مواقع التواصل الإجتماعي ضرورة التركيز على إتجاهات أخرى من شأنها تحفيز العملاء على الشراء وتكون أكثر تأثيراً، مثل تسعير المنتجات حيث تبين أن هناك تكلفة عالية في أسعار المنتجات المعلنة ولذلك يمتنع العملاء عن شرائها، لذلك يجب على الشركات الإهتمام بتسعير المنتجات دون مبالغة بسبب إرتفاع تكاليف التوصيل للمنتجات للعملاء، وعليه يجب على الشركات تسعير منتجاتها للتأكد من مدى ملائمتها، دون المساس بجودتها.
- ضرورة إهتمام شركات العلامات التجارية المعلنة على مواقع التواصل الإجتماعي بإمكانية تقسيط تكلفة المنتجات وتقديم الضمانات اللازمة للعملاء للتأكد من جودة المنتج، حتى

يتحقق التفاعل الإيجابي من قبل العملاء على صفحات العلامة التجارية والزيادة من إنتشارها والإقبال عليها.

- يجب على شركات العلامات التجارية المعلنة على مواقع التواصل الإجتماعي الإهتمام بتحديد تكاليف معقولة لتوصل منتجاتها للعملاء، كما يجب الإهتمام بتعليقاتهم سواء كانت إيجابية أو سلبية والعمل على تتنفيذها من خلال التعامل المباشر بين القائمين على صفحات العلامة التجارية والعملاء والرد على إستفساراتهم.

١٥- دراسات مستقبلية مقترحة:

على الرغم من أن البحث الحالي حاول تناول دور وعي العميل كمتغير وسيط في العلاقة بين التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي وارتباط العميل بالعلامة التجارية بالتطبيق على المشترين عبر مواقع التواصل الإجتماعي في مصر محل البحث، إلا أن نطاق هذا البحث والأساليب المستخدمة فيه والنتائج التي توصل إليها تشير إلى وجود مجالات لدراسات أخرى مستقبلية، ومن بين هذه المجالات البحثية ما يأتي:

- إجراء المزيد من البحوث والدراسات للتعرف على دور الشركات في الإهتمام بجودة المنتجات والإهتمام بتسعيرها وارتفاع جودتها في التأثير على نية الشراء لدى العملاء.
- القيام بعمل نموذج مقترح لبعض محددات إرتباط العميل بالعلامة التجارية والنتائج المترتبة عليه.
- بحث دور وعي العميل كمتغير وسيط في العلاقة بين أنماط التسوق المختلفة وارتباط العميل بالعلامة التجارية.
- تناول نموذج مقترح لمسببات وعي العميل والنتائج المترتبة عليه.
- دراسة العلاقة السببية بين متغيرات الدراسة الحالية بالتطبيق على قطاعات مختلفة وعلى عينة مختلفة من دول عربية وأجنبية من أجل توسيع النطاق الجغرافي.

قائمة المراجع:

أولاً: المراجع باللغة العربية :

١. البنا، طلعت أسعد عبدالحميد؛ مجاهد، سيدة صلاح؛ يسن، هشام محمد محمد،(٢٠٢٣)، تأثير التعامل مع برامج الألعاب الإلكترونية على سلوك الشراء لدى العملاء بالتطبيق على مستخدمي برامج الألعاب الإلكترونية عبر الإنترنت، **مجلة البحوث الإدارية**، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية، مج٤١، ع٤، ١-٢٧.

٢. البنا، طلعت أسعد عبد الحميد؛ حماد، شيماء محمد إبراهيم؛ عشري، تامر إبراهيم السيد،(٢٠٢١)، أثر مصداقية وجاذبية وخبرة مشاهير وسائل التواصل الاجتماعي على نية الشراء للمنتجات النسائية من خلال تطبيقات الفيس بوك اليوتيوب، **المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية**، كلية التجارة بالإسماعيلية، جامعة قناة السويس، مج ١٢، ع ١، ٥٢٥-٥٥٥.

٣. البنا، طلعت أسعد عبدالحميد؛ عبدالمعطي، هشام؛ غراب، هويدا محمد فؤاد، (٢٠٢٢)، أثر أبعاد جودة تصميم الموقع الإلكتروني في النية الشرائية للمستهلك النهائي عبر مواقع التسوق الإلكتروني، **المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية**، كلية التجارة، جامعة قناة السويس، مج١٣، ع٢، ١-٤٢.

٤. البنوي، مها محمد، (٢٠١٨)، أثر الثقة في العلامة كمتغير وسيط على العلاقة بين إرتباط العميل والولاء للعلامة: دراسة ميدانية على عملاء مطاعم الوجبات السريعة في القاهرة، **مجلة الدراسات والبحوث التجارية**، كلية التجارة، جامعة بنها، ع ٤، ١٣-١٤.

٥. الدهراوي، محمد فؤاد محمد، (٢٠١٩)، إتجاهات الشباب العربي نحو التسويق عبر مشاهير مواقع التواصل الإجتماعي وعلاقته بالسلوك الشرائي: دراسة ميدانية، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والإتصال**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، مج ٤، ع ٢٧، ١٥٨-٢٢٥.

٦. الزعبي، هبه علي جبر،(٢٠٢١)، أثر التسويق التفاعلي على قرار الشراء من خلال الوعي بالعلامة التجارية: دراسة ميدانية على متاجر الأثاث في الأردن، **مجلة العلوم الإدارية**، كلية الإقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة آل البيت، الأردن، مج٢، ع٣، ١-٩٧.

٧. الفقهي، أميرة محمد إسماعيل عبدالرحيم؛ إبراهيم، محمد محمد؛ عبدالواحد، يارا محمد محمد، (٢٠٢٤)، تأثير الثقة في العلامة التجارية على السلوك الشرائي: دراسة تطبيقية على المستهلك المصري، **المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية**، كلية التجارة، جامعة مدينة السادات، مج١٦، ع٣، ٤٣٢-٤٨٧.

٨. الدكروري، منى إبراهيم، (٢٠٢١) العلاقة بين إدارة علاقات العملاء الإلكترونية وارتباط العميل الإلكتروني: دراسة تطبيقية على شركات الأدوية المستخدمة تطبيقات الأوراكل، **مجلة الدراسات التجارية المعاصرة**، كلية التجارة، جامعة كفر الشيخ، مج ١٤، ع٣، ١٥-٢٢.

٩. الشرقاوي، إيناس جمال عبدالرحيم والقليني، فاطمة يوسف عبدالعال وأحمد، عالية، (٢٠٢١)، الإشباعات المتحققة للمرأة المصرية من إستخدام مواقع التسوق الإلكتروني عبر الإنترنت، **المجلة الدولية لدراسات المرأة والطفل**، كلية البنات للآداب والعلوم والتربية، جامعة عين شمس، ع١، ٣٦-٤٥.

١٠. بخيت، أماني محمد توفيق، (٢٠٢١)، أثر خصائص المتجر الإلكتروني على السلوك الشرائي الإلكتروني: تحليل الدور الوسيط للقيمة المدركة ورضا العملاء: بالتطبيق على عينة من مستخدمي الفيس بوك، **مجلة جامعة الأسكندرية للعلوم الإدارية**، كلية التجارة، جامعة الأسكندرية، مج٥٨، ع٣، ١-٤٢.

١١. بدوي، عائشة إسماعيل أحمد، (٢٠١٩)، مدى إستخدام الشباب الجامعي اليمني لمواقع التواصل الإجتماعي في التسوق الإلكتروني: دراسة ميدانية على الجامعات الأهلية، **مجلة جامعة الجزيرة**، اليمن، مج٢، ع٣، ٣٩٥-٤٠٢.

١٢. برحال، نبهات ونجاة، مدلس، (٢٠٢٢)، واقع تأثير وعي الزبون بالميزة النسبية على تبني الدفع الإلكتروني: دراسة حالة دفع مستحقات فاتورة الكهرباء والغاز إلكترونياً، **مجلة المالية والأسواق**، جامعة الجيلالي ليابس، الجزائر، مج٩، ع١، ٢٢٤-٢٥٤.

١٣. برسي، محمد حسانين صالح عبدالغفور، (٢٠٢٣)، أثر دخول شركة أمازون السوق الرقمي المصري على التسوق الرقمي في جنوب صعيد مصر، **المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية**، كلية التجارة، جامعة أسوان، مج١، ع٣٨، ١٦٢٧-١٦٨٤.

١٤. بو ذكري، محمد، وبودي، عبدالصمد، ومحمود، أحمد، (٢٠٢٣)، تأثير محددات التسوق عبر الإنترنت على رضا الزبون: دراسة تحليلية للمتسوقين الجزائريين، **مجلة الإبتكار**

والتسويق، كلية العلوم الإقتصادية للعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة طاهري محمد، الجزائر، مج١٠، ع١، ١١٢-١٣٢.

١٥. توفيق، أماني محمد توفيق، (٢٠٢١)، أثر خصائص المتجر الإلكتروني على السلوك الشرائي الإلكتروني: تحليل الدور الوسيط للقيمة المدركة ورضا العميل لعينة من المشترين من على صفحات الفيس بوك، **مجلة جامعة الإسكندرية للعلوم الإدارية**، كلية التجارة، جامعة الأسكندرية، مج ٥٨، ع ٣، ٢٢٠-٣٥٤.

١٦. حبيش، هاجر حلمي دسوقي، (٢٠٢٣)، دور مواقع التواصل الإجتماعي في تشكيل وعي الشباب المصري واتجاهاته نحو قضايا الجرائم البيئية وتغيير المناخ، **مجلة البحوث الإعلامية**، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، مج١، ع٦٤، ٣٩٧-٤٦٠.

١٧. حسن، عيد محمد عيد؛ المنياوي، عائشة مصطفى حسن؛ وهبة، إيمان مصطفى، (٢٠٢٤)، العلاقة بين تسويق الحدث إلكترونياً والوعي بالعلامة: دراسة ميدانية على عملاء التسوق الإلكتروني، **المجلة العلمية للإقتصاد والتجارة**، كلية التجارة، جامعة عين شمس، مج٣، ع٣، ١١٢١-١١٥٦.

١٨. خليل، عصام عبدالهادي علي، (٢٠٢٠)، تأثير أبعاد جودة العلاقة على نواتج إرتباط العميل بالعلامة التجارية: دراسة ميدانية على عملاء أجهزة المحمول بالقاهرة، **المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية**، كلية التجارة بالإسماعيلية، جامعة قناة السويس، مج ١١، ع ١، ٤٤-٥٦.

١٩. خليل، عصام عبدالهادي علي، (٢٠٢٣)، الدور الوسيط لاحتواء وامتنان العميل للعلامة في العلاقة بين أبعاد تزكية المشاهير والوعي بالعلامة والجودة المدركة بالتطبيق على مشتري الأجهزة الكهربائية، **المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية**، كلية التجارة، جامعة دمياط، مج٤، ع١، ١٠٩٨-١١٣٧.

٢٠. دويدار، محمود ومحمد، أحمد، وأحمد، عوض، (٢٠١٨)، دور الوعي بالعلامة التجارية كمتغير وسيط بين إتصالات العلامة باستخدام وسائل التواصل الإجتماعي ونية الشراء: دراسة تطبيقية على طلاب جامعة دمياط، **مجلة البحوث المالية والتجارية**، كلية التجارة، جامعة بورسعيد، ع ٢، ١٠٢-١٢٤.

٢١. شعبان، يوسف و سليمان، هشام السيد، (٢٠٢٢)، العلاقة بين التوجه بالتسويق الإلكتروني والمشاركة في إنشاء القيمة في أسواق المنظمات: بالتطبيق على الشركات المصرية التي تقدم خدمات تسويقية، **المجلة الأكاديمية للبحوث التجارية المعاصرة**، كلية التجارة، جامعة القاهرة، مج٢، ع١، ١٢٣-١٣٨.

٢٢. الطوبشي، صافي محسن، وحواس، محمد، (٢٠١٩)، إستخدام جروبات التسوق عبر شبكات التواصل الإجتماعي وعلاقته باتخاذ القرار الشرائي للشباب، **المؤتمر السنوي الرابع عشر – الدولي الحادي عشر**، كلية التربية النوعية، جامعة المنصورة، مج١٢، ع٤، ١١٢-٢٠٠.

٢٣. العباسي، إيناس محمد، (٢٠٢٢)، أثر إستخدام أبعاد التلعيب على الولاء للعلامة التجارية: تحليل الدور الوسيط للإرتباط والقيمة التحويلية للعميل: دراسة تطبيقية، **مجلة جامعة الأسكندرية للعلوم الإدارية**، كلية التجارة، جامعة الأسكندرية، مج٥٩، ع١، ١٣٧-١٨٢.

٢٤. عباس، بشرى عبدالرحمن، (٢٠٢١)، تأثير جودة الإسترداد الإلكتروني في تحقيق رضا الزبون من خلال الدور الوسيط لنموذج قبول التكنولوجيا: دراسة تحليلية لآراء زبائن مواقع التسوق الإلكتروني، **مجلة الدراسات المستدامة**، كلية الإدارة والإقتصاد، جامعة القادسية، العراق، مج٣، ع١، ٥٩٨-٦١٤.

٢٥. عبدالجيد، ياسمين، (٢٠٢٣)، توظيف الشركات التجارية للأحداث الجارية والمناسبات في إعلاناتها الإلكترونية لتعزيز العلامة التجارية لدى الجمهور- دراسة ميدانية، **مجلة كلية الآداب**، جامعة أسوان، مج١٣، ع١، ١-٧٤١.

٢٦. عتيق، خديجة، (٢٠٢٣)، أثر أبعاد جودة المواقع الإلكترونية على رضا العملاء: دراسة موقع جوميا JUMIA، **مجلة آفاق للبحوث والدراسات**، كلية الدراسات التجارية، جامعة الطاهر مولاي سعيدة، الجزائر، مج٦، ع١، ١١٨-١٣٣.

٢٧. العضايلة، محمد جميل عبد القادر، (٢٠١٥) دور شبكات التواصل الاجتماعي في التأثير على القرار الشرائي للمستهلك عبر الانترنت، **المجلة الأردنية في إدارة الأعمال الجامعة الهاشمية**، مج١١، ع١، ٢٠-١٦٥.

٢٨. عطية، خالد وتوفيق، عبدالفتاح، (٢٠٢٠) التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بتشكيل الصورة الذهنية لدى عملاء شركات الاتصالات الفلسطينية، **المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال**، مركز رفاد للدراسات والأبحاث، الأردن، مج٤، ع٦، ١٠٠-١٢٢.

٢٩. غراب، هويدا محمد فؤاد، (٢٠٢١)، أثر خبرة التسوق الإلكتروني على النية الشرائية للمستهلك عبر مواقع التسوق الإلكترونية: جودة موقع التسوق الإلكتروني متغير وسيط، **المجلة المصرية للدراسات التجارية**، كلية التجارة، جامعة المنصورة، مج١، ع٤، ١-٤٤.

٣٠. فاتح، مجاهدى وموسى، حورية ومحمد، قارطي، (٢٠١٨)، دراسة تأثير وعي المستهلك الجزائري بالعلامة التجارية كوندور في بناء صورتها الذهنية، **مجلة ميلاف للبحوث والدراسات**، جامعة حسيبة بن بو علي، الجزائر، مج ٤، ع ١، ٤٥٣-٤٥٥.

٣١. فضل الله، مصطفى عطية رحم الله، (٢٠٢٠)، إتجاهات الطالب الجامعي نحو استخدام شبكات التواصل الإجتماعي في إدارة الوقت: طلاب كلية التربية بجامعة الإمام المهدي بالسودان، **المجلة العربية للتربية النوعية**، كلية التربية النوعية، جامعة الإمام المهدي، السودان، مج٤، ع١٢، ٢٥-٥٢.

٣٢. قسول، فاطمة الزهراء، (٢٠٢٤)، تأثير التسوق عبر مواقع التواصل الإجتماعي في اتخاذ القرار الشرائي من وجهة نظر المستهلك : دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي مواقع التواصل الإجتماعي الجزائريين، **مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال**، جامعة حسيبة بو علي، مج١٠، ع١، ٢٥-٣٩.

٣٣. قناوي، إيمان محمد، (٢٠٢٤)، العوامل الإجتماعية والإقتصادية المؤثرة على التسوق الإلكتروني من وجهة نظر المستهلك المصري، **مجلة التربية**، كلية التربية، جامعة الأزهر، مج٣، ع٢٠٢، ٤٣٩-٥١٢.

٣٤. محمد، أسماء جمال أحمد، (٢٠١٥)، دور رضا العميل عن العلامة التجارية في علاقة كل من القيمة المدركة للعميل والصورة الذهنية للعلامة التجارية بولاء العميل: دراسة ميدانية مطبقة على عملاء شركات الهواتف المحمولة، كلية التجارة، جامعة أسيوط، مج٢، ع١٠، ٢٠-٢٢.

٣٥. محمود، إيمان محود شاذلي، (٢٠٢٤)، تأثير تسويق المحتوى الرقمي على صنع قرار الشراء: الدور الوسيط لارتباط العميل بالعلامة: دراسة تطبيقية على عملاء مواقع التسوق الإلكتروني في مصر، **المجلة العلمية للبحوث التجارية**، كلية التجارة، جامعة المنوفية، مج٤، ع١١، ٩-٦٦.

٣٦. مدروس، نادية (٢٠٢٠) أثر ابعاد جوادة الموقع الإلكتروني في تحقيق رضا العملاء: دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر، **مجلة مجاميع المعرفة**، المركز الجامعي على كافي بتندوف، الجزائر. مج٢، ع٢، ٤٤٩-٤٦٥.

٣٧. المكباتي، منال أحمد، (٢٠١٩)، توسيط إحتواء العميل في العلاقة بين شخصية العلامة والقيمة المدركة للعميل بالتطبيق على مستخدمي الهواتف المحمولة في المنطقة الشرقية بالمملكة العربية السعودية، **مجلة البحوث التجارية**، كلية التجارة، جامعة الزقازيق، مج ٤١، ع ٢، ٢٠٣-٢٠٤.

٣٨. أحمد، نهى حسن، (2023)، بلاغة الرسالة الإعلانية للماركة ودورها في التوعية المجتمعية، **مجلة التصميم الدولي**، مج ١٢، ع ١، ١١١-١١٨.

٣٩. حمودة، رشا السيد أحمد، (٢٠٢٢)، شبكات التواصل الإجتماعي وتشكيل الوعي الإجتماعي: دراسة ميدانية على عينة من شباب الجامعة، **مجلة كلية الآداب**، كلية الآداب، جامعة المنصورة، ع ٧٠، ٦٤٢-٦٦٩.

المراجع باللغة الإنجليزية :

1. AlBadareen, Aisha Maged Mohamed, (2024), The impact of social media influencers on the intention to purchase recommended brands: The mediating role of brand engagement and brand expected value, faculty of postgraduate studies, Moota university, Saudi Arabia, 1-99.
2. Algharabat R, Rana N P, Alalwan A A, Baabdullah A, Gupta A (2019) Investigating the antecedents of customer brand engagement and consumer-based brand equity in social media. Journal of Retailing and Consumer Services, 53 (10), 1-100.
3. AlKhaeider, Mohamed Ahmed Bakheit, (2016), "Effectiveness of online advertiseing on social networking sites: A case study on facebook ", International Journal of Business and Management, Om Drman University, Sudan, 22 (3), 11-14.
4. Alrawad, Mahmoud & Lutfi, Abdelwali, (2023), Assessing customers perception of online shopping risks: A structural equation modeling–based multigroup analysis, Journal of Retailing and Consumer Services, Faculty of Business Rabigh, College of Business (COB), King Abdulaziz University, Jeddah, 71 (33), 100-204.
5. Bentler, P.M, Bonet, (1980), Significance tests and goodness of fit in the analysis of covariance structures, American Psychological Association, USA, 1-482.

6. Burns, Alvin c. and veeck Ann, Marketing research ninth edition global edition, England, 4-53.
7. Carlson, J., Rahman, M.M., Taylor, A., Voola, R., (2019), Feel the VIBE: examining valuein-the-brand-page-experience and its impact on satisfaction and customerengagement behaviours in mobile social media. J. Retail. Consumer Service, 46 (13), 149–162.
8. Carmines, Edward. G and Mclverm John, (1981), An Introduction to the Analysis of Models with Unobserved Variables, Cambridge University Press, United Kingdom, 1-52.
9. Castillo, Elena Higurias & Ramos, Angel.F, (2023), Intention to use e-commerce vs physical shopping. Difference between consumers in the post-COVID era, journal of business research, University of Granada, Spain, 157(54), 113-543.
10. Cheung, Man Lai, Pires, Guilherme & Philip, j. Rosenberger, (2020), The influence of preceived social media marketing elements on consumer brand engagement and brand knowledge, Asia pacific journal of marketing and logistics, 32(3), 1355-5955.
11. Chrirty, Ashely & Tracy, Tuten, (2015), Creative stratigies in social media marketing: An explory study of brand social content and consumer engagement, journal of psychology and marketing, east Carolina university, 32(1), 15-27.
12. Chuang, Huan Ming & Chen, Chien, (2023), The role of two way influinces on sustaining green brand engagement and loyalty in social media, depatrement of information management, national Yunlin university of science and technology, Taiwan, 567-666.
13. Elsamadicy, ahmed moussa; Soliman, cherin and Abdulrahman, Yousra salah, (2024), Examining the impact of social media advertising on online shopping behaviour: an empirical study om Egyptian millennials, the commercial and scientific journal, Faculty of commerce, Almonofyah university, 11(2), 243-291.
14. ElTaazy, Ghada Wageeh Mostafa; ElMenieawy, Aisha Mostafa; ElBorsaly, Azza Abdelkader, (2024), The effect online customer engagement on brand equity: an applied study on the beverage sector in Egypt, the scientific magazine of commerce and economy, faculty of commerce, Ain Shams university, 2(2), 289-322.
15. El-zoghby, Nourhan.a & ElSamadicy, Ahmed Mohamed, (2021), Measuring the Impact of Social Media Advertising Content on Consumers Purchasing Intention towards Health and Beauty Products Online, Journal of Alexandria University for Administrative sciences.58 (2), 34-55.

16. Fahmy, May Mhamoud Fahmy Abdulmonien, (2024), The impact of face book applications and activities on young Egyptians consumer's purchase intention, the scientific magazine for commerce and economy, faculty of commerce, Ain shams university, 66(2), 36-88.
17. Gharib, Islam, (2024), Design for sustainable behaviour: investigating health and social impacts, the magazine of international designs, faculty of commerce, Helwan university, 14(2), 449-454.
18. Gongli, Lou; Hao, Junying; Heu, Ma, (2024), The impact of brand connectedness on consumer engagement behavior in the social media brand community, journal of research in interactive marketing, college of economics and management, Shandong university of scince and technology, China, 1 (4), 122-300.
19. Handayani, Siti Zuhra & Sari, Astri Yuza, (2022), The role of social media in building shopping value, customer trust, and customer engagement, journal of operation management and information system studies, 2(1), 48-59.
20. Hudson, Simon , Li, Huang & Martin S.Roth, (2016), The influence of social media interactions on consumer brand relationships: A three country study of brand preciptions and marketing behaviours, International journal of research in marketing, 33(1), 27-41.
21. Hutter, K., Hautz, J. and Fuller, J. (2013) The impact of user interactions in social media on brand awareness and purchase intention : the case of MINI on facebook. Journal of product & Brand management, 30 (7), 342-351.
22. Islam JUI, Hollebeek LD, Rahman Z, Khan I, Rasool A (2019) Customer engagement in the service context: An empirical investigation of the construct, its antecedents and consequences. Journal of Retailing and Consumer Services, 50 (5), 277–285.
23. Itani OS, El Haddad R, Kalra A (2020) Exploring the role of extrovert introvert customers' personality prototype as a driver of customer engagement: Does relationship duration matter? Journal of Retailing and Consumer Services, 53 (44), 101-280.
24. Kalra, Ashish & Itani, Omar.S, (2023), Can salespeople use social media to enhance brand awareness and sales performance? The role of manager empowerment and creativity, Department of Marketing, School of Business Administration, University of Dayton, Ohio, USA, 12 (60), 123-432.
25. Kinawy, Reem, (2024), student evaluation of teaching in higher education a foucus on the impact of social media E-word of mouth, aran international journal of information technology and data, college og business administration, gulf university for science and technology, Kuwait, 4 (1), 7-16.
26. Lagoudakis, Katherine Harris, (2023), The effect of online shopping channels on brand choice, product exploration and price elasticities, International

Journal of Industrial Organization, , Department of Economics, fowa State University, 67 (12), 123-230.
27. Lee ZWY, Chan TKH, Chong A Y-L, Thadani DR (2019) Customer engagement through Omni channel retailing: The effects of channel integration quality. Industrial Marketing Management, 77 (12), 90-101.
28. Liao, Junyon Xuebing, (2020), Examining knowledge contribution in firm versus consumer hosted virtual brand community , journal of electronic commerce research and applications, university of finance and economics, China, 41 (4), 33-44.
29. Mahmoud, Mohamed Sayed Bakr, (2018), Analyzing the relationship between brand experience determinants and customer loyalty , faculty of commerce, business adminstration department, Cairo university, 3 (8), 10-17.
30. Molinillo S, Anaya-Sanchez R, Liebana-Cabanillas F (2019) Analyzing the effect of social support and community factors on customer engagement and its impact on loyalty behaviors toward social commerce websites. Computers in Human Behavior, journal of business, MIB college of business, Italy, 12 (33), 345-650.
31. Moussa, M. H, Ibrahim, M. M. (2021) Studying the Relationship between Humorous Advertising and Consumer Purchasing Decision. A Mediation Analysis of Brand Awareness Scientific Journal for Economic& Commerce, 55(13), 123-345.
32. Mungunia, Penina & Reio, Thomas, (2005), If e-learners get there will they stay? The role of e-learning self efficacy, University of Arkansas, 1110-1115.
33. Nakhil, Rania Farouk, (2019), Understanding brand loyalty from the consumer perspective: An exploratory study targeting social networking services in Egypt , Faculty of Applied arts, Helwan university, 32(16), 70-74.
34. Park, Sung Yul, (2009), An analysis of technology acceptance model in understanding university students behavioral intention to use e-learning, journal of educational technology & socity, normal university, Taiwan, 12(3), 150-162.
35. Putri, Tiara Sari; Rokh, Eddy Prabowo, (2024), The influence of brand image, brand awareness and brand trust on Samsung smartphone purchase decisions, journal of business, faculty of economics and business, Stikubank university, Semarang, 13 (1), 35-97.
36. Qutteina, Yara, Nasrallah, Catherine & Kimmel, Linda, (2019), Relationship between social media use and disordered eating behavior among female university students in Qatar, Journal of health and social sciences, 4(1), 59-72.
37. Ramzi, Djabdallah; Abdelkader, kholoud ElBekri, (2024), Commercial advertising Algorithms and guiding algirian consumer behavior through social media: study on a sample of TIKTOK users in Algeria, the magazine of

research and economy, faculty of economic scince and commerce, Zayan Ashour university, Algeria, 6(2), 298-315.

38. Sayed, Ahmed Ragab; Sadek, Heba Hassan; Elsagheir, Niveen Mohamed, (2021), The effect of green brand knowledge and trust on consumer's purchasing intention: the mediation role of attitude towards green brands Egypt case, journal of Alexandria university, faculty of commerce, Alexandria university, 58 (5), 61-101.
39. Simona, Gilok Choi, (2013), Applying the Technology Acceptance Model to Social Networking Sites (SNS): Impact of Subjective Norm and Social Capital on the Acceptance of SNS, International journal of human computer, USA, 10(29), 1-322.
40. Siti, Z, H, Astri, Y, (2022) The role of social media in building shopping value, customer trust, and customer engagement, Operations Management and Information System Studies, 2 (1), 48-59.
41. Tomas, Kliestik; Kovalova, Erika; Lazaroui, George, (2022), Cognitive Decision-Making Algorithms in Data-driven Retail Intelligence: Consumer Sentiments, Choices and Shopping Behaviors, Journal of Self-Governance and Management Economics, 33 (12), 236-347.
42. Zhou, Ying & Huang, Wenmin, (2023), The influence of network anchor traits on shopping intentions in a live streaming marketing context: The mediating role of value perception and the moderating role of consumer involvement, journal pre-proof, Economic Analysis and Policy, Australia university, 55(43), 160-173.
43. Zollo, Lamberto, Filieri, Rafaele & Rialti, Riccardo, (2020), Unpacking the relationship between social media marketing and brand equity: The mediating role of consumer's benefits and experience, journal of business research, university of Florence, Italy, 117(32), 256-267.

تأثير الاتصالات التسويقية الرقمية على نية الشراء : دراسة تطبيقية على عملاء شركات مستحضرات التجميل في مصر

The Impact of Digital Marketing Communications on Purchase Intention - An Applied Study on Customers of Cosmetics Companies in Egypt

ا.د.طلعت أسعد عبد الحميد *

نهال احمد عبد الرحمن احمد **

ا.م.د. محمد فوزى البردان ***

(*) ا.د.طلعت أسعد عبد الحميد : أستاذ التسويق، كلية التجارة، جامعة المنصورة

Email: tasaad44@gmail.com

(**)نهال أحمد عبدالرحمن: مدرس مُساعد بقسم إدارة الأعمال معهد أكتوبر العالي الهندسة والتكنولوجيا

Email: nehalbadawy2016@gmail.com

(***) أ.م. د. محمد فوزى البردان : أستاذ مساعد بقسم إدارة الأعمال، كلية التجارة، جامعة مدينة السادات

Email: mfawzy1020@gmail.com

مستخلص

يهدف البحث إلي تحديد العلاقة بين الاتصالات التسويقية الرقمية ونية الشراء دراسة تطبيقية علي عملاء شركات مستحضرات التجميل، وتم إعداد قائمة استقصاء وقد تم تصميم القائمة باستخدام Google Form وتوزيعها علي عينة ٣٩٦ مفردة من عملاء شركات مستحضرات التجميل في مصر، وتم إجراء التحليل الاحصائي لبيانات البحث باستخدام عدد من الأساليب والاختبارات الإحصائية الملائمة لطبيعة البيانات، واعتمد الباحثون على أسلوب تحليل المسار لاختبار الفروض باستخدام برنامج (Warp PLS.6) ويعتمد هذا البرنامج على نموذجين وهما القياسي والهيكلي. وتوصل البحث لعدة نتائج كان أهمها توجد علاقة ذو دلالة إحصائية للتسوق عبر وسائل البريد الالكتروني والتسوق عبر الكلمة المنطوقة الكترونياً على نية الشراء، وكذلك توجد علاقة ذو دلالة إحصائية للتسوق عبر الكلمة المنطوقة الكترونياً على نية إعادة الشراء.

الكلمات المُفتاحية: الاتصالات التسويقية الرقمية، نية الشراء، عملاء شركات مستحضرات التجميل في مصر.

Abstract:

The aim of the current research is to determine the relationship between digital marketing communications and the intention to purchase an applied study on customers of cosmetics companies, a survey list was prepared, the list was designed using Google Form and distributed to a sample of 396 individual customers of cosmetics companies in Egypt, statistical analysis of research data was carried out using a number of statistical methods and tests appropriate to the nature of the data, and the researchers relied on the method of path analysis to test hypotheses using the program (Warp PLS.6) this program is based on two models namely Standard and structural.

The research came to several results, the most important of which is there is a statistically significant relationship to shopping via e-mail and shopping via the spoken word electronically on the intention of purchase, as well as there is a statistically significant relationship to shopping via the spoken word electronically on the intention of repurchase.

Keywords: Digital Marketing Communications, purchase intention, Customers of Cosmetics Companies in Egypt.

مقدمة:

تعكس الاتصالات التسويقية الرقمية استخدام الشبكات الرقمية ومحطات الوسائط المتعددة التفاعلية كوسائط، مع الأخذ في الاعتبار شخصية العلامة التجارية كمفهوم أساسي، من أجل تعزيز وتطوير العلاقات التجارية وتحفيز نية الشراء لدي العملاء **(Lai & Lin, 2021)**. وبالنظر إلى التنافس الشديد الموجود داخل السوق بين مختلف العلامات التجارية العاملة في مجال واحد، فإن المنظمات تسعي دائماً إلى تعزيز ظهورها على المنصات الرقمية **(عبد الحميد، ٢٠٢٢)**.

وأصبح التوجه نحو العملاء محدد رئيسي لنجاح المنظمات ومحور اهتمامها في مواجهة المنافسة الشديدة. ونظراً للتقدم السريع في التكنولوجيا والتأثير الواسع للابتكارات الرقمية التي تغلغلت بقوة في جميع مجالات الحياة، وحققت انجازات كبيرة في ابتكار أدوات وآليات وأساليب جديدة، وتحولت أساليب التسويق التقليدية إلى التسويق الرقمي، وأصبح التسويق من خلال أدوات اتصال تسويقية رقمية متعددة ومتنوعة وشبكات أوسع وأجهزة جديدة مثل: وسائل التواصل الاجتماعي، والبريد الإلكتروني، ومحركات البحث المختلفة وغيرها، مما يمنح العملاء تحكمًا أكبر وخيارات أسهل ونهجًا أكثر واقعية وأقل تكلفة ومصدراً للميزة التنافسية في السوق. وتُسهل الاتصالات التسويقية الرقمية من خلال قنواتها المختلفة بناء الثقة بين العميل والعلامة التجارية للمنظمة **(عشري، ٢٠٢٢)**. وتساعد الأدوات التسويقية الرقمية المسوقين على التخطيط للاستخدام الفعال لقنوات التواصل عبر الوسائط الرقمية مثل إجراء أبحاث السوق، والترويج للمنتجات، والتواصل مع العملاء أثناء وبعد عملية الشراء، ومساعدة العملاء على المقارنة بين المنتجات وتحفيز نية الشراء لديهم ومن ثم اتخاذ قرار الشراء النهائي **(Charan, 2014)**. وبناءً على ما سبق، يهدف هذا البحث إلى التعرف على طبيعة العلاقة بين الاتصالات التسويقية الرقمية ونية الشراء لدي عملاء شركات مستحضرات التجميل في مصر.

أولًا: الاطار النظري لمتغيرات البحث والدراسات السابقة:

تم تقسيم الإطار النظري لمتغيرات البحث والدراسات السابقة إلى ثلاثة أقسام أساسية طبقاً لمتغيرات البحث وهي:

١- الاتصالات التسويقية الرقمية:

عرف (عيسي ومراد، ٢٠٢٢) الاتصالات التسويقية الرقمية بأنها "التواصل والتفاعل المباشر بين المؤسسة والعملاء عبر الوسائط الرقمية". وأشار (**Lin Yu, 2021**) إلي الاتصالات التسويقية الرقمية بأنها استخدام الشبكات الرقمية ومحطات الوسائط المتعددة التفاعلية كوسائط، وكمفهوم أساسي، ذكاء العلامة التجارية، بهدف تجميع وتحسين العلاقات التجارية، وتلبية احتياجات العملاء في أي وقت وفي أي مكان. كما عرف كلاً من (**Zaki & Neely, 2019**) الاتصالات التسويقية الرقمية بأنها طريقة الاتصال التي تتبناها المنظمات للتأثير على عملائها لشراء السلع أو الخدمات التي تقدمها. في حين عرف كل من (**Ližbetinová L. et al,. 2019**) الاتصالات التسويقية الرقمية علي أنها "مجموعة من الأنشطة التي تتم من خلال الأفراد والمنظمات بهدف تشكيل عملية المبادلة في السوق في ظل بيئة تسويقية متغيرة باستمرار".

- أبعاد الاتصالات التسويقية الرقمية:

تم الاعتماد علي الأبعاد التالية لاستخدام أدوات الاتصالات التسويقية الرقمية (التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، التسويق عبر البريد الالكتروني، التسويق عبر محركات البحث، التسويق عبر الكلمة المنطوقة إلكترونياً)، ويرجع السبب الرئيسي لاعتماد هذه الأبعاد هو مساهمة هذه الأدوات علي تحفيز نية الشراء. (**محمد، ٢٠٢٠; عبد الحميد، ٢٠٢٢; لعبيدي، ٢٠٢٢;** (Patrutiu-Baltes, 2016; Smith, 2011; Kyei, et al,. 2022; Kapustina, 2021)).

وهدفت دراسة (**Lawton & Gregor, 2003**) إلي التعرف علي دور الإنترنت في الاتصالات التسويقية وتصور التكامل والتفاعل في هذا السياق. وتوضح ثلاث دراسات حالة مصغرة لشركات كبيرة في صناعة السلع الاستهلاكية سريعة الحركة تطبيق الأطر المطورة لفهم التكامل والتفاعل. وتوصلت الدراسة إلي أن هناك عدم يقين بشأن قيمة الإنترنت كقناة اتصال واستخدام

الأدوات التفاعلية. بينما هدفت دراسة (**Dahiya & Gayatri, 2017**) فهم تأثير الاتصالات التسويقية الرقمية على عملية قرار شراء المستهلك في سوق سيارات الركاب الهندي. وتوصلت الدراسة إلي أن الاتصالات التسويقية الرقمية قادرة حتى على إثارة الاعتراف بالحاجة في فئة المنتجات عالية المشاركة مثل السيارة، كما توصلت الدراسة أيضاً إلي أن المستهلكين يشعرون بالإيجابية تجاه الاتصالات الرقمية، ويتأثرون بتعليقات العملاء الآخرين ويعبرون عن مشاعرهم بعد الشراء عبر المنصات الرقمية. وأخيراً توصلت الدراسة إلي أنه على الرغم من تقدير العملاء لاستخدام القنوات الرقمية طوال رحلة اتخاذ القرار، إلا أنهم لا يزالون لا يحجزون سيارة عبر الإنترنت.

وأيضاً هدفت دراسة (**Rizaldi & Hidayat, 2020**) إلي معرفة تأثير استراتيجيات الاتصالات التسويقية الرقمية على زيادة المبيعات وعدد العملاء. وتوصلت الدراسة إلي أن الاتصالات التسويقية الرقمية تُستخدم في نظام التسويق لوحدة الأعمال لزيادة حجم المبيعات وعدد العملاء الذي يؤثر على القدرة التنافسية في المنافسة العالمية. كما هدفت دراسة (**عبد الحميد، ٢٠٢٢**) إلي التعرف على فاعلية الاتصالات التسويقية الرقمية للمنظمات الخدمية في تعزيز ولاء الجمهور للمنظمة، وتحقيق الميزة التنافسية لها، بالتطبيق على عينة من شركات التأمين والبنوك العاملة في مصر، وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها ما يلي: وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين طبيعة استجابة المبحوثين للاتصالات التسويقية الرقمية بالمنظمات محل الدراسة، ودرجة رضاهم عن المنظمات وخدماتها، وأيضاً توجد علاقة ارتباطية بين استخدام المنظمات للاتصالات التسويقية الرقمية للتواصل مع الجمهور، وتقييمهم نحو فاعليتها في تعزيز ولاء الجمهور، وتحقيق الميزة التنافسية من وجهة نظرهم. كذلك هدفت دراسة (**عيسي، ٢٠٢٢**) إلى اختبار طبيعة تأثير الاتصالات التسويقية الرقمية بأدواتها المتمثلة في: التسويق عبر الأنترنت، التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، التسوق عبر الهواتف المحمولة، والكلمة المنطوقة الإلكترونية، على ولاء العملاء لعلامة صومام. وتوصلت الدراسة إلى أن الاتصالات التسويقية

الرقمية لها تأثير إيجابي على ولاء العملاء لعلامة صومام، مع وجود تأثير إيجابي لكل من التسوق عبر الانترنت، التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، والكلمة المنطوقة الإلكترونية.

٢- نية الشراء:

تُعبر النوايا الشرائية عن الاستعداد الداخلى لشراء منتج ما يتبع علامة تجارية بعينها. وهذا الاستعداد لا يتوافر ببساطة، بل ينتج من خلال عملية معقدة تتطلب إدراك وجود حاجة لدى المستهلك، المنفعة المدركة للمنتج من خلال تقدير قدرته على إشباع هذه الحاجة بالطريقة المناسبة، والثقة فى العلامة التجارية، وكلها عوامل تشير إلى توافر مناخ ملائم للتهيئة النفسية لخلق الاستعداد للشراء (**Shao et al., 2015**). ويمكن التعبير عن نوايا الشراء بعدة طرق، مثل: "سأشتري هذا المنتج"، "أنوي شراء هذا المنتج"، "أريد شراء هذا المنتج"، "أنوي شراء هذا المنتج"، "أنوي شراء هذا المنتج"، "سأشتري هذا المنتج" (**Keni, et al., 2019**). إلا أن فَرقَ كل من (**البنا وآخرون، ٢٠١٧**) بين التجاهات ونية الشراء، في أنه يمكن اعتبار الاتجاهات علي أنها تقييم مختصر، أما نية الشراء فتعتبر انعكاس للدوافع. بمعني أنها خطوة يبذل بها العميل الكثير من الجهود لاتخاذ القرار الشرائي المناسب له، وبالتالي تُعد نية الشراء سلوكاً للعميل يمكن توقعه علي اتخاذ قرار الشراء في المستقبل للمنتج. وتُعد نية إعادة الشراء عاملاً مهمًا في ربحية المؤسسة على المدى الطويل، وسلوك إعادة الشراء أكثر تفضيلًا من نية الشراء لأنه يشير إلى استمرار عمليات الشراء في المستقبل (**Savila, et al., 2019**)، كما يُعد رضا العملاء أحد أكثر الأبعاد تأثيراً في تكرار الشراء (**Nguyen, et al., 2019**).

أبعاد نية الشراء:

تم قياس هذا المتغير بالاعتماد علي المقاييس التي قدمتها دراسة كل من (**موسي، ٢٠٢٢; بدر الدين، ٢٠٢٢; Chaudhary, et al,. 2021**)، وهو المقياس الأكثر استخداماً في الدراسات السابقة، حيث قامت الباحثة من خلال الاعتماد علي هذا المقياس بتصميم مقياس ملائم لمجال الدراسة (عملاء شركات مستحضرات التجميل في مصر).

هدفت دراسة **(ديوب وخضر، ٢٠١٥)** إلي التعرف على المعوقات التي تمنع وتؤثر في نية العملاء بالشراء الإلكتروني وأيضاً التعرف علي العوامل التي تُعيق استخدام التسويق عبر الإنترنت من قبل العملاء. وتوصلت الدراسة إلي عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين (البنية التحتية للإنترنت، المخاطر المتوقعة، عدم الثقة بالتسويق عبر الإنترنت، التشريعات والقوانين) وبين النية في الشراء الإلكتروني، بينما توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ضعف الخبرة والوعي بالتسويق عبر الإنترنت والنية في الشراء الإلكتروني. كما هدفت دراسة **(أحمد، ٢٠١٨)** إلي معرفة أثر التسويق الوردي على قرار الشراء بدراسة العوامل التي تؤثر في نية وقرار شراء النساء لمستحضرات التجميل. وتوصلت الدراسة إلي عدم وجود علاقة إيجابية للتسويق الوردي وقرار الشراء من خلال العوامل المتمثلة في (صورة العلامة التجارية، التسعير، ميزات المنتج) أي أن هذه العوامل لا تؤثر في قرار شراء المرأة في السودان. كما هدفت دراسة **(Ungarala, 2021)** إلي تأثير تجربة العلامة التجارية علي نية الشراء والولاء للعلامة التجارية لمستحضرات التجميل الفاخرة والدور الوسيط لمفهوم الذات مع التركيز علي المستهلكين الإناث. وتوصلت الدراسة إلي أن تجربة العلامة التجارية تؤثر بشكل معنوي علي نية الشراء والولاء للعلامة التجارية. كذلك هدفت دراسة **(حساني، ٢٠٢٢)** إلي اختبار دور الثقة في العلامة التجارية كمتغير وسيط في العلاقة بين تجربة العلامة التجارية وصورتها علي النوايا الشرائية. وتوصلت الدراسة إلي أن الثقة في العلامة التجارية لها تأثير وسيط في العلاقة بين تجربة العلامة التجارية والنوايا الشرائية، كما أن لدي الثقة في العلامة التجارية تأثير وسيط في العلاقة بين صورة العلامة التجارية والنوايا الشرائية.

٣- دراسات تناولت العلاقة بين الاتصالات التسويقية الرقمية ونية الشراء:

هدفت دراسة **(النسور وآخرون، ٢٠١٦)** إلي اختبار أثر التسويق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي من خلال بعدي محتوى الشركة ومحتوى المستخدم على نية الشراء في الاردن. وتوصلت الدراسة إلي وجود اثر للتسويق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على نية الشراء، ووجود أثر ذو دلالة إحصائية لمحتوى الشركة في وسائل التواصل الاجتماعي على نية الشراء، ووجود أثر ذو دلالة إحصائية لمحتوى المستخدم في وسائل التواصل الاجتماعي على نية الشراء.

ومن ناحية أخري هدفت دراسة (**بسيط، ٢٠٢٠**) إلي تحديد تأثير التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي علي نية الشراء لخدمات شركات الهاتف المحمول في مصر مع دراسة الدور الوسيط للوعي بالعلامة التجارية والكلمة المنطوقة إلكترونياً. وتوصلت الدراسة إلي وجو د تأثير إيجابي للتسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي علي الوعي بالعلامة التجارية، والكلمة المنطوقة الكترونيا ونية الشراء للعلامة التجارية، كما توصلت الدراسة إلي وجود تأثير إيجابي للوعي بالعلامة التجارية علي الكلمة المنطوقة إلكترونياً، ونية الشراء، وأخيراً هناك تأثير إيجابي للكلمة المنطوقة إلكترونياً علي نية الشراء للعلامة التجارية. كما هدفت دراسة (**Al Abed, 2022**) إلى تقديم نظرة شاملة على خصائص التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي التي تؤثر على نية شراء العملاء. وتوصلت الدراسة إلي أن التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي له تأثير إيجابي معنوي على نية الشراء، حيث كانت إمكانية الوصول هي الأعلى، كما توسطت حقوق ملكية العلامة التجارية في العلاقة بين التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي ونية الشراء. وأيضاً هدفت دراسة (**موسي، ٢٠٢٢**) إلي بناء واختبار مقترح للعلاقة بين جودة الموقع الالكتروني وثقة العملاء فيه ونواياهم للشراء الالكتروني منه بالتطبيق علي العملاء عبر مواقع الشراء الالكتروني في جمهورية مصر العربية. وتوصلت الدراسة إلي وجود علاقة إيجابية معنوية بين ثقة العملاء في الموقع الالكتروني ونواياهم الشرائي الالكتروني منه، وأنه توجد علاقة إيجابية معنوية بين جودة الموقع الالكتروني ونوايا العملاء للشراء الالكتروني منه. كذلك هدفت دراسة (**الشعراوي، ٢٠٢٣**) إلي تحديد دور قيمة العلامة التجارية كمتغير وسيط في العلاقة بين التسويق الرقمي ونية الشراء. وتوصلت الدراسة إلي وجود علاقة طردية بين التسويق الرقمي ونية الشراء، ووجود أثر إيجابي لتطبيق التسويق الرقمي علي نية الشراء، وأيضاً وجود أثر إيجابي للعلامة التجارية علي نية الشراء، ووجود تأثير إيجابي للتسويق الرقمي علي نية الشراء في ظل تحسين قيمة العلامة التجارية. كما تناولت دراسة (**Negm & Mohamed, 2023**) التحقق في تأثير وسائل التواصل الاجتماعي علي ملكية العلامات التجارية للأزياء السريعة مما يؤدي إلي نية الشراء. وتوصلت الدراسة إلي أن تفاعل محتوي الوسائط الاجتماعية ومصداقية وسائل التواصل الاجتماعي لهما تأثير علي ملكية العلامة التجارية. كما أن

ملكية العلامة التجارية تؤدي إلي نوايا شراء الأزياء. وأخيراً هدفت دراسة **(نور الدين وآخرون، ٢٠٢٣)** قياس الأثر غير المباشر للكلمة المنطوقة إلكترونياً علي نية شراء العملاء للسيارات الكهربائية في مصر من خلال ثقة العلامة التجارية كوسيط استناداً إلي نظرية السلوك المخطط. وتوصلت الدراسة إلي أن الكلمة المنطوقة إلكترونياً تؤثر إيجابياً علي نية شراء العملاء للسيارات الكهربائية في مصر من خلال وساطة جزئية لثقة العلامة التجارية، حيث أن المعلومات الإيجابية عن السيارات الكهربائية في الكلمة المنطوقة إلكترونياً تُعزز من نية شراء العملاء وذلك من خلال علامة تجارية جديرة بالثقة لدي عملائها.

وقد استخلص الباحثين من مراجعة الدراسات السابقة ما يلي:

١- ندرة الدراسات السابقة – في حدود علم الباحثين – التى تناولت العلاقة بين الاتصالات التسويقية الرقمية ونية الشراء بالتطبيق على عملاء شركات مستحضرات التجميل في مصر، وهو الأمر التي تبنته الدراسة الحالية (الفجوة البحثية) .

٢- اختلفت الدراسات السابقة في تناولها الاتصالات التسويقية من وجهه نظر باحثيها، لذلك قام الباحثين بتبني الأبعاد المتمثلة في: عبر وسائل التواصل الاجتماعي، عبر البريد الالكتروني، التسوق عبر محركات البحث، التسوق عبر الكلمة المنطوق الكترونياً، وهي الأبعاد الأكثر تكراراً وشمولية وملاءمة لطبيعة مجال تطبيق الدراسة في معظم الدراسات السابقة .

٣- وجود قصوراً واضحاً في تناول الدراسات العربية لموضوع الدراسة، الأمر الذي دفع الباحثين لإجراء هذه الدراسة في بيئة عربية، وذلك بالتطبيق على عملاء شركات مستحضرات التجميل في مصر.

٤- اهتمت الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين متغيرات الدراسة (الاتصالات التسويقية الرقمية، ونية الشراء) بالتطبيق على مجالات مختلفة مثل: (شركات الاتصالات، البنوك، الجامعات، المطاعم)، ولم تهتم بتناول التطبيق على عملاء شركات مستحضرات التجميل في مصر.

مشكلة البحث:

تُعد الاتصالات التسويقية الرقمية أحد أكثر القنوات حداثةً وسرعةً في التواصل مع العملاء. وذلك لأن العملاء يمكنهم الحصول على المعلومات التي يحتاجون إليها في أي وقت وفي أي مكان، ولأنها تتيح للمنظمات والعملاء فرصة التفاعل المباشر على نطاق واسع مع بعضهم البعض. ولم يعد العملاء اليوم مجرد متلقين للرسائل، بل أصبحوا مشاركين في عملية التواصل، حيث يمكنهم من خلال التقنيات الرقمية المختلفة التفاعل مع العلامة التجارية للمؤسسة التي هم على وشك الشراء منها. وتماشياً مع ذلك تحتاج شركات مستحضرات التجميل العاملة في مصر إلى تطوير علامات تجارية مميزة ومرغوبة وطويلة الأمد من خلال تحديد نقاط التمايز لعلاماتها التجارية لتبرز في سوق مستحضرات التجميل. وللقيام بذلك، يجب استكشاف شخصية العلامة التجارية وتفضيلات العملاء لتلك الشخصية للمساعدة في تطوير العلامة التجارية وتحقيق رضا العملاء وتحفيزهم على الشراء (**ELsheikh, 2021**).

بالإضافة إلى ذلك، فإن بعض عملاء مستحضرات التجميل يفتقدون الرغبة أو النية للشراء من خلال القنوات التقليدية ويرغبون في الشراء من خلال الاتصالات التسويقية الرقمية، لذلك يجب الانتباه إلى تغيير السلوك الشرائي والنوايا الشرائية. وفي ضوء الدراسات السابقة حول موضوع هذه الدراسة والبحث الذي أجرته الباحثة فإن مشكلة البحث تتمثل في ضرورة التعرف على العلاقة بين الاتصالات التسويقية الرقمية ونية الشراء لدي عملاء مستحضرات التجميل، ويُمكن التعبير عن مشكلة البحث في التساؤلات التالية:

(١) ما مدي إدراك عملاء شركات مستحضرات التجميل الخاضعين للدراسة لمفهوم وأهمية الاتصالات التسويقية الرقمية؟

(٢) هل يوجد اختلاف بين عملاء شركات مستحضرات التجميل الخاضعين للدراسة من حيث إدرك العلاقة بين الاتصالات التسويقية الرقمية ونية الشراء (نية الشراء، نية إعادة الشراء)؟

(٣) ما هي العلاقة بين الاتصالات التسويقية الرقمية ونية الشراء لعملاء شركات مستحضرات التجميل محل الدراسة؟

أهداف البحث:

يسعي البحث الحالي إلى تحقيق الأهداف التالية:

(١) التعرف علي مدي إدراك عملاء شركات مستحضرات التجميل الخاضعين للبحث لمفهوم وأهمية (الاتصالات التسويقية الرقمية، ونية الشراء).

(٢) الكشف عن طبيعة العلاقة بين الاتصالات التسويقية الرقمية (التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي – التسوق عبر البريد الالكتروني – التسوق عبر محركات البحث – التسوق عبر الكلمة المنطوقة الكترونياً) ونية الشراء لعملاء شركات مستحضرات التجميل الخاضعين للبحث.

فروض البحث:

يتمثل الفرض الرئيسي للبحث في أنه: "**لا توجد علاقة ذو دلالة إحصائية بين الاتصالات التسويقية الرقمية ونية الشراء لدي عملاء شركات مستحضرات التجميل الخاضعين للدراسة**". ويتفرع من هذا الفرض الفروض الفرعية التالية:

- "لا توجد علاقة ذو دلالة إحصائية بين الاتصالات التسويقية الرقمية (التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي – التسوق عبر البريد الالكتروني – التسوق عبر محركات البحث – التسوق عبر الكلمة المنطوقة الكترونياً) ونية الشراء.
- "لا توجد علاقة ذو دلالة إحصائية بين الاتصالات التسويقية الرقمية (التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي – التسوق عبر البريد الالكتروني – التسوق عبر محركات البحث – التسوق عبر الكلمة المنطوقة الكترونياً) ونية إعادة الشراء".

أهمية البحث:

تتمثل أهمية البحث الحالي في التعرف علي طبيعة العلاقة بين الاتصالات التسويقية الرقمية ونية الشراء لدي عملاء شركات مستحضرات التجميل في مصر، ويُمكن توضيح أهمية هذا البحث على النحو التالي:

الأهمية العلمية: وتتمثل في الآتي:

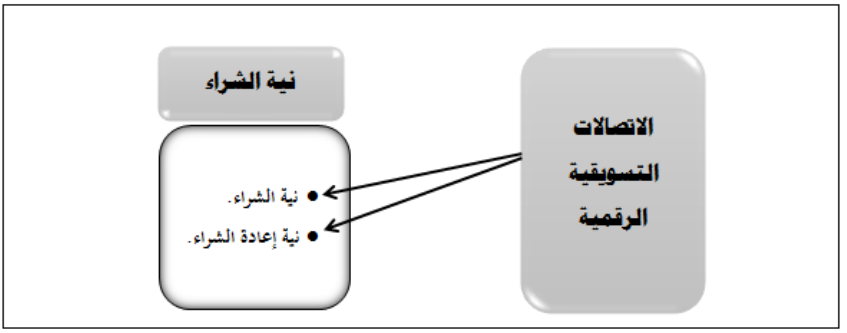
- المساهمة في التأصيل النظري للاتصالات التسويقية الرقمية، ونوايا الشراء لدي عملاء شركات مستحضرات التجميل.
- المساهمة في تحديد طبيعة العلاقة بين الاتصالات التسويقية الرقمية ونية الشراء لدي عملاء شركات مستحضرات التجميل.
- يُعد هذا البحث امتداداً للجهود المبذولة في القضايا الخاصة بالتسويق، والتي تُمثل إضافة للكتابات العلمية، حيث يتعرض لدراسة وتحليل العلاقة بين الاتصالات التسويقية الرقمية ونية الشراء لعملاء شركات مستحضرات التجميل.

الأهمية التطبيقية: وتتمثل في الآتي:

- حداثة موضوع البحث من حيث التطبيق، حيث يُعد هذا البحث من الدراسات القليلة المهتمة بتطبيق الاتصالات التسويقية الرقمية وعلاقتها بنية الشراء بالتطبيق على عملاء شركات مستحضرات التجميل في مصر.
- أن الشركات – وخاصة شركات مستحضرات التجميل – تعمل في أغلب الأحيان في بيئة تنافسية متغيرة، وعليه يكون من الضروري أن تبحث هذه الشركات الأدوات والوسائل الحديثة التي تساعدها في تسويق منتجاتها.
- يعتبر سوق صناعة مستحضرات التجميل في مصر، من أهم المجالات التي يُمكن استثمار الأموال فيه؛ وذلك بسبب الأرباح الكبيرة التي يحققها. أيضاً النجاح المضمون والتي تصل نسبته إلى ١٠٠% في بعض المشاريع (**https://www.gate-academy-eg.com/uncategorized**).
- شهدت صناعة مستحضرات التجميل في مصر طفرة كبيرة في الصادرات خلال عام ٢٠٢٢م بزيادة بلغت ٢.٨%، وتفتخر الشركة المصرية لمستحضرات التجميل كونها أكبر مصنّع لمستحضرات التجميل بمساهمتها في زيادة الصادرات المصرية، وتواصل عملها بصناعة المزيد من المنتجات المصرية بمواصفات عالمية وزيادة الصادرات بنسبة أكبر خلال عام ٢٠٢٣م (**https://www.Ecc.hub.com**).

- نموذج البحث:

بناءاً علي الدراسات السابقة، يُمكن عرض نموذج البحث الحالي:



شكل رقم (١) النموذج المقترح للبحث

* المصدر: إعداد الباحثين بناءعلى نتائج الدراسات السابقة.

حدود البحث:

١) حدود مكانية: اقتصر البحث الحالي علي عملاء شركات مستحضرات التجميل في مصر من (الإناث)، من الفئات العمرية المختلفة، المستوي التعليمي المختلف، مستوى الدخل.

٢) حدود زمنية: تم تجميع البيانات الأولية اللازمة للبحث الميدانية خلال الفترة من (٢٠٢٤/٦/١م) إلى (٢٠٢٤/٩/٣٠م) وهي الفترة التي استغرقتها عملية جمع البيانات من خلال أسلوب الاستقصاء.

٣) حدود خاصة بموضوع البحث: تناول البحث الحالي مفهوم الاتصالات التسويقية الرقمية (التسوق عبر مواق التواصل الاجتماعي، التسوق عبر البريد الإلكتروني، التسوق عبر محركات البحث، والتسوق عبر الكلمة المنطوقة إلكترونياً)، نية الشراء (نية الشراء، إعادة نية الشراء).

منهج وتصميم البحث:

اعتمد هذا البحث علي نوعين من البيانات اللازمة لتحقيق أهدافه، ويُمكن توضيح ذلك علي النحو التالي:

(١) البيانات الأولية:

تمثلت مصادر هذا النوع من البيانات علي إعداد قائمة استقصاء بصفة أساسية وتوجيهها إلي عينة البحث من عملاء شركات مستحضرات التجميل من السيدات بمصر.

(٢) البيانات الثانوية:

تمثلت مصادر هذا النوع من البيانات بصفة أساسية في البحوث والدراسات التي شخصية العلامة، ونية الشراء لدي عملاء شركات مستحضرات التجميل من السيدات بمصر، والتي تم الحصول عليها من خلال الدراسات السابقة المتاحة سواءً المنشورة في مصر أو المتاحة من خلال شبكة المعلومات الدولية.

متغيرات البحث:

- المتغير المستقل: الاتصالات التسويقية الرقمية

اشتمل هذا المتغير علي أربعة أبعاد رئيسية هي (التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، التسوق عبر البريد الالكتروني، التسوق عبر محركات البحث، التسوق عبر الكلمة المنطوقة إلكترونياً)، وتم تصميم تلك المقايس اعتماداً علي المقاييس التي قدمتها دراسة كل من (محمد، ٢٠٢٢; عبد الحميد، ٢٠٢٢; جاسم، ٢٠١٩; عيسي، ٢٠٢٢; لعبيدي، ٢٠٢٢; **Kyei, et al., 2022; Kapustina, 2021**)، وهو المقياس الأكثر استخداماً في الدراسات السابقة التي أثبت صدقه وثباته، حيث تم من خلال الاعتماد علي هذا المقياس تصميم مقياس ملائم لمجال البحث (عملاء شركات مستحضرات التجميل في مصر).

- المتغير التابع: نية الشراء

تم قياس هذا المتغير بالاعتماد علي المقاييس التي قدمتها دراسة كل من (**موسي، ٢٠٢٢; بدر الدين، ٢٠٢٢; Chaudhary, et al,. 2021**)، وهو المقياس الأكثر استخداماً في الدراسات السابقة، حيث تم من خلال الاعتماد علي هذا المقياس تصميم مقياس ملائم لمجال البحث (عملاء شركات مستحضرات التجميل في مصر).

وقد تم استخدام مقياس ليكرت الخماسي في قياس متغيرات البحث الحالي، حيثُ صُمم هذا المقياس للتعرف علي قوة موافقة أو عدم موافقة المستقصي منه في عبارات قائمة الاستقصاء وذلك من خلال مقياس مكون من خمس درجات وهي (موافق تماماً، موافق، محايد، غير موفق، غير موافق تماماً) **(Sekaran, 2016)**.

مجتمع وعينة البحث:

تمثل مجتمع البحث في عملاء شركات مستحضرات التجميل في مصر، ويبلغ الحد الأدنى لعدد مفردات العينة ٣٨٤ مفردة وهذا هو الحجم الملائم في حالة المجتمع غير المحدود وفقا إلى (**STAT 2,Decision Analyst**)، وتم إعداد القائمة باستخدام **Google Doc** وتم طرحها على .**Google Drive**.

وقام الباحثون باستخدام عينة الإنترنت الاعتراضية (عينة النهر)، إن عينة النهر تُنشأ باستخدام أي أجهزة أخرى عبر الإنترنت تدعو زوار الموقع للمشاركة في ملء الاستبيان. الـ"نهر" هو تدفق مستمر من زوار الموقع، وتلك الدعوات تأخذ الردود بشكل مجازي من نهر الإنترنت. وبالتالي، تعترض عينة النهر زوار الموقع، من جمهور المنتجات المستقصي عنها حتى باستخدام إجراءات اختيار عشوائية. . وإطار عينة النهر هو تدفق الزوار الذين يزورون الموقع الذي توجه من خلاله الدعوة، وتُعتبر عينات النهر عينات عشوائية من هذه الإطارات العينية طالما أن الدعوات ليست غير عادية من حيث المدة أو المظهر أو الصلة **(Burns & Veeck ,2020)**. وقد وصل عدد مفردات العينة إلي ٣٩٦ مفردة خلال المدة المحددة لجمع البيانات وهي تزيد عن الحد الأدني المفترض تجميعه ٣٨٤ مفردة.

جدول (١): مقاييس متغيرات البحث

المتغير	عدد العبارات	المقاييس التي تم الاعتماد عليها لإعداد قائمة الاستقصاء
الاتصالات التسويقية الرقمية	**٢٩**	(محمد، ٢٠٢٢; عبد الحميد، ٢٠٢٢; جاسم، ٢٠١٩; عيسي، ٢٠٢٢; لعبيدي، ٢٠٢٢; Kapustina, 2021 ;Kyei, et al., 2022).
نية الشراء	**١٣**	**(موسي، ٢٠٢٢; بدر الدين، ٢٠٢٢**; Chaudhary, et al,. 2021).

* **المصدر**: إعداد الباحثون اعتماداً على الدراسات العلمية المشار إليها.

تحليل البيانات والنتائج:

١. اعتمد الباحثون على أسلوب تحليل المسار لاختبار الفروض باستخدام برنامج Warp PLS.6 ويعتمد هذا البرنامج على نموذجين وهما القياسي والهيكلي ويمكن توضيحهما كما يلي: **تقييم نموذج القياس**

قام الباحثون في هذا الجزء باستخدام نموذج المعادلة الهيكلية Structural Equation Modeling (SEM)، للتأكد من الصدق البنائي لمقياس الدراسة، ومن صحة النموذج وصلاحيته، والتأكد من مطابقته لبيانات الدراسة قبل إجراء اختبار الفروض وذلك من خلال اتباع الخطوات التالية:

أ. تحديد اعتمادية معاملات التحميل Indicator loadings، ويتضح من جدول (٢) أن جميع معاملات التحميل مقبولة –حيث يرى (Hair et al., 2014) أن قيم معاملات التحميل المقبولة لابد أن تكون مساوية أو أكبر من ٠.٥٠.

ب. حساب معامل الثبات المركب (Composite Reliability) ومعامل ألفا كرونباخ (Cronbach's alpha) للوقوف على ثبات الاتساق الداخلي للمقياس. وكما هو موضح بجدول (٢) أظهرت نتائج اختبار الثبات أن معامل ألفا لكرونباخ لكل من الاتصالات التسويقية الرقمية ونية الشراء كان ٠.٨٥٠، ٠.٨٢٤ على الترتيب، ومن ثم فإن جميع معاملات ألفا لكرونباخ مقبولة حيث يرى (Hair et al., 2010) أن قيم ألفا المقبولة هي التي تتراوح من ٠.٦إلى٠.٧ في حين أن القيم أكبر من ٠.٧ يشير إلى درجة عالية من الاعتمادية على المقاييس المستخدمة. اما عن ثبات المكونات Composite Reliability(CR) فقد أظهرت نتائج التحليل الإحصائي والتي يوضحها جدول (٢) أن جميع قيم (CR) مقبولة –حيث يرى أن قيم (CR) المقبولة لابد أن تكون مساوية أو أكبر من ٠.٧٠(Hair et al., 2014).

ج. قياس الصدق التقاربي Convergent Validiity ويشير إلى المدى الذي تتقارب فيه العبارات التي تقيس البعد أو المتغير، أو يمكن تحميلها معاً على بعد أو متغير واحد، ويتم قياسه عن طريق متوسط التباين المستخرج (AVE) Average variance extracted،

والذي لابد أن تزيد قيمته عن ٠.٥٠ لكل بعد أو متغير يتم قياسه. وقد أظهرت نتائج التحليل الإحصائي والتي يوضحها الجدول رقم (٢) أن جميع قيم (AVE) مقبولة.

جدول رقم (٢): معاملات التحميل والثبات والصدق التقاربي

المتغير (Constract)	البعد	كود العبارة	الوسط Mean	الإنحراف المعياري S.D.	معاملات التحميل	معامل ألفا (α)	ثبات المكونات (CR)	الصدق التقاربي (AVE)
الاتصالات التسويقية الرقمية	التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي	SO1	4.51	.69168	(0.612)	0.732	0.810	0.516
		SO 2	4.35	.76391	(0.655)			
		SO3	4.16	.83033	(0.622)			
		SO4	4.33	.69355	(0.627)			
		SO5	4.15	.73175	(0.646)			
		SO6	4.49	.69526	(0.553)			
		SO7	4.42	.68667	(0.517)			
		SO8	4.39	.69779	(0.577)			
	التسوق عبر البريد الالكتروني	EM1	4.19	.77099	(0.605)	0.845	0.883	0.521
		EM2	4.13	.90803	(0.712)			
		EM3	4.19	.82492	(0.731)			
		EM4	4.14	.89171	(0.750)			
		EM5	4.01	.92358	(0.709)			
		EM6	4.09	.94008	(0.784)			
		EM7	4.14	.87636	(0.750)			

تابع جدول رقم (٢): معاملات التحميل والثبات والصدق التقاربي

المتغير (Constract)	البعد	كود العبارة	الوسط Mean	الإنحراف المعياري S.D.	معاملات التحميل	معامل ألفا (α)	ثبات المكونات (CR)	الصدق التقاربي (AVE)
الاتصالات التسويقية الرقمية	التسوق عبر محركات البحث	SE1	4.23	.75074	(0.569)	0.780	0.842	0.535
		SE2	4.38	.70967	(0.591)			
		SE3	3.82	1.08339	(0.551)			
		SE4	4.30	.83896	(0.715)			
		SE5	4.11	.92929	(0.727)			
		SE6	4.22	.83488	(0.693)			
		SE7	4.03	.94745	(0.742)			
	التسوق عبر الكلمة المنطوقة الكترونياً	WO1	4.33	.74115	(0.709)	0.734	0.815	0.698
		WO 2	4.26	.72782	(0.724)			
		WO3	4.32	.68972	(0.673)			
		WO4	4.33	.73948	(0.697)			
		WO5	4.45	2.02759	(0.585)			
		WO6	4.46	.68301	(0.600)			
		WO7	4.42	.72638	(0.616)			

نية الشراء	نية الشراء	PU1	4.29	.75239	(0.689)	0.776	0.843	0.537
		PU 2	4.34	.69533	(0.723)			
		PU 3	4.34	.73773	(0.668)			
		PU 4	4.34	.77180	(0.746)			
		PU 5	4.30	.70877	(0.689)			
		PU 6	4.07	.91405	(0.612)			
	نية إعادة الشراء	RE1	4.30	.72851	(0.733)	0.767	0.836	0.643
		RE 2	4.34	.68002	(0.730)			
		RE 3	4.30	.68993	(0.792)			
		RE 4	4.29	.72845	(0.731)			
		RE5	4.33	.66175	(0.670)			
		RE6	4.46	.62915	(0.639)			
		RE7	4.30	.91519	(0.563)			

* المصدر: من اعداد الباحثون اعتماداً على نتائج التحليل الاحصائي

د. الصدق التمايزي Discriminant Validity: ويشير إلى المدى الذي يكون فيه كل بعد أو كل متغير مختلف عن البعد أو المتغير الآخر، ويتم قياسه عن طريق الجذر التربيعي لمتوسط التباين المستخرج(Square root of AVE) ، حيث أنه لابد أن يزيد ارتباط البعد او المتغير بنفسه عن قيمه ارتباطه بباقي متغيرات الدراسة الأخرى. وقد أظهرت نتائج التحليل الإحصائي والتي يوضحها الجدول رقم (٣) أن جميع القيم مقبولة.

جدول رقم (٣)

مصفوفة الارتباط بين المتغيرات والجذر التربيعي لـ (AVE)

المتغيرات	التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي	التسوق عبر البريد الالكتروني	التسوق عبر محركات البحث	التسوق عبر الكلمة المنطوقة إلكترونياً	نية الشراء	نية إعادة الشراء
التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي	(0.593)					
التسوق عبر البريد الالكتروني	0.565	(0.722)				
التسوق عبر محركات البحث	0.519	0.634	(0.679)			
التسوق عبر الكلمة المنطوقة إلكترونياً	0.490	0.502	0.660	(0.631)		
نية الشراء	0.516	0.530	0.526	0.597	(0.688)	
نية إعادة الشراء	0.450	0.474	0.523	0.570	0.539	(0.708)

*** المصدر: من اعداد الباحثون اعتماداً على نتائج التحليل الاحصائي**

٢. النموذج الهيكلي واختبار الفروض:

قام الباحثون باستخدام البرنامج الإحصائي (Warp PLS.6) حيث تم صياغة نموذج الدراسة، وكذلك تم اختبار فروض الدراسة، ومعرفة معاملات المسار بين متغيرات الدراسة، ومستوي معنوية العلاقات المباشرة بين متغيرات الدراسة. وثبت معنوية النموذج حيث بلغ متوسط معامل المسار Average Path Coefficient APC ٠.١٩٦، ومتوسط معامل الارتباط Average R-squared ARS ٠.٤٣٨، ومتوسط التباين لمعامل التضخم Average Variance Inflation Factor AVIF ٢.١٣٢.

ويتضح في جدول رقم (٤) نتائج اختبار التحليل الاحصائي لنموذج الدراسة حيث يوضح، التأثير بين أبعاد الاتصالات التسويقية الرقمية وأبعاد نية الشراء:

جدول (٤): نتائج تحليل معاملات المسار

م	المتغير		قيمة معامل المسار المباشر β	مستوى المعنوية P . Value	حجم التأثير f^2	النتيجة
	المستقل	التابع				
الفرض الأول الفرعي	التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي	نية الشراء	0.069	0.085	0.080	قبول الفرض
	التسوق عبر البريد الالكتروني		0.141	0.002	0.110	رفض الفرض
	التسوق عبر محركات البحث		0.015	0.384	0.057	قبول الفرض
	التسوق عبر الكلمة المنطوقة الكترونياً		0.268	0.001>	0.251	رفض الفرض
الفرض الثاني الفرعي	التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي	نية إعادة الشراء	0.024	0.319	0.061	قبول الفرض
	التسوق عبر البريد الالكتروني		0.039	0.220	0.052	قبول الفرض
	التسوق عبر محركات البحث		0.069	0.082	0.099	قبول الفرض
	التسوق عبر الكلمة المنطوقة الكترونياً		0.143	0.002	0.183	رفض الفرض

***معنوية عند ٠.٠٠١　　* معنوى عند مستوى ٠.١**

*** المصدر: إعداد الباحثون اعتماداً على نتائج التحليل الإحصائي.**

ويتضح من الجدول السابق ما يلي:

أ) الفرض الأول الفرعي: يتضح من خلال نتائج التحليل الاحصائي صحة الفروض الخاصة بتأثيرات أبعاد الاتصالات التسويقية الرقمية (التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي –

التسوق عبر محركات البحث) على نية الشراء ما عدا التسوق عبر البريد الالكتروني و التسوق عبر الكلمة المنطوقة الكترونياً حيث أثبتت النتائج توجد علاقة ذو دلالة إحصائية للتسوق عبر وسائل البريد الالكتروني والتسوق عبر الكلمة المنطوقة الكترونياً على نية الشراء في مجتمع الدراسة الحالية وتم التوصل إلى أن كان التأثير الأكبر للنية الشراء في التسوق عبر الكلمة المنطوقة الكترونياً (β= ٠.٢٦٨ ، P. Value< ٠.٠٠١، كما يشير حجم التأثير (f^2 =٠.٢٥١) إلى حجم تأثير متوسط، يلي ذلك التسوق عبر البريد الاكتروني (β= ٠.١٤١، P. Value = ٠.٠٠٢ ، كما يشير حجم التأثير (f^2=٠.١١٠) إلى حجم تأثير صغير، أما فيما يتعلق بباقي الاتصالات التسويقية الرقمية فقد تم التوصل إلى أن كان التأثير الأكبر للنية الشراء في التسوق عبر محركات البحث (β= ٠.٠٦٩ ، P. Value= ٠.٠٨٥ ، كما يشير حجم التأثير (f^2=٠.٠٨٠) إلى حجم تأثير صغير، يلي ذلك التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي (β= ٠.٠١٥، P. Value = ٠.٣٨٤ ، كما يشير حجم التأثير (f^2=٠.٠٥٧) إلى حجم تأثير صغير، مما يعني قبول الفرض الفرعي الأول جزئياً.

ب) الفرض الثاني الفرعي: يتضح من خلال نتائج التحليل الاحصائي صحة الفروض الخاصة بتأثيرات أبعاد الاتصالات التسويقية الرقمية (التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي – التسوق عبر البريد الالكتروني – التسوق عبر محركات البحث) على نية إعادة الشراء ما عدا التسوق عبر الكلمة المنطوقة الكترونياً حيث أثبتت النتائج توجد علاقة ذو دلالة إحصائية للتسوق عبر الكلمة المنطوقة الكترونياً على نية إعادة الشراء في مجتمع الدراسة الحالية وتم التوصل إلى أن كان التأثير للنية |إعادة الشراء في التسوق عبر الكلمة المنطوقة الكترونياً (β= ٠.١٤٣ ، P. Value= ٠.٠٠٢ ، كما يشير حجم التأثير (f^2=٠.١٨٣) إلى حجم تأثير متوسط، ، أما فيما يتعلق بباقي الاتصالات التسويقية الرقمية فقد تم التوصل إلى أن كان التأثير الأكبر للنية الشراء في التسوق عبر محركات البحث (β= ٠.٠٦٩ ، P. Value= ٠.٠٨٢ ، كما يشير حجم التأثير (f^2=٠.٠٩٩) إلى حجم تأثير صغير، يلي ذلك التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي (β= ٠.٠٢٤، P. Value = ٠.٣١٩ ، كما يشير

حجم التأثير (f^2=٠.٠٦١) إلى حجم تأثير صغير، يلي ذلك التسوق عبر البريد الإلكتروني (β= ٠.٠٣٩، P. Value = ٠.٢٢٠ ، كما يشير حجم التأثير (f^2=٠.٠٥٢) إلى حجم تأثير صغير مما يعني قبول الفرض الفرعي الثاني جزئياً.

ج) بالنظر إلى قيم (R^2) يتضح أن جميع أبعاد الاتصالات التسويقية الرقمية تفسر في (٥٧%) من التباين في نية الشراء، و (٥١%) من التباين في نية إعادة الشراء.

وعليه يتضح من النتائج السابقة. قبول الفرض الفرعي الأول والفرض الفرعي الثاني جزئياً.

مناقشة نتائج البحث:

اختبر البحث العلاقة بين أبعاد المتغير المستقل المتمثل في (الاتصالات التسويقية الرقمية) وبين أبعاد المتغير التابع المتمثل في (نية الشراء لدي العملاء)، ويفسر الباحثين في الجزء التالي نتائج البحث في ضوء نتائج الدراسات السابقة، وذلك على النحو التالي:

ينص الفرض الأول للدراسة علي أنه: "**لا توجد علاقة ذو دلالة إحصائية بين أبعاد الاتصالات التسويقية الرقمية (التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي – التسوق عبر البريد الالكتروني – التسوق عبر محركات البحث – التسوق عبر الكلمة المنطوقة الكترونياً) وأبعاد نية الشراء لدي العملاء (نية الشراء– نية إعادة الشراء). حيث سيتم قبوله أو رفضه بعد استعراض الفروض الفرعية التابعة له علي النحو التالي:**

الفرض H1a: لا توجد علاقة ذو دلالة إحصائية بين أبعاد الاتصالات التسويقية الرقمية (التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي – التسوق عبر البريد الالكتروني – التسوق عبر محركات البحث – التسوق عبر الكلمة المنطوقة الكترونياً) ونية الشراء.

وقد اتضح من خلال نتائج التحليل الاحصائي صحة الفروض الخاصة بتأثيرات أبعاد الاتصالات التسويقية الرقمية (التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي – التسوق عبر محركات البحث) على نية الشراء ما عدا التسوق عبر البريد الالكتروني والتسوق عبر الكلمة المنطوقة

الكترونياً حيث أثبتت النتائج توجد علاقة ذو دلالة إحصائية للتسوق عبر وسائل البريد الالكتروني والتسوق عبر الكلمة المنطوقة الكترونياً على نية الشراء في مجتمع الدراسة الحالية.

الفرض H1b: لا توجد علاقة ذو دلالة إحصائية بين أبعاد الاتصالات التسويقية الرقمية (التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي – التسوق عبر البريد الالكتروني – التسوق عبر محركات البحث – التسوق عبر الكلمة المنطوقة الكترونياً) ونية إعادة الشراء.

وقد اتضح من خلال نتائج التحليل الاحصائي صحة الفروض الخاصة بتأثيرات أبعاد الاتصالات التسويقية الرقمية (التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي – التسوق عبر البريد الالكتروني – التسوق عبر محركات البحث) على نية إعادة الشراء ما عدا التسوق عبر الكلمة المنطوقة الكترونياً حيث أثبتت النتائج توجد علاقة ذو دلالة إحصائية للتسوق عبر الكلمة المنطوقة الكترونياً على نية إعادة الشراء في مجتمع الدراسة الحالية.

توصيات البحث:

بناء على النتائج السابقة التي تم التوصل إليها يُمكن تقديم مجموعة من التوصيات، وذلك على النحو التالي:

(١) الاهتمام بطبيعة العلاقة القوية التي تربط بين أبعاد الاتصالات التسويقية الرقمية (التسوق عبر وسائل البريد الالكتروني، التسوق عبر الكلمة المنطوقة الكترونياً) وزيادة نية الشراء لدى العملاء، والاستفادة من الأثر الايجابي لهذه الأبعاد على نية الشراء.

(٢) يجب على إدارة الشركات تعزيز أدوات الاتصالات التسويقية الرقمية (التسوق عبر وسائل التواصل الاجتماعي، التسوق عبر محركات البحث) وذلك لزياد نية الشراء لدي العملاء.

(٣) ضرورة الاستفادة من تفضيل العملاء لأدوات الاتصالات التسويقية الرقمية (التسوق عبر وسائل البريد الالكتروني، التسوق عبر الكلمة المنطوقة الكترونياً) في زيادة نية الشراء لدي العملاء.

ثالثاً: مُقترحات لبحوث مستقبلية

يرى الباحثين أن هذا البحث أسهم في التعرف على العلاقة بين أبعاد الاتصالات التسويقية الرقمية ونية الشراء لدي عملاء شركات مستحضرات التجميل في مصر، ومع ذلك فتح المجال لأجراء العديد من مجالات الدراسات المستقبلية، من أهمها:

- العلاقة بين الاتصالات التسويقية الرقمية وتعزيز الصورة الذهنية للمنظمة.
- العلاقة بين الاتصالات التسويقية الرقمية وتحسين الأداء التسويقي.
- أثر استخدام الاتصالات التسويقية الرقمية علي سلوك الشراء الفوري.

مراجع البحث:

- أحمد، فاطمة عبد الحليم بابكر، (٢٠١٨)، **التسويق الوردي :دراسة العوامل المؤثرة على النية والقرار الشرائي لدى النساء**، رسالة ماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
- بازرعة، محمود صادق، (١٩٨٢)، "بحوث التسويق للتخطيط والرقابة واتخاذ القرارات التسويقية"، دار النهضة للنشر – القاهرة.
- بسيط، رزق غبريال، (٢٠٢٠)، **تأثير التسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي علي نية الشراء: تحليل الدور الوسيط للوعي بالعلامة والكلمة المنطوقة إلكترونياً – دراسة تطبيقية علي خدمات شركات الهاتف المحمول في مصر**، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، كلية التجارة، جامعة عين شمس، المجلد الخمسون، العدد الأول.
- البنا، طلعت اسعد عبد الحميد، (٢٠٠٢)، **التسويق الفعال: كيف تواجه تحديات القرن الواحد والعشرون؟**، مكتبات مؤسسة الأهرام، مصر.
- البنا، طلعت أسعد عبدالحميد؛ الدكروري، منى إبراهيم؛ سبع، سنية محمد أحمد سليمان، (٢٠١٧)، **تأثير شخصية العلامة على ارتباط العميل بالتطبيق على عملاء سوق السيارات فى مصر**، مجلة الدراسات والبحوث التجارية، كلية التجارة، جامعة بنها، المجلد السابع والثلاثون، العدد الثاني.
- حساني، عبد الكريم، (٢٠٢٢)، **تأثير تجربة العلامة التجارية وصورتها علي النوايا الشرائية بوساطة الثقة في العلامة التجارية – دراسة ميدانية علي عينة مستهلكي الهواتف الذكية**، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، المجلد التاسع، العدد الأول.

- ديوب، محمد عباس؛ خضر، لورين، (٢٠١٥)، **تأثير معوقات التسويق عبر الإنترنت على نية الشراء الإلكتروني – دراسة ميدانية على طلاب الكليات في طرطوس**، سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، كلية الاقتصاد الثانية، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية، سوريا، المجلد السابع والثلاثون، العدد الثاني.
- الشعراوي، نهي مجدي كامل، (٢٠٢٣)، **الدور الوسيط لقيمة العلامة التجارية في العلاقة بين التسويق الرقمي ونية الشراء – بالتطبيق علي شركات مستحضرات التجميل**، المؤتمر السابع لكلية التجارة – جامعة طنطا، المجلد الثالث والأربعون، العدد الثاني.
- الصياد، جلال مصطفي، (١٩٩٣)، "طرق المعاينة الإحصائية"، المملكة العربية السعودية، دار حافظ – القاهرة.
- عبد الحميد، مرفت، (٢٠٢٢)، **فاعلية الاتصالات التسويقية الرقمية للمنظمات الخدمية في تعزيز ولاء الجمهور للمنظمة وتحقيق الميزة التنافسية لها**، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، قسم العلاقات العامة والاعلان، جامعة القاهرة، العدد الرابع والعشرون، الجزء الثاني.
- عيسي، نجيمي; مراد، كويحل، (٢٠٢٢)، **أثر الاتصالات التسويقية الرقمية علي ولاء الزبائن للعلامة التجارية – دراسة حالة علامة صومام**، جامعة محمد الصديق بن يحي، الجزائر، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، المجلد الثامن عشر، العدد الثلاثون.
- موسي، عبد الله فرغلي علي، (٢٠٢٢)، **نموذج مقترح للعلاقة بين جودة الموقع الالكتروني وثقة العملاء فيه ونواياهم للشراء الالكتروني منه – دراسة تطبيقية علي العملاء عبر مواقع الشراء الالكتروني في جمهورية مصر العربية**، مجلة البحوث المالية والتجارية، كلية التجارة، جامعة بورسعيد، المجلد الثالث والعشرون، العدد الثاني.
- النسور، حلا بلال بهجت؛ المناصرة، اكسمري عامر؛ الزيادات، محمد عواد، (٢٠١٦)، **أثر التسويق باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي على نية الشراء في الأردن**، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، كلية الاعمال، قسم ادارة الاعمال، جامعة البلقاء التطبيقية، المجلد الثاني عشر، العدد الثالث.
- النقيرة، أحمد محمود محمد، (٢٠٢٣)، **تأثير التقييمات الالكترونية للعملاء علي النوايا الشرائية من خلال أبعاد نموذج تقييم العلامة كمتغير وسيط: من منظور نظرية إعمال العقل – دراسة تطبيقية علي عملاء المتاجر الالكترونية في مصر**، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، كلية التجارة، جامعة مدينة السادات، المجلد الخامس عشر، العدد الرابع.

- Al Abed, D., (2022), **"The Impact of Social Media Marketing on Customer Buying Intention in the Context of Entrepreneurial Firms"**, Master's thesis, Princess Sumaya University for Technology (Jordan).
- Alvin C. Burns, Ann Veeck, 2020, 9th ed., **"MARKETING RESEARCH"** ,Printice Hall .p.248.
- Charan, A. & Dahiya, R., (2014), **"Impact of Digital Marketing Communication on Consumers Behavior**", An empirical study in Indian car market with special reference to Delhi and NCR, Anveshak, Vol. 4, No. 2, pp. 60-83.
- Chaudhary, R., & Kumar, P. (2021), **"Factors Influencing Purchase Intention of Consumers for Toiletries Products in Haryana"**, Business Analyst, Vol. 42, No. 1, pp. 119-140.
- Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM). European business eview.26 (2), 106- 121.
- Kapustina, L., Gaiterova, O., Izakova, N., & Lazukov, M., (2020), **"Digital Marketing Communications: Selection Criteria"**, KnE Social Sciences, pp. 181-190
- Keni, K., Lerbin, R. A., & Pamungkas, A. S., (2019), **"Purchase Intention Satisfaction, Interest, and previous Purchase Behavior"**, International Journal of Innovation Vol. 5, No. 6.
- Lawton, B., & Gregor, S., (2003), **"Internet Marketing Communications: Interactivity and Integration",** Seeking Success in E-Business. Springer, Boston, MA, pp. 239-257.
- Lin, Z., & Yu, L., (2021), **"Research on Digital Marketing Communication Talent Cultivation in the Era of Artificial Intelligence"**, Journal of Physics: Conference Series, IOP Publishing, Vol. 1757. No. 1, p. 012040.
- Ližbetinová, L., Štarchoň, P., Lorincová, S., Weberová, D., & Průša, P., (2019), **"Application of Cluster Analysis in Marketing Communications in Small and Medium-Sized Enterprises: An Empirical Study in The Slovak Republic"**, Sustainability, Vol. 11, No. 8, p. 2302.
- M. Elsheikh, Khaled, (2021), **"Developing Criteria for Egyptian Sportswear Brand Personality"**, Journal of Architecture, Arts and humanities Science, Vol. 6, No. 26, pp. 626-636.
- Molinillo, S., Japutra, A., Nguyen, B., & Chen, C. H. S., (2016), **"Responsible Brands vs Active Brands? An Examination of Brand**

Personality on Brand Awareness, Brand Trust, and Brand Loyalty", Journal of Marketing Intelligence & Planning, Vol. 35, No. 2, pp. 166-179. Negm, E. M., (2023), **"Investigating The Impact of Social Media Antecedents on Brand Equity and Online Fashion Purchase Intention",** Journal of financial and Business Research, Faculty of Commerce - Port Said University, Vol. 24, No. 1, pp. 170-201. Owusu-Kyei, M., Kong, Y., Akomeah, M. O., & Afriyie, S. O., (2022), **"Impact of Digital Marketing Communication on Organizational Growth"**, International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences, Vol. 12, No. 12, pp. 1460 – 1492.

- Patrutiu-Baltes, L., (2016), **"Inbound Marketing-the most important digital marketing strategy"**, Bulletin of the Transilvania University of Brasovm Economic Sciences Series, Vol. 9, No.2, pp. 61-68.
- Rekha Dahiya & Gayatri, (2017), **"Investigating Indian Car Buyers' Decision to Use Digital Marketing Communication: An Empirical Application of Decomposed TPB"**, Journal-of-Business-Perspective, vol. 21 (4).
- Rizaldi, A. & Hidayat, H., (2020), **"Digital Marketing Communication Strategy"**, Journal Entrepreneur dan Entrepreneurship, Vol. 9, No. 2, pp. 57-66.
- Shao, W., Ross, M., & Grace, D., (2015), **"Developing a Motivation-Based Segmentation Typology of Facebook Users**", Marketing Intelligence & Planning, Vol. 33, No. 7, pp. 1071-1086.
- Smith, K. T., (2011), **"Digital marketing strategies that Millennials find appealing, motivating, or just annoying",** Journal of Strategic marketing, Vol. 19, No. 6, pp. 489-499.
- Ungarala, D. P., (2021), **"Impact of Brand Experience on the Purchase Intention and Loyalty of Luxury Cosmetics Brands: Mediating Role of Self Concept"**, Psychology and Education Journal, Vol. 58, No.2, pp. 10431-10442.
- Zaki, M., & Neely, A., (2019), **"Customer experience analytics: dynamic customer-centric model**", Handbook of Service Science, Vol. 11, pp. 207-233.

التسويق بالمؤثرين وتأثيره على سلوك المستهلك الإلكتروني بالتطبيق على عملاء الهيئة القومية للبريد المصري

ا.د. حسنين السيد طه *

عمرو محمود السيد أحمد**

أ.م.د محمد فوزى البردان ***

المستخلص:

استهدف البحث الحالي قياس تأثير التسويق بالمؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي بأبعاده (مصدر المصداقية، مصدر الجاذبية، مصدر التوافق، جودة المحتوى) على سلوك المستهلك الإلكتروني بالتطبيق على عينة إنترنت اعتراضية، قوامها ٤٠٨ مفردة من عملاء الهيئة القومية للبريد المصري بقطاع مصر العليا. واعتمد الباحثين للحصول على البيانات الأولية اللازمة لاختبار الفروض وتحقيق أهداف البحث على الاستقصاء كوسيلة لجمع البيانات من خلال عدد من الأساليب الإحصائية الملائمة لطبيعة البيانات عن طريق استخدام برنامج SPSS Ver.25. وتوصل البحث إلى مجموعة من النتائج كان من أهمها: وجود علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين التسويق بالمؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي وسلوك المستهلك الالكتروني، كما بينت النتائج أن أكثر أبعاد التسويق بالمؤثرين ارتباطاً بسلوك المستهلك الالكتروني هو بُعد جودة المحتوى. وأخيراً تم اقتراح عدد من التوصيات ومقترحات ببحوث مستقبلية في هذا الصدد.

الكلمات المفتاحية: التسويق بالمؤثرين، سلوك المستهلك الالكتروني، عملاء الهيئة القومية للبريد المصري بقطاع مصر العليا.

Abstract

The study aimed to measure the impact of influencer marketing through social media through its dimensions (source of credibility, source of attractiveness, source of Match - up, quality of content) on the online consumer. The study was applied to a representative on Accidental sample consisting of 408 individuals from customers of the Egyptian National Postal Authority in the Upper Egypt sector. The researchers depended on the survey to obtain the primary data needed to test the hypotheses and achieve the research objectives through a number of statistical methods appropriate to the nature of the data by using SPSS Ver. 25 program. The study reached a set of results, the most important of which was that there is a statistically correlation between influencer marketing through social media and online consumer behavior. The results also showed that the dimension of influencer marketing most closely linked to online consumer behavior is the content quality dimension. Finally, a number of recommendations and suggestions for future research in this regard were proposed.

Keywords: Influencer Marketing, Online Consumer Behavior, Customers of the Egyptian National Postal Authority in Upper Egypt sector.

مقدمة:

تواجه المنظمات في عالمنا اليوم منافسة شديدة؛ لما يتعرض له المستهلك الذي يمثل محور اهتمامها من استراتيجيات تسويقية متعددة، وعروض ترويجية متنوعة ومتجددة عبر وسائل الإعلان المختلفة لا سيما وسائل التواصل الاجتماعي منها؛ إذ أن وسائل التواصل الاجتماعي قد سهلت من عمليات التفاعل المعقدة والمكثفة بين العلامات التجارية والمستهلكين وذلك لعقد من الزمان، باعتبارها منصة تشاركية تساعد المستهلكين وتشجعهم على مشاركة وتبادل الأفكار مع المستهلكين الآخرين من ذوي التفكير المماثل على نطاق واسع وتحويلهم من متلقين سلبيين للاتصالات التسويقية إلى مبدعين نشطين، ونتيجة لذلك سعت المنظمات إلى استثمار الجهود والموارد التي تمتلكها في استراتيجيات التسويق التي تسهل من عمليات مشاركة المستهلكين وتزيد من تفاعلهم الإيجابي مع علاماتها التجارية وتزيد من وعيهم بها ومن ثم التأثير على سلوك المستهلك الشرائي بما يدعم قدرتها على زيادة مبيعاته (Zeqiri et al., 2025 ; شاهين،٢٠٢١).

وفي ضوء ما تشهده المنظمات من تغيرات تكنولوجية وثقافية واقتصادية غيرت الكثير من أساليب وعادات وسلوكيات المستهلكين الشرائية واستجاباتهم المختلفة للرسائل الإعلامية الموجهة من مقدمي المنتجات والخدمات، التي يعد من أبرزها زيادة توغل وسائل التواصل الاجتماعي في الحياة اليومية للأفراد وزيادة أهميتها لهم وارتباطهم بها، بالإضافة إلى ما ترتب على أزمة كورونا (كوفيد ١٩) من زيادة إقبال المستهلكين على الشراء الإلكتروني عبر مواقع التسوق الإلكتروني ووسائل التواصل الاجتماعي المختلفة؛ الأمر الذي استوجب من المنظمات البحث عن استراتيجيات تسويقية واتصالية جديدة كاستراتيجية التسويق بالمؤثرين (السيد والسيد، ٢٠٢٢)، والتي لاقت رواجاً كبيراً في الآونة الأخيرة نظراً لما تقدمه من منافع وقدرتها على مواكبة تلك التغيرات وتمكن المنظمة من استغلال تلك التطبيقات والتكنولوجيا الحديثة؛ بما يؤدي إلى تحقيق التواصل الفعال مع عملائها وتمكنها من تحقيق أهدافها؛ لذلك تعتبر استراتيجية التسويق بالمؤثرين أحد الإستراتيجيات التسويقية الحديثة التي تُمكن المنظمة من تحقيق ما تصبو إليه من أهداف مختلفة، والتي يعد من أبرزها القدرة على التأثير في سلوك المستهلك ونواياه الشرائية، في ظل تلك التغيرات والتداعيات التي تواجهها في بيئة الأعمال المحيطة (عبده، ٢٠٢٣).

ويعكس التسويق بالمؤثرين بشكل عام مدى قدرة المنظمة على الاستفادة من أفضل الشخصيات البارزة ذات التأثير الفعّال والمقبولة لدى الأفراد، فضلاً عن استغلال أفضل صانعي المحتوى على المنصات المختلفة في مجال معين، بغرض نشر الوعي وزيادته بين المستهلكين بعلاماتها التجارية ومنتجاتها التي تقدمها والتأثير على سلوكياتهم؛ إذ يقوم هؤلاء الأفراد الذين يطلق عليهم المؤثرون أو صناع المحتوى بالتعاون مع المنظمات في صناعة محتويات خاصة بمنتجاتهم وخدماتهم التي يقدمونها ونشرها عبر منصات التواصل ووسائل الإعلام المختلفة؛ بما يؤدي إلى زيادة وعي المستهلكين بعلاماتهم التجارية، الأمر الذي ينعكس بدوره على دعم قدرة تلك المنظمات للتأثير على السلوكيات الشرائية الإلكترونية للمستهلكين؛ بما يؤدي لزيادة حصتهم السوقية ومن ثم ارتفاع حجم مبيعاتهم (مهدي، ٢٠٢٠)

وفي ظل الاهتمام المتنامي من جانب المنظمات للاعتماد على استراتيجية التسويق بالمؤثرين، من خلال زيادة حجم الانفاق على حملات التسويق بالمؤثرين بالسنوات الأخيرة الماضية والتي بلغت ما يقارب من ١,٧ مليار دولار في عام ٢٠١٦م، والتي أخذت في التزايد الملحوظ حتى بلغت ١٥ مليار دولار عام ٢٠٢٢م، وفق ما نشره موقع Mediakix، وفى هذا السياق ولكون الهيئة القومية للبريد المصري مؤسسة عريقة تأسست عام ١٨٦٥م، ولما لها من دور حيوي بقطاعات الاقتصاد المصري إذ بلغ حجم عملاء الهيئة القومية للبريد ما يقارب من ١٨ مليون عميل، ويرأس مال مستثمر يبلغ حوالي ٢١٨ مليار جنيه، ويعمل بها حوالي ٤٢٠٠٠ موظف، بالإضافة إلى التزايد في حجم أنشطتها بصفة عامة، والخدمات المصرفية لاسيما الإلكترونية منها بصفة خاصة في ظل عصر تتبني فيه الدولة في كافة مؤسساتها التحول الرقمي والشمول المالي (الموقع الرسمي للهيئة القومية للبريد المصري، ٢٠٢٤)، فإن هذا البحث يسعى إلى وضع إطار مقترح لكيفية الاستفادة من استراتيجية التسويق بالمؤثرين في التأثير على سلوك المستهلك الإلكتروني بالتطبيق على عملاء الهيئة القومية للبريد المصري ممن هم فوق سن الثامنة عشر عام إلى ٦٠عام وذلك لسببين: أولهم حتى يتسنى لهم تفهم موضوع البحث، وتحقيق التفاعل الإيجابي معه، والسبب الثاني أن هذه الفئة هي أكثر الفئات العمرية تعاملاً واستخداماً مع وسائل التواصل الاجتماعي وأكثرهم ميلاً للشراء الإلكتروني (Topalova ,2021;Thoma & evi, 2020) وذلك من خلال استطلاع ما جاءت به الدراسات السابقة من نماذج وأطر علمية، والاجتهاد في تقديم تطوير نمذجى يهدف إلى تلبية احتياجات المسؤولين لدى الهيئة القومية للبريد المصري فيها بمتغيرات البحث.

مشكلة وتساؤلات البحث:

قام الباحثون بدراسة استطلاعية، هدفت للحصول على بيانات استكشافية حول التسويق بالمؤثرين وسلوك المستهلك الالكتروني، بالإضافة إلى مساعدتهم في تحديد وبلورة المشكلة البحثية، والتوصل إلى صياغة دقيقة لفروض البحث، وقد اشتملت الدراسة الاستطلاعية على دراسة مكتبية، تم منها جمع البيانات الثانوية المتعلقة بمتغيرات البحث، بالإضافة إلى عدد من المقابلات والمناقشات المتعمقة مع عينة عشوائية تضمنت ٥٠ مفردة من عملاء الهيئة القومية للبريد المصري بقطاع مصر العليا. وقد أكدت نتائج الدراسة الاستطلاعية على أن هناك انخفاض في مستوى إدراك ٨٢% من عينة الدراسة بالمفاهيم الأساسية لها، بالإضافة إلى أن هناك ٦٣% من عينة الدراسة ترى أن هناك انخفاض في مستوى اهتمام الهيئة القومية للبريد المصري للتسويق لما تقدمة من خدمات، كما أشارت النتائج إلى انخفاض مستوى إدراك ٦٥% من عينة الدراسة بالجوانب المتعلقة بالمؤثرين من حيث محدداتهم وخصائصهم. وفي ضوء استعراض بعض الدراسات السابقة التي تناولت موضوع البحث، والدراسة الاستطلاعية فإن مشكلة هذا البحث بشكل أكثر تحديداً تسعي إلى الإجابة عن التساؤلات البحثية الآتية:

١- ما مستوى إدراك عملاء الهيئة القومية للبريد المصري لأبعاد التسويق بالمؤثرين؟

٢- ما مستوى سلوك المستهلك الإلكترونى تجاه الخدمات التي تقدمها الهيئة القومية للبريد المصري؟

٣- ما تأثير التسويق بالمؤثرين (المصداقية، الجاذبية، التوافق أو المطابقة، جودة المحتوى) على سلوك المستهلك الإلكتروني لعملاء الهيئة القومية للبريد المصري محل البحث؟

أهداف البحث:

يسعى البحث الحالي لتحقيق مجموعة الأهداف الآتية:

١- تحديد مستوى إدراك عملاء الهيئة القومية للبريد المصري لأبعاد التسويق بالمؤثرين.

٢- تحديد مستوى سلوك المستهلك الإلكترونى تجاه الخدمات التي تقدمها الهيئة القومية للبريد المصري.

٣- التحقق من نوع وقوة العلاقة بين التسويق بالمؤثرين (المصداقية، الجاذبية، التوافق أو المطابقة، جودة المحتوى) وسلوك المستهلك الإلكتروني لعملاء الهيئة القومية للبريد المصري محل الدراسة.

أهمية البحث:

تتمثل أهمية البحث الحالي في المحورين التاليين:

١- **الأهمية العلمية:** تناول البحث بعض المفاهيم الحديثة في مجال التسويق وسلوك المستهلك وهي استراتيجية التسويق بالمؤثرين وعلاقتها بسلوك المستهلك الالكتروني في ظل وجود ندرة في الدراسات العربية التي تناولت ذلك –على حد علم الباحثين– فضلا عن السعي إلى إضافة مساهمه علمية على مستوى التأصيل النظري لهذه المفاهيم وسد الفجوة البحثية.

٢- **الأهمية العملية:** مساعدة القائمين على إدارة الهيئة القومية للبريد المصري في تحقيق الاستفادة المثلي من هذه الاستراتيجية التسويقية التي أثبتت الدراسات العلمية أهميتها، وبما يمكنها من جني ثمارها في الأجلين القصير والطويل.

الإطار النظري وفرضيات البحث:

يتناول الباحثين في هذا الجزء الإطار النظري وتنمية فرضيات البحث كما يأتي:

١- التسويق بالمؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي:

يلاحظ المتتبع للتاريخ الإداري أن التسويق بالمؤثرين قد مر بعدة مراحل تاريخية واكبت التغيرات التكنولوجية في بيئة الأعمال وظهور وسائل التواصل الاجتماعي يعرضها الباحثين على النحو الآتي:

أ- مرحلة التسويق عبر الوسائل الإعلامية التقليدية: يرجع تاريخ التسويق بالمؤثرين إلى أوائل القرن العشرين عندما بدأت الشركات في استخدام المشاهير أو ما يطلق عليهم قادة الرأي للترويج لمنتجاتها إذ كانت البداية عندما أعطت العائلة الملكية في بريطانيا مباركتها Royal Warrants للعلامات التجارية البريطانية. ثم في عشرينيات القرن الماضي تم استخدام شخصيات الراديو والتلفزيون لتأييد المنتجات، وفي الخمسينيات من القرن الماضي بدأت الشركات في استخدام الرياضيين والمشاهير الآخرين للترويج لعلاماتهم التجارية. أما في التسعينيات بدأ استخدامهم عبر مواقع الانترنت، مثلما فعلت شركة Nike إذ ارتبط اسمها باللاعب مايكل جوردان (Sufian et al.,2021).

ب- مرحلة التسويق عبر صفحات الانترنت: في عام ١٩٩٤م ظهر أول إعلان عبر الانترنت على موقع Hot Weird إذ قام الموقع ببيع مساحة إعلانية في صفحات الموقع على شكل إعلان

بانر وكان ذلك لشركة AT&T، والذي واكب أيضًا ظهور أول متصفح في نفس العام والذي سمي بمصطلح (Netscape1.0) إذ ساهم في تحقيق طفرة غير مسبوقة لاستخدام المشاهير التقليديين من الفنانين والممثلين والرياضيين وغيرهم في الإعلانات خاصة مع ازدياد أعداد المتعاملين مع شبكة الانترنت واتساع انتشارها مثلما كان هو الحال عندما قام موقع ماي سبيس عام ٢٠٠٣م بالاستعانة بمجموعة من الموسيقيين المشهورين ومنسقي الأغاني في إعلاناتهم عبر موقعهم، الأمر الذي نتج عنه زيادة ضخمة في أعداد الأفراد المنضمين إلى موقع ماي سبيس، وقد كان ذلك مثالاً حياً في بداية الألفية الجديدة على أهمية المشاهير والمؤثرين وقادة الرأي في نقل الرسالة الإعلانية وتزكية المنتجات التي تقدمها المنظمات (جعيجع وفراح،٢٠٢١).

ج- مرحلة ظهور مواقع التواصل الاجتماعي ومنصاته: بدأ التسويق بالمؤثرين في الظهور بما عليه اليوم مع ظهور مواقع التواصل الاجتماعي ومنصاتهه عام ٢٠٠٤م، التي تعكس التفاعل الشخصي بين الأشخاص من خلال أدوات محددة تجمع بين التكنولوجيا والتفاعل الاجتماعي معاً، بغرض نشر المعرفة والمعلومات التي يقدمها المؤثرون عبر تلك المواقع وتمكن الأفراد وتساعدهم في عمليات اتخاذ القرار التي يقومون بها، مثل: YouTube ، وTwitter ، وFacebook وInstagram و Tik Tok، وغيرها من البرامج والمدونات التي تتيح للمؤثرين نشر ما يصنعون من محتوى والتفاعل معه من قبل المتابعين، تلك المواقع التي بلغ عدد مستخدميها عام ٢٠١٨م ما يوازي ٤٠ % من سكان مصر، أي: ما يربوا نحو ٣٥ مليون نسمة بمعدل زيارات لهذه المواقع يصل ٢.١ مليار زيارة يومياً ونحو ما يقرب من ٣.٨ مليار نسمة من سكان العالم (Arslan,2022, ؛ الدهراوي، ٢٠١٩؛ أبوالدهب وآخرون، ؛ بن يحي وعبدالمجيد ،٢٠٢٠؛ Trehan et al., 2022).

الأمر الذي تبعه قيام الشركات بعمل شراكات مع هؤلاء المؤثرين الذين يقومون بصناعة المحتوى ولديهم عدد كبير من المتابعين على هذه المنصات للترويج لمنتجاتهم، ومن ثَم الوصول إلى جمهور أكبر بكثير مما كان مقارنة بطرق الإعلان التقليدية، مثل: الصحف والمجلات التي قد تمر على المستهلكين دون التركيز عليها على خلاف ما عليه الحال في التسويق بالمؤثرين إذ يكون من الصعب على المتابعين أن يمرروا ظهور المشاهير وبريقهم دون الالتفات إليهم والتركيز والإصغاء التام لما يقولون (Batra et al.,2023 ; Trehan et al., 2022).

وفي ضوء ما سبق أصبح التسويق بـالمؤثرين جزءا لا يتجزأ من استراتيجيات التسويق للعديد من الشركات من أجل الوصول إلى جمهور أكبر يدعم زيادة الوعي بالعلامة التجارية ويعززه لدى المستهلكين، ومن ثم أصبح التسويق عبر المؤثرين شائعًا جدًا لدرجة أن هناك الأن وكالات كاملة مخصصة فقط لمساعدة الشركات في العثور على المؤثرين المناسبين لحملاتهم؛ لما يترتب عليه من فوائد عديدة (Chopra et al., 2021)، الأمر الذي يعكسه زيادة حجم الانفاق على استراتيجية التسويق بالمؤثرين خلال السنوات الأخيرة الذي نما من٦,٢ مليار دولار في عام٢٠٢٠م إلى ٢٤,٥ مليار دولار بحلول عام ٢٠٢٥م، وزيادة عدد الساعات التي يقضيها الأفراد على منصات التواصل الاجتماعي التي تزيد عن ثلاث ساعات ونصف يومياً متفوقة على ما يقضيه الأفراد على غيرها من الوسائل كالراديو والتليفزيون والمجلات وغيرها بالإضافة إلى ما تحققه تلك الاستراتيجية من عوائد حيث قدرت بمبلغ ٦.٥ دولار عائد على كل دولار مستثمر(Wei et al, Kemppainen,2023, 2021; Malmén et al., 2019; أبوالدهب وآخرون،٢٠٢٤) .

وفي هذا السياق، تمثل النظريات المتعلقة بالتسويق بالمؤثرين نقطة الانطلاق لفهم وتكوين خلفية علمية واضحة حول التسويق بالمؤثرين، ومن ثم تم الاعتماد على الأطر والنماذج النظرية الآتية:

وتمشياً مع ذلك، تعددت تعاريف التسويق عبر المؤثرين؛ نظراً لحداثته وزيادة اهتمام الباحثين به، إذ أشارت دراسة (Carter, 2016) أن التسويق بالمؤثرين يقصد به استراتيجية تعتمد عليها المنظمات في الترويج لمنتجاتها من خلال الاستفادة من أصوات المؤثرين الذين يثق فيهم متابعوهم عبر ما يصنعون من محتويات ويقومون بنشرها عبر منصات التواصل الاجتماعي، كما بين (الحريري،٢٠١٩) أنه أحد أشكال التسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقوم المنظمات من خلاله بتحديد واختيار مجموعة من المؤثرين على هذه المواقع، وبناء علاقات قوية والسعي لتحقيق التعاون معهم بغرض استخدامهم في توصيل رسائلها التسويقية للجمهور المستهدف، وتحقيق بعض أهدافها التسويقية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، فيما عرفته دراسة (Dogra, 2019) بأنه أحد أشكال التسويق الذي نشأ نتاجاً لمجموعة الممارسات المرتكزة على اختيار الأشخاص ذوي الشعبية والشهرة والقبول لدى الأفراد ولديهم القدرة على التأثير على قراراتهم الشرائية، وعرفتها دراسة (Chopra et al., 2021) كأداة تسويقية حديثة تعتمد على وجود شخص خارجي بغرض التأثير على القرارات الشرائية للمستهلكين المتوقعين، من خلال ما يقدمونه من محتوى عبر الوسائل الرقمية

المختلفة، بالاعتماد على ما يمتلكه المؤثر من خبرة ومصداقية وثقة لدى جمهور المتابعين. فيما أشارت دراسة (Wei et al., 2021) على أنه مجموعة الأنشطة الخاصة بتحديد الأشخاص الذين يمتلكون القدرة على صناعة المحتويات ولديهم عدد كبير من المتابعين على وسائل التواصل الاجتماعي والمدونات ويمثلون الطرف الثالث في العلاقة بين المنظمة والمستهلكين المرتقبين، قادرون على التأثير على قرارات المستهلكين المحتملين من خلال ما يقومون بتقديمه من محتويات، وقد عرفته دراسة (Topalova , 2021) بأنه أسلوب تسويقي جديد تعتمد عليه المنظمات يتم عبر وسائل التواصل الاجتماعي من خلال التعاون مع المشاهير والمدونين وأي شخص لديه متابعين مخلصين له، بغرض الترويج لمنتجاتهم أو ما يقدمون من خدمات.

وقد عرفته دراسة (Kemppainen, 2023) بأنه استراتيجية تسويقية تعتمد عليها الشركات وتنمو بشكل سريع وفيها يتم عمل شركات مع المؤثرين بغرض الترويج لمنتجاتها من خلال مشاركة المؤثرين لتجاربهم عن المنتجات والخدمات التي تقدمها الشركات بغرض الوصول إلى أكبر عدد من المتابعين والتأثير على قراراتهم الشرائية المحتملة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومنصاته، فيما أضافت دراسة (Lydda, et al,. 2023) بأنه استراتيجية تسويقية حديثة تستخدمها الشركات بغرض زيادة الوعي بعلاماتها التجارية لدى جمهورها المستهدف الذي تسعى المنظمات للوصول إليه. ومما سبق عرضه حول الآراء المختلفة لمفهوم التسويق بالمؤثرين، ونظراً لحداثة هذا المصطلح، والنمو السريع في الأدبيات الخاصة به بمعدلات متزايدة يتضح أن وضع مفهوم محدد للتسويق بالمؤثرين يعد أمراً صعباً إذ أن هناك تعاريف متنوعة كل منها يعرض وجهة نظر قائلها.

وبناء على ما سبق يخلص الباحثين إلى أن التسويق بالمؤثرين يمكن تعريفه إجرائياً بأنه:

استراتيجية تسويقية جديدة وأداة فعالة تعتمد عليها المنظمات في نقل رسائلها التسويقية إلى عملائها الحاليين والمرتقبين؛ للترويج لما تقدمه من منتجات وخدمات؛ من خلال تحديد المؤثرين الملائمين، وعمل علاقات قوية وشراكات طويلة الأجل معهم بغرض الوصول إلى أكبر عدد من الجمهور المستهدف من خلال ما يقدمونه من محتوى وينقلونه من تجارب وخبرات ومعارف عبر وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة وما يحوزونه من ثقة متابعيهم التي تمكنهم من التأثير على القرارات الشرائية لمستهلكين خدمات لهيئة القومية للبريد المصري .

وفي ضوء ما تقدم من سرد تعاريف التسويق بالمؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي يلاحظ أن محور هذه التعاريف هو المؤثر الملائم الذي تسعى الشركات للبحث عنه، واستقطابه، وبناء علاقات وشراكات قوية معه بغرض الاستفادة مما يقدمه من محتوى جذاب وما يمتلكه من تأثير على جمهور المتابعين له، عبر ما يقوم بمشاركته من تجارب، وما يحوزه من ثقة متابعيه لما يمتلكه من خبرات، وما له من تأثير على سلوك متابعيه لاسيما الشرائي منه وما يقوم به من دور خاص بتوصيل الرسائل التسويقية التي تود المنظمات نقلها إلى المستهلكين ودعمه لمستوى وعي العملاء بالعلامات التجارية. وعليه ونظراً لتلك لأهمية الكبيرة للمؤثرين فإن الباحثين يتناولونه من حيث المفهوم والفئات والخصائص، على النحو التالي:

– **مفهوم المؤثر:** عرفته دراسة (Gamage & Ashill ,2023) بأنه الشخص الذي يستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في صناعة المحتوى الذي يتخصص فيه وينشره، ويمتلك خبرة عالية تمكنه من حشد المتابعين، فيما عرفته دراسة (Nadanyiova et al, 2020) بأنه الشخص الذي يمتلك قناة خاصة به عبر وسائل التواصل الاجتماعي تمكنه من إنتاج المحتويات الهادفة ونشرها، للتأثير على تفكير المتابعين وسلوكهم الشرائي بما قد يؤثر على أنماطهم الحياتية، فيما عرفه Gross & (Wangenheim, 2018) بأنه الشخص الذين لديه القدرة على التأثير على الآخرين، كما تناولته دراسة (Haenlein, et al.,2020) بأنه عبارة عن فرد أو مجموعة من الأفراد الحاصلين على شهرتهم خارج منصات التواصل، مثل: الرياضيين والممثلين والمطربين، أو الأفراد المشهورين من خلال ما يقومون بإنشائه وتقديمه ونشره من محتوى عبر منصات التواصل الاجتماعي، وتقوم الشركات بعقد شراكات معهم بغرض التأثير على السلوك الشرائي للمتابعين وزيادة الوعي بالعلامات التجارية.

وفي نفس السياق عرفته دراسة (سلامة،٢٠٢٠) بأنهم أشخاص لديهم مصداقية راسخة مع الأعداد الكبيرة من جماهير وسائل التواصل الاجتماعي إذ يتوافر لديهم المعرفة والخبرات في موضوعات معينة، ويشاركون الجماهير تفاصيل حياتهم الشخصية وخبراتهم من خلال المنشورات كالصور، والفيديوهات، والهاشتاجات وغيرها، وغالباً يكونون متخصصين وصناع محتوى؛ لذا يمارسون تأثيراً كبيراً على متابعيهم وعلى قراراتهم الشخصية. كما تناولته دراسة (Morteo,2017) بأنه الفرد الذي يقوم بإنشاء محتوى أصيل من خلال ما يمتلكه من خبرات، يقدم فيه رأياً محايداً لا يتغير ولا يتم المساومة عليه لصالح أي انتماء لجمهوره المكتسب عبر وسائل التواصل الاجتماعي

الذي يثق فيه ويعتبرونه مرجعاً لهم في قراراتهم الشرائية. فيما أضافت دراسة (Vodák, 2019) بأن المؤثر كلمة مشتقة من الكلمة اللاتينية ad vertere وتعني التدفق من الداخل والمقصود بها القدرة على إحداث التأثير أو التطوير في سلوك الشخص دون قوة ظاهرة أو قيادة مباشرة. بينما أوضحت دراسة (Michaelsen et al.,2022) بأن المؤثر هو الفرد الذي يقوم بإنشاء محتوى بغرض تجاري يمكنه من تحقيق دخل من خلال عقد شراكات مع جهات تجارية، وذلك في ضوء ما يتمتع به من ثقة وأصالة لدى جمهور المتابعين عبر منصات التواصل الاجتماعي المختلفة.

مما سبق عرضه حول الآراء المختلفة لمفهوم المؤثرين يتضح أن: وضع مفهوم محدد لمصطلح المؤثرين يعد أمراً صعباً إذ تعددت التعريفات فكلاً منها يطرح وجهة نظر قائلها، وعليه يمكن الوقوف على أهم الأفكار التي تناولتها التعاريف السابقة فيما يأتي:

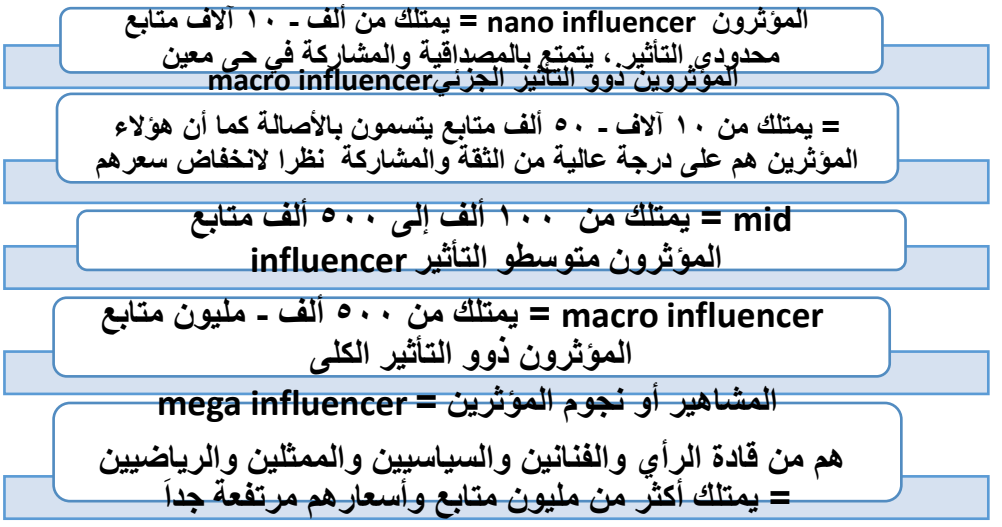
- استخدام وسائل التواصل الاجتماعي.
- الأصالة في انتاج المحتويات ونشرها.
- امتلاك قناة خاصة به عبر مواقع التواصل الاجتماعي ومنصاته.
- تشتمل سمات المؤثر على المصداقية والثقة والخبرة والجاذبية وجودة المحتوى.
- قيادة الرأي والقدرة على التأثير في الآخرين.
- مصدر الحصول على الشهرة (داخل، خارج) منصات التواصل الاجتماعي.
- عقد شراكات مع الجهات التجارية وتحقيق أرباح.
- حشد المتابعين وتزايدهم.

ومن العرض السابق يخلص الباحثين إلى أن **المؤثر**: هو الشخص الذي اكتسب شهرته خارج منصات التواصل الاجتماعي كالرياضيين، والممثلين، والفنانين، والسياسيين وغيرهم، أو من داخل منصات التواصل الاجتماعي كالمدونين وصناع المحتوى يمتلك قناة خاصة على منصات التواصل الاجتماعي تمكنه من تحقيق أرباح من خلال إنتاج وصناعة محتويات تتسم بالجودة والأصالة؛ نظراً لما يمتلكه من خبرة ومصداقية تنعكس على ثقة المتابعين، وتمكنه من قيادة الرأي والتأثير على قراراتهم الشرائية باعتبارهم خبراء موثوق فيهم؛ مما يدفع الشركات والجهات التجارية لعمل علاقات قوية وشراكات معهم لدعم وعي المتابعين بالعلامة التجارية وزيادته.

٢/١- **فئات المؤثرين** Influencer Categories: نظراً للدور الحيوي الذي يؤديه المؤثر بالنسبة للعلامات التجارية لذا فمن الأهمية بمكان على المنظمة اختيار نوع المؤثر الذي يتناسب مع علامتها ومع طبيعة ما تقدمه من منتجات. وفي هذا الصدد اتفق كل من (Vyatkina, 2019 ; Hermawan, 2020، محرم، ٢٠٢٠) على أن المؤثرين يمكن تصنيفهم كما هو موضح بالشكل رقم (١):

شكل رقم (١)

فئات / أنواع المؤثرين



المصدر: من إعداد الباحثين في ضوء الدراسات السابقة.

وفيما يلي نتناول الفئات المختلفة من المؤثرين على النحو الآتي:

١- **المؤثرون ذوي التأثير المحدود Nano Influencers**: هم الأفراد الذين يمتلكون عدداً من المتابعين يتراوح من ألف إلى عشرة آلاف متابع، وهم من ذوي الخبرة البسيطة في مجال التخصص وهم أيضًا حديثي عهد بمنصات التواصل الاجتماعي المختلفة، تبدو إعلاناتهم وكأنها نصيحة ودية وتتميز إعلاناتهم بأنها تتمتع بنسبة مشاركة عالية، وأنهم يتمتعون بمستوى مرضٍ من المصداقية في حي معين.

٢- **المؤثرون ذوى التأثير الجزئي Micro Influencers**: يقصد بهم الأفراد الذين يمتلكون قدراً مناسباً من الخبرة والمصداقية والمشاركة لما يقدمون من محتوى على منصات التواصل، ويتمتعون بقدرٍ عالٍ من الثقة؛ نظراً لانخفاض أسعارهم كما يمتلكون عدد من المتابعين يتراوح ما بين عشرة آلاف إلى مائة ألف متابع على صفحاتهم أو قنواتهم عبر منصات التواصل الاجتماعي.

٣- **المؤثرون ذوي التأثير المعتدل / المتوسط Med influencers**: هم المؤثرون الأكثر رواجاً؛ نظراً لانخفاض تكلفتهم وأسعارهم عن غيرهم لذا يسعى أصحاب العلامات التجارية لبناء علاقات قوية معهم، إلا أنه يصعب الحصول عليهم؛ نظراً لقلة عددهم، وهم يتمتعون بخبرات مقبولة في مجال العلامات التجارية، كما أنهم يمتلكون عدداً من المتابعين يتراوح بين ١٠٠ ألف متابع إلى ٥٠٠ ألف متابع على منصات التواصل الاجتماعي.

٤- **المؤثرون الكليون أو ذوي التأثير العالي Macro Influencers**: يقصد بهم المؤثرون الذين يتمتعون بقدرةٍ عالية على الوصول إلى المستهلك المستهدف في سوق معين، كما يتميزون بجودة المحتوى المقدم، ويمتلكون من المتابعين ما يتراوح بين ٥٠٠ ألف إلى مليون متابع إلا أنهم يتسمون بارتفاع ملحوظ في أسعارهم.

٥- **المؤثرون المشاهير Mega Influencers**: هم الأفراد من المشاهير والنجوم التقليديين الحاصلين على شهرتهم خارج منصات التواصل الاجتماعي في مجال معين ثم انتقلوا إلى منصات التواصل الاجتماعي، وهم من الخبراء والممثلين والفنانين والرياضيين والسياسيين، وهم يمثلون قادة الرأي في مجالاتهم؛ نظراً لما يمتلكون من خبرات واسعة وقدرة عالية على التأثير في السلوكيات الشرائية لمتابعهم؛ نظراً لما يتمتعون به من خبرات ومن مصداقية وما ينالونه من ثقة متابعيهم،

والذي يتراوح ويفوق عددهم المليون متابع؛ إلا أنهم يمثلون أغلى أنواع المؤثرين من حيث التكلفة إذ أنهم يحصلون على مبالغ عالية في مقابل ما يقومون به من إعلانات .

وفي نفس السياق أضافت دراسة محرم (٢٠٢٠)أن المؤثرين من نوع المحدود والجزئي يعدون من أكثر فئات المؤثرين انتشاراً بمجال التسويق بالمؤثرين عبر منصات التواصل الاجتماعي، وتسعى المنظمات لبناء علاقات قوية معهم؛ بغرض التأثير على قرارات المستهلكين الشرائية وزيادة مستوى وعيهم بالعلامات التجارية، نظراً لانخفاض أسعارهم عن غيرهم من فئات المؤثرين، وبصفة خاصة المؤثرين من نوع التأثير العالي؛ ونظراً لزيادة معدل قدرتهم على الوصول إلى العملاء المستهدفين.

وفي سياقِ متصل، اختلف وجهات نظر الباحثيِن فيما يتعلق بالمشهور والمؤثر والتداخل بينهم، فنجد بعض الدراسات تشير إلى أن المؤثر والمشهور يختلفان عن بعضهما البعض في أن المؤثر يحصل على جمهوره من وسائل التواصل الاجتماعي (فيس بوك، انستجرام، تويتر، يوتيوب، سناب شات) ثم ينتقل في بعض الأحيان إلى وسائل الاتصال والإعلان التقليدية، أما المشهور فيبني شهرته وجمهوره عبر وسائل الإعلام التقليدية ثم ينتقل إلى وسائل التواصل الاجتماعي، ومن ثم فقد تمت الإشارة إلى أن **مفهوم المؤثر يعتبر أعم وأشمل**؛ كونه يتضمن المؤثرين والمشاهير، إذ أصبح لجميع المشاهير صفحات على وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة يقومون من خلالها بتقديم المحتويات الخاصة بهم، أضف إلى ذلك أن هناك من يُطلق كلمة المشهور على مشاهير المؤثرين الذين يتعدى عدد المتابعين لهم المليون متابع، كما يطلقون عليهم المشاهير الجدد كما أن المؤثر لن يستطيع الوصول إلى مرحلة التأثير على السلوكيات وقيادة الرأي ما لم يكن مشهور ومعروف لدى المتابعين (Burke,2017; Soma,2019; Guruge, 2018 ; شاهين،٢٠٢١؛ السيد والسيد،٢٠٢٢، Tahri & Benali, 2024، أبوالدهب وآخرون،٢٠٢٤).

كما أن هناك تشابه بين التسويق بالمؤثرين وبين التسويق الشفهي الالكتروني أو ما يسمي التسويق بالكلمة المنطوقة إلكترونياً E- WOM على اعتبار أن هذا المصطلح يشير لقدرة الشخص على التأثير على قرارات الآخرين من خلال نقل تجاربهم عن المنتج سواء كانت سلبية أو ايجابية، وهو ما يقوم به المؤثر إذ أنه يقوم بنقل تجاربه عن السلعة ومشاركتها مع متابعيه إلا أن التسويق بالمؤثرين يعتبر أشمل لاستهدافه بناء شراكات قوية مع المؤثرين للمدى البعيد، كما يمتلك المؤثرين قنوات خاصة يقدمون من خلالها محتوياتهم التي من خلالها يقومون بنقل المعلومات

والمعارف والخبرات والتجارب الخاصة؛ باعتبارهم خبراء متخصصون وموثوق فيهم في مجال معين (Johansen et al.,2017).

٢- أبعاد التسويق بالمؤثرين.

نظراً لأنه مفهوم التسويق بالمؤثرين متعدد الأبعاد ينطوي على جوانب خاصة بشخصية المؤثر، وجوانب خاصة بالمحتوى المقدم، والجوانب السلوكية والشخصية للمؤثرين Vrontis et al.,2021) ومن ثم فقد تعددت الأبعاد التي تناولها الباحثون ويوضح الجدول رقم (١) أهم تلك الأبعاد وأكثرها تناولاً من قبل الباحثين، على النحو الآتي:

جدول رقم (١) أبعاد التسويق بالمؤثرين

م	اسم الباحث والسنة	الأبعاد الفرعية للتسويق بالمؤثرين
١	(Awasthi and Choraria ,2015)	الخبرة – الجاذبية – المصداقية – الجاذبية – أداء المؤثر – معرفة المؤثر
٢	(Lim et al., 2017)	مصدر المصداقية – مصدر الجاذبية –مصدر التطابق – نقل المعاني
٣	(Rebelo,2017)	المصداقية – الجاذبية – الجدارة بالثقة – الخبرة
٤	(Kolo & Haumer,2018)	جودة المحتوى
٥	(Nam & dan,2018)	الثقة – جودة المحتوى – التوافق– مشاركة المستهلكين
٦	(Guruge,2018)	الجدارة بالثقة – الخبرة – الجاذبية – التطابق مع المنتج – الأصالة – التفاعل – المحتوى – عدد المتابعين
٧	(حامد ، ٢٠١٨)	المصداقية – الخبرة – الثقة – الجاذبية
٨	(Lou & yuan,2019)	الخبرة – الثقة – التطابق – التشابه – الجاذبية – قيمة المتعة – القيمة الإعلانية
٩	(Satria et al.,2019)	المصداقية – الخبرة – الجدارة بالثقة – الجاذبية – الإعجاب – التطابق
١٠	(Ki & kim,2019)	جودة المحتوى المقدم
١١	(الحريري، ٢٠١٩)	حديث المؤثرين عن العلامة – إعلانات المؤثرين حول العلامة – تجارب واستخدام المؤثرين حول العلامة
١٢	(Trivedi and Sama,2020)	الجاذبية – الخبرة
١٣	(Saima , Khanb ,2020)	الخبرة – الثقة – التطابق أو التشابه – جودة المعلومات أو جودة المحتوى – قيمة الترفيه
١٤	(Alam & FrImpong, 2020)	الخبرة – الجاذبية – الجدارة بالثقة – المصداقية
١٥	Vrontis et al.,2020	المصداقية – الخبرة – الجاذبية – الجدارة بالثقة – الشعبية – التطابق
١٦	; De Veirman et Argyris et al.,2020) (al.,2020	جودة المحتوى
١٧	(Giardino ,2021)	جودة المحتوى
١٨	(Jovanovska & Gavrilova,2021)	الثقة في المحتوى المقدم
١٩	(Deegan,2021)	المصداقية – الجدارة بالثقة – الكلمة المنطوقة إلكترونيا
٢٠	(Liu,2021)	المصداقية – العلاقات البارزة مع المتابعين
٢١	(Wei, L. Y et al., 2021)	الجدارة بالثقة – الخبرة – الجاذبية – الاحترام – التطابق

م	اسم الباحث والسنة	الأبعاد الفرعية للتسويق بالمؤثرين
٢٢	(AlFarraj et al.,2021)	الجدارة بالثقة – الجاذبية – الخبرة
٢٣	(شاهين ،٢٠٢١)	الجاذبية– المصداقية – الخبرة – الثقة – القرب من المعلن – جودة المحتوى
٢٤	(Kim and kim,2022)	التطابق – التفاعل – الافصاح عن الذات
٢٥	(السيد، السيد،٢٠٢٢)	الجدارة بالثقة – الجاذبية – الخبرة
٢٦	(Khurshid et al.,٢٠٢٤)	مصدر المصداقية– مصدر الجاذبية – الخبرة – مصدر التطابق
٢٧	(سعود،٢٠٢٥)	الخبرة – الجاذبية – المصداقية – جودة المحتوى

المصدر: من إعداد الباحثين في ضوء الدراسات السابقة.

وتأسيساً على الجدول رقم (١) هناك اختلاف في وجهات النظر بين الباحثين حول هذه الأبعاد: فمنهم من يرى أن هذه الأبعاد الفرعية والمتمثلة في: المصداقية، الجاذبية، الجدارة بالثقة، الخبرة، الإعجاب، التشابه، الألفة، التطابق أو الملائمة التي تعكس سمات شخصية للمؤثرين ما هي إلا أبعاد لمصداقية المؤثرين، والتي بدورها تمثل البعد الفرعي للتسويق بالمؤثرين، وذلك كما أشارت دراسة (الألفي والعياط،٢٠٢٣؛ دكروري وآخرون، ٢٠٢٢ ؛ AlFarraj et al.,2021). في حين يرى بعض الباحثين أن الأبعاد الفرعية تتمثل في الجدارة بالثقة، الجاذبية، الخبرة (Frimpong & Alam ,2020؛ السيد، السيد،٢٠٢٢)، إلا أن هناك من يرى أن الأبعاد الفرعية للتسويق بالمؤثرين تتمثل في مصدر المصداقية الذي يتمثل في: الخبرة، الجدارة بالثقة. ومصدر الجاذبية يتمثل في: الجاذبية، الإعجاب، التشابه أو التماثل، الألفة. ومصدر التوافق الذي يتمثل في: التطابق، الملائمة. (ملياني ، ٢٠٢٢؛ Lim et al.,2017؛ Sufian et al., 2021 ؛ Tahirah et al., 2020؛ Ghaffar,2020؛ Wei et al., 2021).

وفي ضوء ما سبق تم تناول التسويق بالمؤثرين من خلال أبعاده المتمثلة في: مصدر المصداقية، مصدر الجاذبية، مصدر التوافق، جودة المحتوى؛ لأن هذه الأبعاد الأكثر إلماماً كما أنها تضم داخلها مجموعة البنود الأكثر شيوعاً وتكراراً وتحقق التوافق والتكامل بين وجهات النظر المختلفة فيما يتعلق بالأبعاد الفرعية للتسويق بالمؤثرين، كما لا توجد دراسة تناولت هذه الأبعاد الفرعية مجتمعة –على حد علم الباحثين– ومن ثم نتناولها على النحو التالي:

البعد الأول: مصداقية المؤثر Influencer Credibility:

تعتبر المصداقية إحدى السمات الشخصية الإيجابية للمؤثر التي تؤدي دوراً حيوياً في التأثير على الرسالة التسويقية التي تسعى المنظمات إلى إيصالها للجمهور المستهدف من خلال المؤثرين (Dang, 2017)، كما أن مصداقية الشخص المؤثر تؤدي لتأثيرات إيجابية على مواقف

المستهلكين تجاه العلامة التجارية والسلوك الشرائي لهم (يونس،٢٠٢٠)؛ بسبب أن العملاء حينما يستوثقون من مصداقية المؤثرين وعدم تحيزهم في نقل الرسائل التسويقية فإنهم يصبحون أكثر استجابة للحملات التسويقية واتباعاً لما يقدمه المؤثر من نصائح بشكل إيجابي (Ao et al., 2023)، ويقصد بالمصداقية مستوى الثقة التي يدركها المتابعون والتي يتمتع بها الشخص المؤثر والتي تنعكس على الحكم الذي يصدره المتلقي للرسالة (المتابعون) عن درجة الوثوق بالمؤثر (الشوربجي،٢٠٢٢)، وتتعدد مصداقية المصدر إذ تتضمن الأنواع التالية:

- **مصداقية الرسالة:** يقصد بها مصداقية ما تحتويه الرسالة من بيانات ومعلومات بحيث لا تكون متحيزة، وأن تكون هذه المعلومات واضحة بحيث يستطيع مستقبل الرسالة (المتابعون) تفهمها والاستفادة منها.

- **مصداقية الوسيط / الوسيلة:** يقصد به ما تتصف به الوسيلة التي يتم من خلالها نقل البيانات والمعلومات من المصدر إلى المستقبِل من سمات إيجابية تجعل المتلقي يتفاعل بشكل ملائم، وتؤثر على قبوله للرسالة.

- **مصداقية المصدر:** تتضمن السمات الإيجابية التي يتمتع بها المؤثر، والتي تؤثر على تلقي المتابعين للرسائل والتفاعل معها بشكل إيجابي (Dang,2017)، وتتوقف درجة مصداقية المؤثر على بعدين فرعيين هما: الجدارة بالثقة، الخبرة. وبهما يزداد مستوى المصداقية المدرك لدى جمهور المتابعين (Erdogan, 1999 ؛ ohanin,1990) وفيما يلي يتناول الباحثين هذه الأبعاد بشيء من التفصيل:

١- **الجدارة بالثقة Trustworthiness:** هي علاقة تنشأ بين المؤثر والمتابعين له على مدار الوقت من خلال عمليات الاتصال التي تتم والتي تؤثر على تفاعلات المتابعين مع المؤثرين، كما يقصد بها المدى الذي يتمتع به المؤثر من نزاهة وإخلاص وصدق وأصالة في نقل المعلومات والخبرات من خلال التجارب التي ينقلونها عبر المحتويات المقدمة، والتي تعكس ما إذا كان ذلك يمثل رأيه الشخصي أم انه يتأثر بأطراف أخرى، الأمر الذي من شانه التأثير على المصداقية المدركة من قبل متلقى الرسالة (دكروري وآخرون، ٢٠٢٢؛ Ao et al., 2023؛ الألفي والعياط، ٢٠٢٣).

٢- **الخبرة Expertise:** يقصد بها ما يتمتع به المؤثر من كفاءة مدركة وفهم عميق وذلك في ضوء تعاملات جمهور المتابعين معه وآرائه ومواقفه السابقة ومعرفة المتابعين له وما يمتلكه من معارف ومهارات ومعلومات حول موضوع معين أو منتج ما بما يدفع جمهور المتابعين إلى الاعتماد على آرائه لما يقدمه من حجج منطقية مبنية على ما يمتلكه من معارف ومهارات ومعلومات وتجارب سابقة فى ذات المجال، ومن ثَمَّ يدفع أصحاب الأعمال والمنظمات إلى الاعتماد عليه في الترويج لمنتجاتها وذلك لأن ما يمتلكه من خبرة تنعكس على ثقة العملاء فيه الأمر الذي من شأنه أن يعزز ثقة العملاء في العلامة التجارية داخل السوق المستهدف (فرج، ٢٠١٩؛ Erdogan, 1999؛Rebelo,2017).

البعد الثاني: مصدر الجاذبية The Source of Attractiveness: يتضمن نموذج مصدر الجاذبية مجموعة العوامل أو الأبعاد الفرعية التي تتكامل مع بعضها البعض والتي يتم تضمينها عند تقييم الجاذبية؛ مما قد يجعل المستهلكين أكثر ميلاً وانجذاباً إلى المؤثر وأكثر تقبلاً لما يقدمه من معلومات وخبرات ومهارات من خلال الرسائل الإعلامية التي يقوم بها حول موضوع أو منتج معين، كما أن الدراسات قد أثبتت أن هناك علاقة ارتباط قوية بين جاذبية المصدر وبين موقف المستهلكين واتجاههم نحو العلامة ونيتهم إلى الشراء. ويتضمن نموذج الجاذبية ثلاثة أبعاد فرعية تتمثل في: الجاذبية، الإعجاب، التشابه أو التماثل، الألفة (ملياني،٢٠٢٢؛ فرج، ٢٠١٩؛ Ghaffar, 2020 ; Khalid et al., 2018) ويتناول الباحث هذه الأبعاد بشيء من التفصيل على النحو التالي:

١- **الجاذبية Attractiveness:** يقصد بها ما يتمتع به المصدر(المؤثر) من سمات جسدية وعاطفية محبوبة ومميزة ومألوفة وممتعة للملاحظة وقادرة على جذب انتباه الجمهور بشكل فعال (دكروري وآخرون ، ٢٠٢٢، ص ٥)، وفى ذات السياق أشارت العديد من الدراسات إلى أن الجاذبية والتي تعكس الإدراكات والارتباطات الإيجابية في أذهان المستهلكين بينهم وبين المؤثرين لا تستلزم فقط الجاذبية الجسدية Physical Attractiveness وانما تتخطاها لتشمل الجوانب الخاصة بممارسة الرياضة واللياقة البدنية، والمظهر الخارجي، والكاريزما، والجمال، والخصائص السيكوجرافية. وأن الجاذبية تؤثر بشكل مباشر على فاعلية الرسالة الإعلانية، وتزيد من إيجابية تلقي المتابعين لتلك الرسائل وتقبلها والانجذاب اليها وتركيز الاهتمام عليها والاقتداء بها (Erdogan , 1999 ; Koay et al., 2021).

٢- **الإعجاب Likability** : يتضمن السمات السلوكية والمظهر الخاص للمؤثر إذ كلما ارتقت السمات السلوكية للمؤثر واتسم مظهره الخاص بالاناقة؛ فإن ذلك يؤثر بشكل إيجابي على جمهور المتابعين من المستهلكين (فرج ،٢٠١٩ ، ص ١٥٣)، كما يمكن الإشارة إلى أن الإعجاب يتعلق بشغف متلقي المعلومات بمصدر المعلومات لما يمتلكه من سمات وسلوكيات إيجابية خاصة بالشخصية أو لمظهره الخارجي وشخصيته، وهي تمثل أحد العوامل ذات التأثير الإيجابي على موقف المستهلكين واتجاهاتهم نحو العلامة التجارية ونيتهم للشراء (Tahirah et al., 2020,p 2592).

٣- **التشابه / التماثل Similarity**: يقصد به التشابه في الحاجات والأهداف والاهتمامات والأساليب والأنماط الحياتية والمبادئ والتراكيب السكانية والخلفيات والمواقف الاجتماعية التي يمكن ملاحظتها بين المؤثر (مصدر الرسالة الإعلانية)، وبين المتلقي (جمهور المتابعين من المستهلكين) حيث يشعر الفرد أن لديه عوامل مشتركة كالقيم والمعتقدات والمصالح والسمات الشخصية بينه وبين المؤثر مما يجعل المتابعين يتبنون مواقف وسلوكيات وأفكار المؤثرين (دكروري وآخرون ، ٢٠٢٢ ؛ Tahirah et al., 2020).

٤- **الألفة Familiarity** : يقصد بها مستوى الراحة النفسية بين مصدر المعلومات ومتلقيها، والتي تنتج من خلال تجارب المستهلكين للمنتجات أو العلامات التجارية والتي تم جمعها من قبل المستهلكين من خلال التعامل المباشر وغير المباشر مثل الكلام الشفهي والتعرض الإعلاني، كما انه كلما زادت درجة الألفة كلما انعكس ذلك على مستوى إيجابية تلقي المستقبل للمعلومات وقبولها، وينعكس بدوره على المستهلكين واتجاههم نحو العلامة التجارية ونيتهم للشراء (Tahirah et al., 2020).

البعد الثالث: توافق المنتج مع المؤثر Match – up Product :

أشارت العديد من الدراسات إلى أن التوافق بين المؤثر والعلامة التجارية من حيث الصورة الذهنية للمؤثر والسمات والمنافع يمثل عنصراً من عناصر النجاح الحرجة للاستراتيجية التسويقية، إذ انه ليس بالضرورة أن الإعلان من خلال المؤثر ناجح مع كل العلامات وانما فاعلية ونجاح الإعلان تتوقف على درجة التوافق بين طرفي عملية الاتصال، ومن ثَم يتضمن نموذج توافق المنتج

مع المؤثر عنصرين مهمين هما: الملاءمة، والتطابق (حامد، ٢٠١٨؛ ملياني،٢٠٢٢) والتي يتناولها فيما يأتي:

١- ملائمة المؤثر للمنتج Product–influencer fit:

يقصد به أن يظهر المؤثر بصفته المتحدث الرسمي عن العلامة متوافقاً ومتناسباً مع خصائص المنتج؛ مما يؤدي إلى خلق اتجاه إيجابي نحو العلامة من قِبل المتابعين من المستهلكين، حيث أن هذا التوفق ينعكس بشكل مباشر على نية المستهلكين للشراء فعلى سبيل المثال: إذا كان المؤثر مصممة أزياء فمن الأفضل أن تقوم بالإعلان عن مستحضرات التجميل والأزياء؛ وذلك لسببين: أحدهما ما تمتلكه من خبرة في المجال يجعل المتلقي على يقين بان المؤثر لديه من المعرفة والمهارة ما قد يفيده في قراره، والسبب الثاني ملاءمة المؤثر لما يقوم بالإعلان عنه من منتجات (حامد، ٢٠١٨؛ Janssen et al., 2022).

٢- تطابق المؤثر على المنتج Influencer congruence:

يعكس وجود توازن بين سمات العلامة التجارية، وبين سلوكيات المؤثر، ويمكن قياس ذلك من خلال درجة الملاءمة بين المؤثر والمتلقي، فكلما زادت درجة التطابق بين طرفي الرسالة التسويقية؛ أدى ذلك إلى زيادة فاعلية عملية الاتصال، وزاد من جذب انتباه المتلقي للرسالة، كما أن ارتفاع درجة التطابق بين المؤثر والعلامة كلما انعكس ذلك على نية المستهلك للشراء (Kalu ,2019).

البعد الرابع: جودة المحتوى Quality Content:

تشير إلى أصالة ما يقوم المؤثرون بنشره على صفحاتهم من محتوى بحيث يكون هذا الرأي يتسم بالنزاهة والشفافية ويكون صادقاً نابعاً من خبراته الشخصية وتجاربه، وما يملكه من معارف ومهارات ومعلومات في هذا المجال وليس نتيجة لوجود رعاية إعلانية؛ وذلك تجنبا لما يقوم به المتابعون من عمليات تشكيك حول ما يقدمه المؤثرون من آراء (دكروري وآخرون، ٢٠٢٢)، ليس هذا فحسب بل أن تتسم المعلومات التي يتضمنها المحتوى المقدمَة بالدقة والوضوح والصدق والحداثة والموضوعية ويراعي الجوانب الجمالية في طريقة العرض بما يعكس احترافية المؤثر وتمكنه من أدواته، وبحيث يكون جاذباً لانتباه المتابعين، وأن يتوافق مضمونه مع الأهداف التي تسعي المنظمة إلى تحقيقها، حتى تستطيع أن تكون قاعدة لما يقوم به المستهلكون من قرارات (Zhang& Choi ,2022;Tahri & Benali,2024؛ عبيد، ٢٠٢٠).

- سلوك المستهلك الإلكتروني Online Consumer Behavior:

اتفقت عدة دراسات (موسى، ٢٠٢٢؛ القرشي،٢٠٢١؛ سالم وآخرون،٢٠٢١؛ عبدالله وآخرون، ٢٠٢٢ ؛ مصطفى و بوعلام ، ٢٠٢٢؛ Trejo,2021؛ Khurana & Kaur, 2017) على أن سلوك المستهلك الإلكتروني لا يختلف عن سلوك المستهلك التقليدي إلا في أن مراحل القرار الشرائي تتم من خلال استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة والرقمية عبر الانترنت، لذا يشير سلوك المستهلك الإلكتروني إلى كافة الأنشطة والتصرفات التي يمارسها المستهلك، والقرارات التي يتخذها عند قيامه بشراء المنتج أو الخدمة والتي تشبع احتياجاته وتلبي رغباته وحتى استهلاكه لها والتخلص منها من خلال الوسائل الإلكترونية عبر الانترنت، وذلك في كافة المراحل سواء قبل أو أثناء أو بعد إتمام عملية الشراء وذلك في ضوء ما تعرض له المستهلك من منبهات ومثيرات، تتمثل في: فئات المنتجات، والخدمات المختلفة الموجودة في البيئة المحيطة.

١- العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك الإلكتروني:

اختلف الكتاب والباحثون حول العوامل التي تؤثر على سلوك المستهلك الإلكتروني، ويظهر النقاش السائد بين آراء ووجهات نظر الكتاب والباحثين في مجال سلوك المستهلك الإلكتروني حول العوامل المؤثرة على عليه، فنجد بعضهم يرى أن أهم العوامل تتمحور حول السعر والثقة والراحة كما ذكرت دراسات (Dumitrescu et al.,2015 ؛ Hassliger et al., 2007)، ومنهم منُ يرجع هذه العوامل إلى المخاطر التي يدركها المستهلك حال تعامله مع التسوق الإلكتروني كالمخاطر المالية ومخاطر المنتج و الخاصة بأدائها ومخاطر الراحة ومخاطر التسليم ومخاطر الاسترجاع كما أشارت دراسات (Tariq et al., 2016 ; Tham et al., 2019 ; Al hamli et al., 2023)، ومنهم من ذهب إلى أن العوامل المؤثرة على سلوك المستهلك الإلكتروني تتمثل في الدمج بين الاتجاهين السابقين إذ تتمثل تلك العوامل في : السعر، الثقة، الخبرة، المخاطر المدركة بأنواعها المختلفة كما أوضحت دراسات كل من (Adwan et al.,2021 ؛ Shahzad , 2015)، كما أضاف البعض جودة السوق وتصميمه والمنافع المدركة من وراء ذلك كالسهولة والمتعة والأمان والخصوصية في عمليات التسوق ووجود النية المستقبلية للقيام بعمليات التسوق الإلكتروني وتعدد بدائل الدفع وتنوع السلع والبدائل لها كما بينت دراسات (Veluchamy et al., 2021 ; Daroch et al., 2020 ;Kumar & Dadapeer, 2022)، بينما قسمها البعض إلى

عوامل شخصية وعوامل نفسية وعوامل اجتماعية وعوامل ومحفزات تسويقية (Veluchamy et al., 2021 ؛ مصطفى وبوعلام ،٢٠٢٢؛ Cetina er al.,2012 ; Tahri & Benali,2024).

ويخلص الباحث – مما سبق – إلى انه يمكن التوفيق بين تلك الوجهات والآراء بحيث يمكن الخروج بنموذج واضح يشتمل على جميع هذه الأفكار، يتمثل في العوامل التالية:

- **العوامل الشخصية:** والتي تتضمن الخصائص الديموغرافية للأفراد، مثل: العمر، المستوى التعليمي، الخبرات السابقة، النوع، التركيبة السكانية.
- **العوامل الاجتماعية:** والتي تتضمن العائلة، والأصدقاء، والطبقة الاجتماعية، والجماعات المرجعية، والمؤثرين الاجتماعيين، وتجارب المستهلكين الآخرين.
- **العوامل الثقافية:** كالقيم، والمعتقدات، والاتجاهات نحو البيئة الرقمية، والتسوق الإلكتروني والتفضيلات الشرائية.
- **العوامل النفسية:** والتي تنطوي على الشعور بالثقة، والأمان، والخصوصية، والراحة، والإدراكات المختلفة للمنافع المترتبة والمخاطر المتوقعة، وما يترتب على ذلك من توافر النية المستقبلية للشراء الإلكتروني.
- **العوامل التكنولوجية:** والتي يقصد بها توافر الإمكانيات المادية كالأجهزة والبرامج التي من شانها أن تدعم التسوق الإلكتروني، وتوافر نقاط الانترنت، وبرامج الحماية الإلكترونية من الاختراقات، والقدرة على التعامل مع الوسائل التكنولوجية والمواقع الإلكترونية، وجودة الموقع وتصميمه وجاذبيته، والموثوقية، وسهولة الاستخدام الخاصة به.
- **العوامل التسويقية:** من حيث العروض الترويجية، وتشكيلة المنتجات، وأداء المنتجات، وخصائصها، وسياسات الاستبدال والاسترجاع، وتوافر خدمات العملاء في مراحل القرار الشرائي المختلفة، وتوافر المعلومات الكافية التي يحتاجها المستهلكون عن المنتجات.
- **العوامل الاقتصادية:** وتنطوي على مستوى الدخول، والميل للادخار، وأسعار المنتجات التي يسعى إليها الأفراد، وأسعار السلع البديلة، وطرق الدفع.

٢- أبعاد سلوك المستهلك الإلكتروني:

يتناول الباحث في الجزء التالي الأبعاد الفرعية للمتغير التابع والمتمثل في سلوك المستهلك الإلكتروني وذلك وفقا لنموذج النية والتبني والاستمرارية إذ انه يمثل أولي المحاولات الخاصة بتفسير

سلوك المستهلك الالكتروني، بالإضافة لأنه يمثل نتاج الدمج بين نموذجين هامين من نماذج تفسير سلوك المستهلك وهما نموذج الفعل المنطقي ونظرية التوقع على النحو التالي:

أ)- النية للشراء الإلكتروني Consumer Online Purchase Intention :

فقد عُرفت على انها: تفضيل المستهلك لشراء منتج أو خدمة معينة (Younus et al., 2015)، وعرفت أيضًا انها رغبة المستهلك في شراء منتج أو خدمة معينة عبر الانترنت في ظل ظروف معينة. (Cozer,2018)، كما تعرف على انها تخطيط الفرد لإجراء عمليات شراء السلع والخدمات في المستقبل. (Jin et al., 2015,p102)، فيما تناولها البعض على انها الحالة التي يُقبل الشخص أو يرغب في شراء منتج أو خدمة لعلامة تجارية معينة. (Cahyanaputra et al.,2022)، بينما عُرفت بانها رغبة الشخص في الانخراط في التسوق الإلكتروني بغرض شراء المنتج أو الخدمة ذات العلامة التجارية التي تم تقييمها مسبقاً عبر الإنترنت (Chan1 et al.,2020)، كما يمكن تعريفها على انها عامل يساعد على توقع قيام المستهلك بسلوك معين. (Nurillaha et al., 2022). وعُرفت أيضًا بانها بيان لعقلية المستهلك التي تعكس خطة لشراء منتج لماركة معينة عبر الانترنت.(Prianika & Bertuah , 2023)، فيما وصفت على انها أحد المكونات التحفيزية أو الدافعية لسلوك المستهلك في التجارة الإلكترونية وانها تمثل سيناريو يرغب الأفراد – من خلاله – في شراء منتج أو خدمة عبر المنصات الإلكترونية ومواقع الانترنت.(Ishak & Harun , 2023)، وعُرفت انها رغبة المستهلكين المدركة أو المتصورة في شراء منتج أو خدمة معينه عبر مواقع الانترنت (Athapaththu & Kulathunga , 2018)، وذُكر أن نية الشراء يقصد بها أيضًا احتمالية قيام المستهلك بشراء منتج أو خدمة معينة عبر المواقع الإلكترونية. (Sam & Tahir , 2009)، وعرفها البعض بانها الحلقة السلوكية التي تربط بين اتجاهات المستهلك وسلوكه الشرائي عبر الانترنت. (عثمان وعقيل،٢٠٢٢)، وعُرفت بدلالة نظرية السلوك المخطط بانها بذل الجهد في تصفح مواقع التسوق الإلكتروني بغرض شراء منتج محدد يتوافق مع المعايير الذاتية للفرد وفق تسلسل أدائي محدد بقدرة معرفية. (إلياس وأبالخيل،٢٠٢٣).

وبناء على التعريفات السابقة التي تناولت النية للشراء فان الباحث يخلص إلى أن النية للشراء الإلكتروني تعني: انها نشاط انساني مخطط يبنى على ميول وتفضيلات الفرد تجاه شراء منتج أو خدمة ذات علامة معينة من خلال تقييمها عبر تصفح مواقع التسوق الإلكتروني عبر الانترنت

وتمثل حلقة سلوكية تربط بين اتجاهات الأفراد وسلوكياتهم، كما انها تمثل أحد المكونات التحفيزية للسلوك."

وتسعى المنظمات إلى التعرف على نوايا المستهلكين الشرائية والتي تمثل محور اهتمام المسوقين؛ لان ذلك يمكنهم من التعرف على حاجات ورغبات المستهلكين، ومن ثم السعي لتوفير هذه الحاجات والرغبات بما يحقق الإشباع لديهم ليس هذا فحسب، ولكن يمتد الأمر لتكوين قاعدة معلوماتية عن التغيرات في أنماطهم الشرائية، أي : انها تعتبر أداة للتنبؤ بعملية الشراء، ومن ثم تمثل أحد الأعمدة الرئيسة لها عند بناء إستراتيجيتها التسويقية. (عبد الحميد وآخرون ،٢٠٢٢). وتماشياً مع ما سبق يشير البعض إلى أن نية الشراء تتبلور لدى المستهلك في مرحلة تقييم البدائل المتاحة، حيث أن المعلومات التي يجمعها المستهلك حول البدائل المتاحة والتي يعتمد عليها لتقييم البدائل تساعد في تكوين النية لشراء المنتج وترسيخها، أو الاعراض عن ذلك. أي أن النية هي: إعداد وتحضير ذهني للفرد للقيام بسلوك معين، أضف إلى ذلك انها تمثل مؤشرا لرضا المستهلك عن السلعة أو الخدمة التي يرغب في شرائها، وأنها قد تكون قادرة على إشباع احتياجاته خاصة إذا كانت عملية الشراء ليست الأولى وانها تكرار لعملية الشراء. (Younusα et al., 2015 ؛ عثمان وعقيل، ٢٠٢٢ ؛ Nagaty & Abdelwahab , 2021).

ب)- شراء المستهلك عبر الانترنت (Consumer Online Purchase (Adoption :

فقد اتفق كل من (Setiawan et al., 2020 ؛ Sultan & Uddin, 2011 ؛ Zaidi et al., 2014؛ Angamuthu, 2020؛ Saleh,2015؛ Daroch et al.,2020 ؛ Nurfajrinah et al.,2017) على انها العملية التي يشتري ويدفع من خلالها العملاء المنتجات والخدمات مباشرة من المتجر دون وجود قناة وسيطة وذلك عبر مواقع الانترنت .

وقد ألقت التداعيات التي فرضتها جائحة COVID 19 بظلالها على السوق المصري وخاصة انه يمتلك من الإمكانيات والفرص التي تدعم قدرتها على نمو حجم التجارة الإلكترونية بشكل قوي حيث أصبح أكثر من ٥٣% من المصريين من المتسوقين عبر مواقع التسوق الإلكتروني، كما أوضحت الدراسة أن أكثر من ٦٥% من المتسوقين المصريين عبر مواقع التجارة الإلكترونية تتراوح أعمارهم بين ١٨ – ٢٥ عاما. (الحداد والغواص ،٢٠٢٠).

في ضوء ما سبق يمكن لنا فهم عقلية المستهلك والمحفزات التي تكمن وراء تبني المستهلك للشراء الإلكتروني في ضوء عملية الاختيار والتقييم والقبول التي يقوم بها عند عملية الشراء

الإلكتروني، وذلك من خلال الدمج بين ما جاءت به كل من نظرية قبول التكنولوجيا والخاصة بتقييم الفرد لمدى سهولة استخدام التكنولوجيا بالمقارنة بما يترتب على ذلك من منافع، ونظرية المخاطر المدركة وهو الأمر الذي من شانه أن يبرز أسباب تبني المستهلكون للشراء الإلكتروني عبر مواقع الانترنت. أي: أن المستهلك يقارن استخدام مواقع الانترنت بغرض التسوق بين المنافع والمخاطر المدركة من جانب، وسهولة الاستخدام من جانب آخر. ليس هذا فحسب ولكن يمتد الأمر إلى الضمانات التي يقدمها المسوقون حول مستويات الأمان والثقة وغيرها من العوامل التي تؤثر على قرار المستهلك للشراء الإلكتروني وهو ما سبق الحديث عنه انفا (Hui Li & Wen Huang , 2009).

وتسعى المنظمات لتكوين فهم أعمق حول أسباب تبنى المستهلكين للشراء عبر الانترنت، وأسباب إعراضهم عنها؛ وذلك حتى يتسنى لها القيام بدورها فيما يتعلق بتدعيم العوامل التي من شانها قيام المستهلك بالشراء الإلكتروني عبر مواقع الانترنت والعمل على إيجاد حلول للمعوقات أو العقبات التي من شانها الحد من قيام المستهلك بالشراء الإلكتروني وهي الخاصة بما يدركه المستهلك من مخاطر عبر جهودها التسويقية المختلفة، بالإضافة إلى التعرف على أذواقهم وتفضيلاتهم حتى تستطيع إشباع احتياجاتهم (Al-maghrabi & Dennis ; 2010).

ج)- إعادة شراء المستهلك عبر الانترنت Consumer Online Repurchase (Continuance):

ويقصد بها: ميل المستهلك إلى شراء ما يحتاجه من السلع والخدمات من خلال نفس الموقع الإلكتروني.

(Leclercq-Machado et al., 2022)، كما عُرفت بانها : درجة الاقتناع الإدراكي للعميل بإعادة شراء منتج أو خدمة من خلال نفس المتجر عبر مواقع الانترنت . (Priscillia et al.,2020)، وعُرفت أيضًا بانها: رغبة المستهلكين في إعادة شراء المنتجات والخدمات التي تم استخدامها سابقا عبر نفس الموقع الإلكتروني وذلك بناء على التجارب السابقة. (Munte1 et al., 2022). فيما عُرفت بانها: إجراء ما بعد الشراء يتعلق برغبة العملاء في تكرار عملية الشراء للسلع والخدمات من نفس الموقع الإلكتروني.(Febriani & Ardani ,2021)، كما عرفت على انها : إعادة شراء السلع والخدمات الذي شعر المستهلك في السابق بجودتها والفوائد المترتبة على

استخدامها.(Mustikasari et al., 2021)، وعرفت على انها: الانخراط في إعادة شراء السلع والخدمات والكلام الشفهي الإيجابي للتوصية باستخدام تلك السلع والخدمات.(Phuong & Trang 2018,)، فيما عُرفت أيضًا بانها : قرار الفرد بإعادة شراء السلعة أو الخدمة من نفس الموقع الإلكتروني بناء على الحالة الحالية وفي ظل الظروف المحتملة. (Nag &Gilitwala, 2019)، ومن خلال مطالعة التعريفات السابقة يخلص الباحث إلى أن عملية إعادة شراء المستهلك عبر الانترنت تتمثل في: قرار المستهلك بإعادة شراء السلع والخدمات التي تشبع احتياجاته ورغباته والتي سبق للمستهلك استخدامها وأثبتت صلاحيتها للاستخدام من خلال التجربة ومن خلال الاقتناع الناتج عن المقارنة بين المنافع المدركة والمتوقعة والتي بلورت لديه اتجاهات إيجابية نحوها دفعته للتوصية بها للأفراد في الإطار المحيط به.

يُعد الهدف الأساسي الذي تسعى إليه المنظمات هو ضمان قيام العملاء بتكرار شراء احتياجاتهم من بين تشكيلة السلع وفئاتها أو الخدمات التي تقدمها وذلك في طريقها للحفاظ على بقائها واستمراريتها وزيادة قدرتها على المنافسة، الأمر الذي يستوجب عليها دراسة سلوكياتهم وتحليلها، والتعرف على دوافعهم الشرائية لما لذلك من أهمية بالغة للنشاط التسويقي بها، كما أن تكرار المستهلك لعملية الشراء من المنظمة يعد دليلا على رضا العملاء وولائهم لما تقدمه المنظمة من سلع وخدمات تحقق الإشباع المرغوب لهم وتقدم لهم قيمة عالية في مقابل ما يدفعون من سعر، ومن ثم يعد انعكاساً لنجاح المنظمة، كما أن لإعادة الشراء أبعاداً أساسية تتمثل في :

ان عملية إعادة الشراء تعكس توقع حدوث سلوك معين في ضوء المقارنة بين المنافع المدركة والمتوقعة في ظل ظروف معينة.

ان عملية إعادة الشراء تعكس مجموعة من الاتجاهات التي تكونت لدى الفرد، والتي تنبع من التجربة، وتتضمن: بعداً معرفياً خاصاً بما نتج لدى الفرد من معارف عن السلع والخدمات، وبعداً عاطفياً يتعلق بالميل إلى إعادة الشراء من عدمه في ضوء ما تكون لدى الفرد من معارف، ثم البعد السلوكي المتعلق بقيام الفرد بإتمام عملية تكرار الشراء.

ان هناك فرقاً بين نية الشراء، ونية إعادة الشراء: فالأولى تعكس مرحلة ما قبل الشراء وتكون مبنية على ما تم جمعه من معلومات ومن آراء المستهلكين الآخرين أو تذكيات المؤثرين وقادة الراي، أما الثانية فهي: تعكس مرحلة ما بعد القرار الشرائي وتكون مبنية على ما تكَوَّن لدى الفرد من خبرات

ناتجة عن التجارب المباشرة له من المنظمة، ولكن كليهما يتفقان في انهما مستقبليان. (جسام ،٢٠١٦)

وتماشياً مع ما سبق يري البعض انه: في ظل بيئة الأعمال التنافسية التي تعمل فيها المنظمات أصبح من الأهمية بمكان الحفاظ على نية إعادة الشراء لدى العملاء الحاليين، وتجنب سلوكيات تحول العملاء؛ وذلك للحفاظ على استمرار عمليات المنظمة وكسب مزايا تنافسية. وأرجعت الدراسات ذلك الأمر إلى أن تكلفة جذب عملاء جدد تفوق بمقدار ٥ أضعاف التكلفة التي تتحملها المنظمة للحفاظ على العملاء الحاليين. كما أضافت الدراسة ثلاثة انواع لمشتريات العملاء، تتمثل في: مشتريات تجريبية، مشتريات متكررة، مشتريات الالتزام على المدى الطويل. (حسن وآخرون، ٢٠١٦)

وفي نفس السياق فقد أشارت دراسة (زيداني ،٢٠١٣ ؛ محمود،٢٠٢٠) إلى أن عملية إعادة الشراء تأتى كمؤشراً ونتاجاً لولاء العملاء إذ يعنى الولاء الالتزام القوي والعميق بإعادة شراء المنتج بشكل متسق مستقبلاً، وذلك على الرغم من الجهود التسويقية التي تبذلها المنظمات الأخرى بغرض انتهاج العميل سلوك تحويلياً عن منتجات المنظمة التي يُكِن العميل لها الولاء، كما أن الولاء يجعل العميل يشعر بالانتماء تجاه المنظمة التي ينعكس على نية إعادة الشراء، كما تدفعه إلى التوصية بمنتجات المنظمة إلى دائرة المعارف والمقربين، أي: يمكن القول أن نية إعادة الشراء دليل أو مقياس للولاء.

وتنوعت الدراسات التي تناولت علاقة التأثير للتسويق بالمؤثرين على سلوك المستهلك الالكتروني إذ تناولت بعض الدراسات دراسة تأثير التسويق بالمؤثرين من خلال (مصداقية المؤثر، الجاذبية، توافق ومطابقة المؤثر للعلامة التجارية، جودة المحتوى) على نية الشراء كأحد المتغيرات الفرعية لسلوك المستهلك الإلكتروني (سعود،٢٠٢٥، سلام، ٢٠٢١، Nam & Dân, 2018 ; Niloy et al.,2023 , 2020 ; Frimpong & Khurshed ,2020 ; Botelho ,2018; Tahri& Benali,2024 ; Khurshid Abdullah, et al; Saif & Maheshwari ,2023 , et al.,2024 ; وخلصت نتائجها إلى أن هناك علاقة تأثير للتسويق بالمؤثرين من خلال أبعاده الفرعية على نية الشراء الإلكتروني كأحد المتغيرات الفرعية لسلوك المستهلك الإلكتروني. فيما تناولت بعض الدراسات الأخرى تأثير التسويق بالمؤثرين على سلوك المستهلك الإلكتروني بصفة

عامة دون التطرق لأبعاده الفرعية (Barta et al.,2023 ; Abed & Ali, 2019 et al.,2019 ; Jain).

- في ضوء ما سبق، تختلف الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة _ على حد علم الباحثين _إذ لا توجد دراسة تناولت تأثير التسويق بالمؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي في سلوك المستهلك الإلكتروني بالتطبيق على القطاعات الخدمية في مصر.
- على حد علم الباحثين لا توجد دراسة تناولت أثر التسويق بالمؤثرين على سلوك المستهلك بأبعاده الثلاثة: النية، التبني، الاستمرارية مجتمعين، ولكن ما تم هو تناول أحد أبعاد سلوك المستهلك الفرعية فقط والمتمثلة في نية الشراء بصفة عامة وفي بيئة الأعمال المصرية بصفة خاصة سوى دراسة (سلام ٢٠٢١).
- على حد علم الباحثين لا توجد دراسة تناولت أبعاد التسويق بالمؤثرين الأربعة بأبعادهم الفرعية مجتمعين (مصدر المصداقية، مصدر الجاذبية، مصدر التوافق، جودة المحتوى) وهو ما ستتبناه الدراسة الحالية، كما أن هناك ندرة في الدراسات العربية في تناول جودة المحتوى كأحد أبعاد التسويق بالمؤثرين سوى دراسة (سعود،٢٠٢٥) وذلك على خلاف الوضع في الدراسات الأجنبية وهو ما سيتناوله الباحث نظراً لاختلاف الثقافات العربية عن الغربية في طبيعة المحتويات التي يتم صناعتها وتقديمها والمعايير الخاصة بها.

وبناء على ما سبق يمكن صياغة **الفرض الرئيس على النحو التالي**" **توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التسويق بالمؤثرين (مصدر المصداقية، مصدر الجاذبية، مصدر التوافق، جودة المحتوى) وسلوك المستهلك الإلكتروني لعملاء الهيئة القومية للبريد المصري**" وينبثق عن هذا الفرض أربعة فروض فرعية على النحو التالي:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصدر المصداقية وسلوك المستهلك الإلكتروني لعملاء الهيئة القومية للبريد المصري محل البحث.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصدر الجاذبية وسلوك المستهلك الإلكتروني لعملاء الهيئة القومية للبريد المصري محل البحث.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مصدر التوافق وسلوك المستهلك الإلكتروني لعملاء الهيئة القومية للبريد المصري محل البحث.

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة المحتوى وسلوك المستهلك الإلكتروني لعملاء الهيئة القومية للبريد المصري محل البحث.

حدود البحث:

تمثلت حدود البحث في العناصر التالية:

١- **الحدود المكانية:** اقتصر البحث الحالي على عملاء الهيئة القومية للبريد المصري بقطاع مصر العليا والذي يشتمل على المحافظات التالية (سوهاج، قنا، الأقصر، أسوان، البحر الأحمر).

٢- **الحدود الموضوعية:** اقتصر البحث الحالي على تناول التسويق بالمؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي كمتغير مستقل من خلال أبعاده (مصدر المصداقية، مصدر الجاذبية، مصدر التوافق، جودة المحتوى)، وسلوك المستهلك الإلكتروني كمتغير تابع.

٣- **الحدود الزمنية:** تم تجميع بيانات البحث الحالي خلال شهري أغسطس وسبتمبر لعام ٢٠٢٤م.

منهجية البحث:

تتمثل منهجية البحث في النقاط الرئيسية التالية:

١- **مجتمع وعينة البحث:** تمثل مجتمع البحث في عملاء الهيئة القومية للبريد المصري، ونظراً لما يتسم به مجتمع البحث من كبر حجم، وأنه غير محدود، وليس له إطار أو كشف بأسماء وعناوين مفرداته، لذا اعتمد الباحثين على أسلوب العينة بدلاً من أسلوب الحصر الشامل، وقد تم اختيار عينة البحث من هذا المجتمع عبر المراحل التالية:

أ) وحدة المعاينة: وهي تمثل تلك المفردات التي تم توجيه قوائم الاستقصاء إليها، والمتمثلة في عميل الهيئة القومية للبريد المصري بقطاع مصر العليا محل البحث.

ب) عينة البحث: اعتمد الباحثون على أسلوب العينات بسبب كبر وضخامة حجم مجتمع الدراسة وصعوبة الوصول لجميع مفردات، بالإضافة للقيود الخاصة بالتكلفة والوقت، وقد تم الاعتماد على عينة النهر (عينة الإنترنت الاعتراضية)،إذ إن عينة النهر تُنشأ باستخدام أي أجهزة أخري عبر الإنترنت تدعو زوار الموقع للمشاركة في ملء الاستبيان، ال"نهر"هو تدفق مستمر من زوار الموقع، وتلك الدعوات تأخذ الردود بشكل مجازي من نهر الإنترنت وبالتالي، تعترض عينة النهر زوار الموقع، من جمهور المنتجات والخدمات المستقصي عنها ربما حتى باستخدام إجراءات اختيار عشوائي. وبالطبع، يمكن أن تحتوي الاستبيانات عبر الإنترنت على أسئلة مانعة حتى

يُسمح فقط للمؤهلين بالمشاركة في الاستبيان، وإطار عينة النهر هو تدفق الزوار الذين يزورون الموقع الذي توجه من خلاله الدعوة، وتعتبر عينة النهر عينات عشوائية من هذه الإطارات العينية طالما أن الدعوات ليست غير عادية من حيث المدة أو المظهر أو الصلة (Burns&veeck,2020)

ج) حجم العينة: نظراً لكون مجتمع البحث ليس له إطار، وأنه غير متجانس من حيث (العمر، المستوى التعليمي، النوع، طبيعة استخدام الخدمات البريدية المقدمة)؛ وعليه تم تحديد حجم العينة في ضوء افتراض أن مجتمع الدراسة أكبر من ٥٠٠٠٠٠ مفردة، وبمستوى ثقة ٩٥%، وبنسبة خطأ معياري مسموح به قدرها (+ –) ٥ % (بازرعة، ١٩٨٩)، ونسبة وجود الظاهرة ٥٠% ونسبة عدم وجودها ٥٠% فان حجم العينة = (٣٨٤) مفردة (تم حساب حجم العينة من خلال الموقع https://select-statistics.co.uk/calculators/sample-size-calculator-population-proportion/)، ولمواجهة احتمالات عدم الرد من بعض المفردات، أو نتيجة لاستبعاد بعض القوائم لأي سبب تم زيادة حجم العينة بمقدار ١٠ % لتصبح (٤٢٢) مفردة، ويعرض الجدول رقم (٢) توزيع حجم العينة التي تم تحديدها على مكاتب البريد بقطاع بريد مناطق مصر العليا.

جدول رقم (٢) توزيع مفردات العينة من عملاء البريد المصري على مكاتب البريد بالمناطق البريدية بقطاع مصر العليا

البيان	منطقة بريد سوهاج	منطقة بريد قنا	منطقة بريد الأقصر	منطقة أسوان	منطقة البحر الأحمر	الإجمالي
عدد مكاتب	٢٩١	١٨٤	٩٧	١٦٣	٤١	٧٧٦
حجم العينة	١٥٨	١٠٠	٥٣	٨٩	٢٢	٤٢٢
النسبة المئوية	%٣٧.٤٤	%٢٣.٧٠	%١٢.٥٥	%٢١	%٥	%١٠٠

المصدر: مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار بقطاع مناطق بريد مصر العليا، ٢٠٢٣م

٢- متغيرات البحث وكيفية القياس:

٢/١- المتغير المستقل: التسويق بالمؤثرين Influencer Marketing: تم قياسه عن طريق الاعتماد على التأصيل النظري للتسويق بالمؤثرين، في صورة مجموعة من العناصر الفرعية لكل بعد من الأبعاد الفرعية للتسويق بالمؤثرين، ومن ثم صياغة كل عنصر في صورة أسئلة داخل قائمة

الاستقصاء مع مراعاة ضرورة موائمتها وملاءمتها مع طبيعة البحث الحالي، وتم الاستفادة من دراسة (Rebelo , 2017; Hussain & Ali,2021; Khurshid et al.,2024) وكذلك دراسة (سعود، ٢٠٢٥) في صياغة بعض أسئلة القائمة وعليه فقد اشتمل هذا القسم على الأبعاد الفرعية للمتغير المستقل المتمثلة في (مصدر المصداقية، مصدر الجاذبية، مصدر التوافق، جودة المحتوى)، وتم استخدام ٣٦ عبارة باستخدام مقياس ليكرت الشهير والمتدرج من خمس نقاط لإتاحة الفرصة لأفراد عينة البحث للتعبير عن آرائهم إزاء كل عبارة في قائمة الاستقصاء إذ تم إعطاء كل إجابة درجة محددة تتدرج من (١) والتي تتم عن غير موافق تماماً إلى (٥) موافق تماماً على هذه العبارات مع وجود درجة حيادية بالمنتصف.

٢/٢- **المتغير التابع: سلوك المستهلك الإلكتروني Online Consumer Behavior:** تم قياسه عن طريق الاعتماد على التأصيل النظري لمتغير سلوك المستهلك الإلكتروني في صورة مجموعة من العناصر الفرعية لكل بعد من الأبعاد الفرعية لمتغير سلوك المستهلك الإلكتروني، ومن ثم صياغة كل عنصر في صورة أسئلة داخل قائمة الاستقصاء مع مراعاة ضرورة موائمتها وملاءمتها مع طبيعة البحث الحالي كما تم الاستفادة من دراسات (Athapaththu & Kulathunga , 2018 ؛ Dachyar & Banjarnahor , 2017؛ Bulut,2015 ; Firmansyah & Ali , 2019 ؛ حسن وآخرون، ٢٠١٦ ؛ أبو العرجة، ٢٠٢٠؛ سلام ،٢٠٢٠) في صياغة بعض أسئلة القائمة. وعلية فقد اشتمل هذا القسم على الأبعاد الفرعية للمتغير التابع المتمثل في (نية الشراء الإلكتروني، تبني الشراء الإلكتروني، إعادة الشراء الإلكتروني)، وتم استخدام ١٩ عبارة باستخدام مقياس ليكرت الشهير والمتدرج من خمس نقاط لإتاحة الفرصة لأفراد عينة البحث للتعبير عن آرائهم إزاء كل عبارة في قائمة الاستقصاء إذ تم إعطاء كل إجابة درجة محددة تتدرج من (١) والتي تتم عن غير موافق تماما إلى (٥) موافق تماما على هذه العبارات مع وجود درجة حيادية بالمنتصف.

٣-أساليب تحليل البيانات واختبارات الفروض:

قام الباحثين باختبار فروض البحث باستخدام عدة اختبارات إحصائية، تتناسب وتتوافق مع أساليب التحليل المستخدمة، وذلك من خلال حزمة البرامج الإحصائية الجاهزة (SPSS).

١/٣- أساليب تحليل البيانات: يُمكن توضيح أساليب تحليل البيانات المستخدمة في البحث من العرض التالي:

أ)- أسلوب معامل الارتباط ألفا Alpha Correlation Coefficient:

تم استخدام أسلوب معامل الارتباط ألفا بغرض التحقق من درجة الاعتمادية والثبات في المقاييس متعددة المحتوى، ولقد تم اختيار هذا الأسلوب الإحصائي لتركيزه على درجة التناسق الداخلي بين المتغيرات التي يتكون منها المقياس.

ب)- أسلوب تحليل الإنحدار والارتباط المتعدد Multiple Regression Analysis Correlation:

يعتبر تحليل الانحدار المتعدد من الأساليب الإحصائية التنبؤية، حيث يُمكن من خلاله التنبؤ بالمتغير التابع على أساس قيم عدد من المتغيرات المستقلة، إذ كان الهدف من استخدامه هو تحديد نوع ودرجة وقوة العلاقة بين المتغير المستقل (التسويق بالمؤثرين) والمتغير التابع (سلوك المستهلك الالكتروني) بشكل إجمالي، ثم بين أبعاد المتغير المستقل والمتغير التابع.

٢/٣- أساليب اختبار فروض البحث:

استخدم الباحثين عدداً من الاختبارات الإحصائية التي تُناسب أساليب التحليل المستخدمة وتتوافق معها، وذلك من أجل اختبار فروض البحث، وتتمثل الاختبارات الإحصائية فيما يأتي:

أ)- اختبار (ف) F-Test واختبار (ت) T Test - المصاحبان لأسلوبي تحليل الانحدار والارتباط المتعدد: وقد تم استخدامه لاختبار فرض البحث الرئيس المتعلق بتحديد نوع ودرجة وقوة العلاقة بين المتغير المستقل (التسويق بالمؤثرين) والمتغير التابع (سلوك المستهلك الالكتروني) بصورة إجمالية، وتحديد نوع وقوة العلاقة بين كل بعد من أبعاد المتغير المستقل وبين المتغير التابع.

٣/٣- مستوى الثبات / الاعتمادية في المقاييس:

تم تطبيق أسلوب معامل الارتباط ألفا، وذلك للتحقق من درجة الاتساق الداخلي، ومن ثم من مستوي الثبات أو الاعتمادية في كل مقياس فرعي من المقاييس الخاضعة للبحث والمستخدمة لقياس أبعاد التسويق بالمؤثرين، وأبعاد سلوك المستهلك الالكتروني، ووفقاً للمبادئ العامة لتنمية واختبار المقاييس في البحوث الاجتماعية فقد تقرر استبعاد أي متغير يحصل على معامل ارتباط

إجمالي أقل من ٠.٣٠ بينه وبين باقي المتغيرات في المقياس نفسه (إدريس،٢٠٠٨). كما هو موضح بالجدول رقم (٣).

جدول رقم (٣) معامل "ألفا كرونباخ" (الثبات والصدق)

م	المتغيرات	الرمز	عدد العبارات	الثبات	الصدق
١	المصداقية	X1	١٢	٠.٨٦٩	٠.٩٣٢
٢	الجاذبية	X2	١١	٠.٨٦٥	٠.٩٣٠
٣	التوافق	X3	٤	٠.٧٩٦	٠.٨٩٢
٤	جودة المحتوي	X4	٩	٠.٨٦٢	٠.٩٢٨
٥	التسويق بالمؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي	Total X	٣٦	٠.٩٤٩	٠.٩٧٤
٩	النية للشراء الإلكتروني	Y1	٧	٠.٩١٥	٠.٩٥٦
٧	التبني	Y2	٧	٠.٨٦٩	٠.٩٣٢
٨	الاستمرارية	Y3	٥	٠.٨٩٥	٠.٩٤٦
٩	سلوك المستهلك الإلكتروني	Total Y	١٩	٠.٩٥٣	٠.٩٧٦
١٠	اجمالي الاستبيان (ككل)		55	٠.٩٦٩	٠.٩٨٤

المصدر: إعداد الباحثين بالاعتماد علي مخرجات برنامج (SPSS V.25)

(تم تطبيق هذا الأسلوب على كل بعد من أبعاد المقياس الخاضع للاختبار على حدة، بالإضافة إلى المقياس الإجمالي)

ويتضح من الجدول رقم (٢):

- أن معامل الثبات الإجمالي للاستقصاء ككل (٠.٩٦٩) ومعامل الصدق (٠.٩٨٤).
- أن معامل الثبات لتسويق المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي (٠.٩٤٩) ومعامل الصدق (٠.٩٧٤).
- أن معامل الثبات لسلوك المستهلك الإلكتروني (٠.٩٥٣) ومعامل الصدق (٠.٩٧٦). وذلك بدرجة ثقة قدرها ٩٥%، حيث كلما اقتربت درجة المعنوية الحقيقية P.Value من الصفر. وبالتالي تعتبر هذه القيم مقبولة بالشكل الذي يعكس توافر الاعتمادية والثقة بمتغيرات البحث وهذه النتائج تدعم الثقة في متغيرات البحث وتؤكد صلاحيتها لمراحل التحليل الإحصائي.

نتائج الدراسة الميدانية:

١- التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة الميدانية:

١/١- واقع مستوى التسويق بالمؤثرين من وجهة نظر عملاء الهيئة القومية للبريد المصري:

يناقش هذا الجزء نتائج التحليل الإحصائي الخاص بالإجابة على السؤال الأول لهذا البحث، والمتعلق بمستوى إدراك عملاء الهيئة القومية للبريد المصري لأبعاد التسويق بالمؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي، ولتحقيق ذلك تم تقييم مستوى إدراك العملاء لأبعاد التسويق بالمؤثرين من خلال الإجابة على متغيرات مقياس التسويق بالمؤثرين والذي يضم (٣٦) عبارة يغطي الأبعاد الأربعة كما هو موضح بالجدول رقم (٤):

جدول رقم (٤) التحليل الوصفي لأبعاد التسويق بالمؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي

المتغيرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
يعد الشخص المؤثر الذي يقدم إعلانات الهيئة القومية للبريد المصري من الشخصيات الموثوق فيها.	3.2255	1.39432
يتسم المؤثر بالسمات الشخصية الطيبة مثل (الصدق والأمانة).	4.0196	1.09032
يتميز المؤثر الذي يقدم إعلانات الهيئة القومية للبريد المصري بالنزاهة.	3.6716	1.09723
يقدم المؤثر معلومات واضحة عما تقدمه الهيئة من خدمات.	4.0686	.91141
يقدم المؤثر من خلال حملته الإعلانية معلومات واقعية عما تقدمه الهيئة من خدمات.	3.9681	.96954
ما يقدمه المؤثر من معلومات يعكس رأيه الشخصي والذي يمكن الاعتماد عليه عند اتخاذ القرار.	3.1299	1.17521
يمتلك المؤثر الخبرة الكافية بما تقدمه الهيئة القومية من خدمات.	3.6814	1.11344
يعكس الاعلان الذي يقدمه المؤثر عن الهيئة القومية معرفته الكاملة بما تقدمه من خدمات.	3.4877	1.07225
تعتمد الهيئة على الشخصية المؤثرة في اعلاناتها لما يمتلكه من مهارات في مجال عمله.	3.9608	1.03427
تعتمد الهيئة القومية للبريد في اعلاناتها على مؤثرين مؤهلين في مجال عملهم.	3.9436	1.04412
يمتلك المؤثر التجارب الكافية حول ما تقدمه الهيئة من خدمات.	3.6275	1.08754
يمتلك المؤثرين الذين تعتمد عليهم الهيئة القومية للبريد المصري الخبرة الكافية بمنصات التواصل الاجتماعي المختلفة.	4.0221	.94414
المصداقية	3.7339	.69338
يمتلك المؤثر الذي تعتمد عليه الهيئة في اعلاناتها الجاذبية الجسدية (رياضي).	3.4510	1.11172
يتسم المؤثر بالمظهر الخارجي الانيق والجذاب.	3.9265	.93498
يمتلك المؤثر اللياقة البدنية والرشاقة الجذابة.	3.6642	1.02667
يمتلك المؤثر الجمال الشكلي (الوسامة) الجذاب.	3.6078	1.01977
يمتلك المؤثر السمات السلوكية الراقية (الاتيكيت) الجذابة.	3.9387	1.02003

المتغيرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
يمتلك المؤثر القبول لدى جمهور المتابعين.	4.1446	.93324
يتوافر لدى المؤثر نفس الاهتمامات التي يمتلكها متابعيه.	3.3971	1.14510
يعيش المؤثر نفس الأنماط الحياتية التي يتمتع بها جمهوره.	3.0196	1.22006
يمتلك المؤثر نفس القيم والمعتقدات التي يمتلكها متابعيه.	3.0882	1.19871
يتوافر لدى جمهور المتابعين الراحة النفسية للمؤثر.	3.8382	1.00040
يعتبر المؤثر شخص مألوف ومعروف بالنسبة لمتابعيه.	4.1618	.83728
الجاذبية	3.6580	.68203
يتميز المؤثر بانه ملائم للمنتجات والخدمات التي تقدمها الهيئة القومية .	3.7353	.98066
تعكس انطباعات الجمهور حول المؤثر مناسبته مع طبيعة المنتج أو الخدمة التي تعلن عنها الهيئة القومية للبريد المصري	3.7034	.93145
تتطابق خصائص المؤثر الشخصية مثل (الصدق، الأمانة) مع خصائص الهيئة القومية للبريد المصري	3.9314	1.00866
تتوافق الخصائص الشكلية مثل (الاناقة، النظام) للمؤثر مع ما تقدمه الهيئة من خدمات	3.9363	.91445
التوافق/ الملائمة	3.8266	.75548
يتسم المحتوى الذي يقدمه المؤثر بالأصالة.	3.8407	.92021
يتسم المحتوى الذي يقدمه المؤثر بانه نابع عن تجاربه الشخصية.	3.4044	1.09754
يتسم المحتوى الذي يقدمه المؤثر بالجودة.	3.9363	.92779
يتسم المحتوى الذي يقدمه المؤثر بالحيادية.	3.4020	1.07241
يتمتع المحتوى الذي يقدمه المؤثر بالمصداقية.	3.8652	.98088
يتمتع المحتوى الذي يقدمه المؤثر بالشفافية.	3.6618	1.02466
يعبر المحتوى الذي يقدمه المؤثر عن رأيه الشخصي وليس ما يملى عليه من أمور.	3.2132	1.23070
يتوافق المحتوى الذي يقدمه المؤثر مع أهداف الهيئة القومية للبريد المصري.	3.9975	.86282
يساهم المحتوى الذي يقدمه المؤثر في جذب انتباه المتابعين.	4.2353	.79218
جودة المحتوي	3.7285	.68756
التسويق بالمؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي	3.7367	.62866

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد علي مخرجات برنامج (SPSS V. 25)

طول الفئة = ٥-١/٣ = ١,٣٣، من ١ إلى أقل من ٢.٣٣ الدرجة منخفضة، ومن ٢.٣٤ إلى أقل من ٣.٦٦ الدرجة متوسطة، ومن ٣,٦٧ فأكثر الدرجة مرتفعة.

يتضح من نتائج الجدول رقم (٤) أن متغيرات بُعد التوافق تحتل المرتبة الأولى بمتوسط (٣.٨٢) وانحراف معياري (٠.٧٥٥)، بينما تأتي متغيرات بُعد المصداقية في المرتبة الثانية بمتوسط (٣.٧٣) وانحراف معياري (٠،٦٩٣)، يليها متغيرات بُعد جودة المحتوي بمتوسط (٣.٧٢) وانحراف معياري

(٠.٦٨٧)، وأخيراً متغيرات بُعد الجاذبية في المرتبة الأخيرة بمتوسط (٣.٦٥) وانحراف معياري (٠.٦٨٢) وفقاً لاتجاهات وآراء العملاء المترددين على الوحدة محل الدراسة محل الدراسة.

كما يتضح من النتائج أن بعد التوافق مع المنتج product match-up يأتي في المرتبة الأولي من حيث الأهمية النسبية بالنسبة للعملاء، وهو ما يتفق مع نتائج دراسة كلاً من (Lim et al., 2021; Sufian et al,2017)، انطلاقاً من أن الرسائل الإعلانية الموجهة إلى العملاء التي ينقلها المؤثرين وحتى تكون فعالة وذات تأثير على الفئة المستهدفة يجب أن يكون هؤلاء المؤثرين متطابقين مع طبيعة المنتجات التي ينقلون الرسائل الإعلانية الخاصة بها مما يزيد من درجة مصداقية المؤثر والتي جاءت بالترتيب الثاني للأهمية النسبية لأبعاد التسويق بالمؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي وهو الأمر الذي أكدت عليه العديد من الدراسات مثل (Khurshid et al.,2024; Vrontis et al.,2020، حامد، ٢٠١٨، شاهين، ٢٠٢١) وغيرها من الدراسات التي تناولت ذلك خاصة فيما يتعلق بآراء الفئات العمرية التي تنتمي لجيل الألفية أو ما يطلق عليه (الجيل Z) والذي ولد في عصر الانترنت ووسائل التواصل الاجتماعي الأمر الذي انعكس على مواليد هذا الجيل ليصبح رواد رقميين ومستهلكين أذكياء (أحمد،٢٠٢٣)، كما أنهم يهتمون بالتفاصيل ولديهم مصادر كثيرة ومتعددة للحصول على المعلومات التي يقومون من خلالها بالتأكد من درجة المطابقة بين المؤثر وما يقدمه من رسائل إعلانية حول المنتجات ومن ثم تقييم درجة مصداقيتها.

وبصفة عامة، يتضح من استعراض التحليل الوصفي لأبعاد التسويق بالمؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي أن المتوسط الإجمالي لدرجة ممارسة الهيئة القومية للبريد المصري محل البحث لأبعاد التسويق بالمؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي بلغ (٣.٧٣) وهذا يشير إلى ارتفاع مستوى إدراك العملاء لاستراتيجية التسويق بالمؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي التي بدأت الهيئة القومية للبريد المصري تبنيها نتيجة النتائج الإيجابية التي تحققها مثل هذه الاستراتيجية والتي سبق الحديث عنها في الإطار النظري للدراسة.

٢- واقع مستوى سلوك المستهلك الالكتروني لعملاء الهيئة القومية للبريد المصري.

يناقش هذا الجزء نتائج التحليل الإحصائي الخاص بالإجابة على السؤال الثاني لهذا البحث، والمتعلق بمستوى سلوك المستهلك الإلكتروني لعملاء الهيئة القومية للبريد المصري تجاه ما تقدمه من خدمات، ولتحقيق ذلك قام الباحث بتقييم مستوى سلوك المستهلك الإلكتروني لعملاء الهيئة

القومية للبريد المصري من خلال الإجابة على متغيرات مقياس سلوك المستهلك الإلكتروني والذي يضم (١٩) عبارة يغطي الأبعاد الثلاثة لهذا المتغير كما هو بجدول رقم (٥).

جدول رقم (٥) التحليل الوصفي لأبعاد سلوك المستهلك الإلكتروني

المتغيرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
١- لدى الرغبة في الاستفادة من الخدمات الالكترونية التي تقدمها الهيئة القومية للبريد المصري عبر موقعها الالكتروني.	4.0564	.92163
٢- أخطط لتجربة الخدمات الإلكترونية التي تقدمها الهيئة القومية للبريد المصري عبر موقعها الإلكتروني.	3.9363	.89270
٣- أعتقد أن الموقع الإلكتروني للهيئة القومية للبريد المصري قادر على تلبية احتياجاتي.	3.8456	.91570
٤- أعتقد أن الموقع الإلكتروني للهيئة القومية للبريد المصري سيوفر لي الأمان في التعاملات الإلكترونية.	3.9069	.94109
٥- يوفر الموقع الإلكتروني للهيئة القومية للبريد المصري الشعور بالراحة.	3.9265	.89194
٦- أعتقد انني سأوصي أصدقائي بالاستفادة من الخدمات التي تقدمها الهيئة القومية للبريد المصري عبر موقعها الرسمي.	4.0074	.86280
٧- سأعتبر الموقع الإلكتروني للهيئة القومية للبريد المصري البديل الأول لى عند الرغبة في الاستفادة من الخدمات الإلكترونية.	3.9559	.88004
النية للشراء الإلكتروني	3.9478	.73312
٨- أقوم بشراء بعض الخدمات التي تقدمها الهيئة القومية للبريد المصري عبر الانترنت.	3.7059	1.04058
٩- تعد الاستفادة من خدمات الهيئة القومية عبر الانترنت فكرة جيدة بالنسبة لي.	3.9583	.87876
١٠- أفضل الحصول على خدمات الهيئة إلكترونياً لأنها توفر الراحة.	3.9706	.91620
١١- أفضل الاستفادة من خدمات المواقع الإلكترونية المعروفة فقط مثل موقع الهيئة القومية للبريد المصري.	3.9730	.85382
١٢- أجد متعة في الحصول على احتياجاتي عبر المواقع الالكترونية.	3.8848	.94776
١٣- تتوافر بالموقع الإلكتروني للهيئة وسائل دفع أمنة.	3.9461	.90699
١٤- أفضل الحصول على خدمات الهيئة القومية للبريد المصري التي تقدمها من خلال موقعها وليس من خلال المكاتب التقليدية.	3.8873	.93894
التبني	4.5543	.81053
١٥- أنوي تكرار الاستفادة من الخدمات التي تقدمها الهية القومية للبريد المصري عبر موقعها الإلكتروني.	4.0245	.78649
١٦- سوف أكرر توصيتي للمحيطين بزيارة الموقع الإلكتروني للهيئة القومية للبريد المصري	3.9338	.81027

المتغيرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
مستقبلا.		
١٧- سأظل استخدم الموقع الإلكتروني للهيئة القومية للبريد المصري مستقبلا في الحصول على احتياجاتي.	3.9142	.83533
١٨- سوف أكرر زيارة الصفحة الرسمية للبريد المصري عبر مواقع التواصل الاجتماعي.	3.9412	.82437
١٩- أنوي التوسع في عمليات شراء المنتجات والخدمات عبر الموقع الالكتروني للهيئة القومية للبريد المصري كلما أمكن ذلك.	3.9069	.85920
الاستمرارية	3.9441	.69127
سلوك المستهلك الإلكتروني	4.1488	.69003

المصدر: اعداد الباحث بالاعتماد علي مخرجات برنامج (SPSS V. 25)

طول الفئة = ٥-١/٣ = ١,٣٣، من ١ إلى أقل من ٢.٣٣ الدرجة منخفضة، ومن ٢.٣٤ إلى أقل من ٣.٦٦ الدرجة متوسطة، ومن ٣,٦٧ فأكثر الدرجة مرتفعة.

يتضح من نتائج الجدول رقم (٥) أن بُعد التبني يحتل المرتبة الأولى بمتوسط (٤.٥٥) وانحراف معياري (٠.٨١٠)، بينما تأتي بُعد النية للشراء الإلكتروني في المرتبة الثانية بمتوسط (٣.٩٤٧) وانحراف معياري (٠.٧٣٣)، وأخيراً بُعد الاستمرارية يأتي في المرتبة الأخيرة بمتوسط (٣.٩٤٤) وانحراف معياري (٠.٦٩١٢٧) وذلك وفقاً لآراء عملاء الهيئة القومية للبريد المصري محل البحث.

٣- العلاقة بين أبعاد التسويق بالمؤثرين وسلوك المستهلك الالكتروني:

لدراسة طبيعة العلاقة بين أبعاد التسويق بالمؤثرين (مصدر المصداقية، مصدر الجاذبية، مصدر التوافق، جودة المحتوى) وبين سلوك المستهلك الالكتروني لدى عملاء الهيئة القومية للبريد المصري والذي حاول الاجابة على التساؤل الثالث لهذا البحث واختبار الفرض الذي ينص على" **توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين التسويق بالمؤثرين وسلوك المستهلك الالكتروني لدى عملاء الهيئة القومية للبريد المصري**"، وقد استعان الباحثين ببعض الأساليب الإحصائية الوصفية والتحليلية والاختبارات المصاحبة والتي تمثلت في الوسط الحسابي والانحراف المعياري، وتحليل الارتباط والانحدار المتعدد، اختبار ت، اختبار ف وفي ضوء الاعتماد على أسلوب الانحدار المتعدد (Multiple Regression Analysis) والاختبارات المصاحبة المذكورة لدراسة طبيعة

العلاقة بين التسويق بالمؤثرين كمتغير مستقل وسلوك المستهلك الالكتروني كمتغير تابع بهدف التوصل لأكثر أبعاد المتغير المستقل تأثيراً في المتغير التابع.

وقد تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين أبعاد المتغير المستقل (التسويق بالمؤثرين) وبين سلوك المستهلك الالكتروني كمتغير تابع، بغرض التعرف على قوة واتجاه ومعنوية العلاقة بين المتغيرات، إذ تدل الإشارة الموجبة على أن العلاقة طردية، وتدل الإشارة السالبة على العلاقة العكسية، وكلما اقتربت قيمة معامل الارتباط من الواحد الصحيح كلما دل على قوة الارتباط بين المتغيرين، وبالتالي يمكن توضيح معامل الارتباط بين أبعاد التسويق بالمؤثرين (مصدر المصداقية، مصدر الجاذبية، مصدر التوافق، جودة المحتوى) وبين سلوك المستهلك الالكتروني لدى عملاء الهيئة القومية للبريد المصري محل البحث، من خلال الجدول رقم (٦):

جدول رقم (٦) مصفوفة الارتباط بين أبعاد متغيرات البحث

الأبعاد	المصداقية	الجاذبية	التوافق	جودة المحتوي	النية للشراء الإلكتروني	التبني	الاستمرارية	سلوك المستهلك الالكتروني
المصداقية	١							
الجاذبية	**٠.٦٩٤	١						
التوافق	**٠.٧٢٨	**٠.٧٤٢	١					
جودة المحتوي	**٠.٧٣٠	**٠.٧٣٠	**٠.٧٤٠	١				
النية للشراء الإلكتروني	**٠.٥٤١	**٠.٥٢٧	**٠.٥١٤	**٠.٥٩٠	١			
التبني	**٠.٥٥١	**٠.٥٧٣	**٠.٥٤٤	**٠.٥٩٠	**٠.٧٨٤	١		
الاستمرارية	**٠.٥٠٦	**٠.٥١٠	**٠.٥١٠	**٠.٥٥٠	**٠.٧٨٣	**٠.٧٩٢	١	
سلوك المستهلك الالكتروني	**٠.٥٧٦	**٠.٥٨١	**٠.٥٦٥	**٠.٦٢٤	**٠.٩٢٣	**٠.٩٣٤	**٠.٩٢١	١

** معامل الارتباط ذو دلالة إحصائية عند ٠.٠١

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSSV.25.

- وجود علاقة ارتباط طردية معنوية بين جميع أبعاد التسويق بالمؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي، وتراوحت معاملات الارتباط بين ٠.٦٩٤، ٠.٧٤٢ وجميعها دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط بين بُعدى المصداقية والجاذبية (٠.٦٩٤)، وبين بُعدى المصداقية والتوافق (٠.٧٢٨)، في حين بلغت قيمة معامل الارتباط بين بُعدى المصداقية وجودة المحتوي (٠.٧٣٠)، في حين بلغت قيمة معامل الارتباط بين بُعدى الجاذبية والتوافق (٠.٧٤٢)، وبين بعدى الجاذبية وجودة المحتوي (٠.٧٣٠)، وأخيراً بلغت قيمة معامل الارتباط بين بعدى التوافق وجودة المحتوي (٠.٧٤٠)، ومن جهة أخرى

تؤكد هذه العلاقة الارتباطية على صدق العبارات في قياس أبعاد التسويق بالمؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي وأنها مرتبطة ارتباطاً حقيقياً غير راجع للصدفة، ومتسقة مع الأبعاد الداخلية في تمثيلها.

- وجود علاقة ارتباط طردية معنوية بين أبعاد سلوك المستهلك الإلكتروني، وتراوحت معاملات الارتباط بين ٠.٧٨٣، ٠.٧٩٢ وجميعها دالة إحصائياً عند مستوى معنوية ٠,٠١، حيث بلغت قيمة معامل الارتباط بين بعدى النية للشراء الإلكتروني والتبني (٠.٧٨٤)، وأخيراً بلغت قيمة معامل الارتباط بين بعدى التبني والاستمرارية (٠.٧٩٢)، ومن جهة أخرى تؤكد هذه العلاقة الارتباطية على صدق العبارات في قياس أبعاد سلوك المستهلك الإلكتروني في الوحدة محل الدراسة وانها مرتبطة ارتباطاً حقيقياً غير راجع للصدفة، وأنها متسقة مع الأبعاد الداخلية في تمثيلها.
- يرتبط بعد المصداقية ارتباطاً طردياً ذو دلالة إحصائية مع جميع أبعاد سلوك المستهلك الالكتروني.
- يرتبط بعد الجاذبية ارتباطاً طردياً ذو دلالة إحصائية مع جميع أبعاد سلوك المستهلك الالكتروني.
- يرتبط بعد التوافق ارتباطاً طردياً ذو دلالة إحصائية مع جميع أبعاد الوعي سلوك المستهلك الالكتروني.
- يرتبط بعد جودة المحتوي ارتباطاً طردياً ذو دلالة إحصائية مع جميع أبعاد سلوك المستهلك الالكتروني.

جدول رقم (٧) نتائج تحليل الانحدار المتعدد (Multiple Regression Analysis) لتحديد نوع ودرجة العلاقة بين أبعاد التسويق بالمؤثرين وسلوك المستهلك الالكتروني

المتغير التابع / أبعاد المتغير المستقل	سلوك المستهلك الالكتروني					
	B	Beta	R	R^2	T – test	
					القيمة	مستوى المعنوية
مصدر المصداقية	٠.٥٧٤	٠.٥٧٦	٠.٥٧٦	٠.٣٣٢	١٤.٢١٦	٠.٠٠٠
مصدر الجاذبية	٠.٥٨٨	٠.٥٨١	٠.٥٨١	٠.٣٣٨	١٤.٤٠١	٠.٠٠٠
مصدر التوافق	٠.٥١٦	٠.٥٦٥	٠.٥٦٥	٠.٣٢٠	١٣.٨١٤	٠.٠٠٠
جودة المحتوى	٠.٦٢٦	٠.٦٢٤	٠.٦٢٤	٠.٣٨٩	١٦.٠٧٢	٠.٠٠٠
معامل الارتباط R	٠.٦٥٧					
معامل التحديد R^2	٠.٤٣٢					
معامل التحديد المعدل Adj R^2	٠.٤٣٠					
قيمة F المحسوبة	٣٠٨.٤٢٧					
درجات الحرية	٤٠٦					
مستوى المعنوية	٠.٠٠٠					

** نشير إلى دلالة إحصائية عند ٠.٠١ طبقاً لاختبار ت T – Test

* تشير إلى دلالة إحصائية عند مستوى ٠.٠٥ طبقاً لاختبارات T – Test

أمكن التوصل إلى بعض النتائج التي يمكن توضيحها فيما يلي من خلال الجدول رقم (٧):

١- اشتمل نموذج الانحدار المتعدد على سلوك المستهلك الالكتروني كمتغير تابع، وعلى أبعاد التسويق بالمؤثرين كمتغير مستقل.

٢- يُلاحظ صلاحية النموذج المستخدم في اختبار العلاقة التأثيرية في مستوى التسويق بالمؤثرين، إذ بلغت قيمة ف بمستوى معنوية (٠.٠٠٠) وهي أقل من ٠.٠٥ مما يعني أن النموذج صالح للتنبؤ بقيم المتغير التابع، وأن التسويق بالمؤثرين يؤثر تأثيراً معنوياً على سلوك المستهلك الالكتروني، ويعتبر بعد جودة المحتوى أكثر الأبعاد الفرعية للتسويق بالمؤثرين تأثيراً على سلوك المستهلك ثم يليه بعد الجاذبية ثم بعد المصداقية وأخيراً بعد التوافق.

٣- بالنسبة لنوع وقوة العلاقة في النموذج، بلغت قيمة معامل الارتباط الكلي المتعدد (Multiple Regression Analysis) والذي يوضح طبيعة العلاقة بين القيم التي يتنبأ بها نموذج الانحدار وبين القيم الفعلية للمتغير التابع نتيجة تأثره بالمتغيرات المستقلة (٠.٦٥٧)، وأن هذه العلاقة تمثل ٦٥.٧% وفقاً لمعامل الارتباط المتعدد في النموذج R وأن هذه العلاقة علاقة طردية قوية ذات دلالة إحصائية.

٤- بلغ معامل التحديد أو التفسير – R^2 – (Coefficient Of Determination) ٠.٤٣٢ وهو ما يشير إلى أنه يمكن أن تُفسر أبعاد المتغير المستقل (٤٣.٢%) من التغير الذي يحدث في المتغير التابع على أنه يرجع إلى المتغيرات المستقلة (مصدر المصداقية، مصدر الجاذبية، مصدر التوافق، جودة المحتوى) ذات التأثير المعنوي في نموذج الانحدار وأن ما نسبته ٥٦.٨% من التغير في المتغير التابع يرجع إلى عوامل أخرى، كما تبلغ قيم معامل التحديد المعدلة ($Adj\ R^2$) (Coefficient Adjusted Determination)٠.٤٣٠ والذي يراعي التحيز الممكن حدوثة مع–R^2 – وذلك مع ارتفاع عدد المتغيرات المستقلة (أو التفسيرية) في النموذج ومع انخفاض حجم العينة، وهو ما يعني أن (٤٣%) من التباين في المتغير التابع يرجع إلى المتغيرات المستقلة الأربعة المبينة بنموذج الانحدار بالجدول رقم (٥)، كما تراوح ارتباط كل متغير من المتغيرات المستقلة في النموذج على حدة مع المتغير التابع وفقاً لمعامل ارتباط بيرسون بين (٠.٥٦٥) و (٠.٦٢٤). كما تشير النتائج إلى معنوية الارتباط عند مستوى معنوية (٠.٠١) لمتغيرات مصدر المصداقية، مصدر الجاذبية، مصدر التوافق، جودة المحتوى.

٥- وفيما يتعلق بتقدير معالم نموذج الانحدار، يتضح من بيانات الجدول رقم (٧) أن المتغيرات المستقلة غيابها يؤثر على سلوك المستهلك الالكتروني، وتتمثل هذه المتغيرات بعد ترتيبها وفق الأهمية النسبية على المتغير التابع (سلوك المستهلك الالكتروني) كما يلي:

١)- جودة المحتوى (بيتا المعيارية = ٠.٦٢٤)

٢)- مصدر الجاذبية (بيتا المعيارية = ٠.٥٨١)

٣)- مصدر المصداقية (بيتا المعيارية = ٠.٥٧٦)

٤)- مصدر التوافق (بيتا المعيارية = ٠.٥٦٥)

ويراعي أنه تم ترتيب هذه المتغيرات بناءاً على قيمة بيتا المعيارية والتي تشير إلى مقدار التغير في المتغير التابع (بوحدات الانحراف المعياري) عندما يتغير المتغير المستقل (التفسيري) بوحدة انحراف معياري واحدة في ظل ثبات المتغيرات الأخرى.

٦- وفيما يتعلق بمعنوية النموذج بشكل إجمالي يتبين وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بالنسبة لمتغيرات البحث بنموذج الانحدار وفقاً لاختبار (ف) وعند مستوى معنوية أقل من ٠.٠١، كما أن العلاقة بين المتغير المستقل بأبعاده الفرعية والمتغير التابع بصورة إجمالية دالة إحصائياً.

وفي ضوء ما تقدم توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين التسويق بالمؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي بشكل إجمالي وبين سلوك المستهلك الالكتروني، وعليه فقد تقرر رفض فرض العدم وقبول الفرض البديل الذي ينص على" توجد علاقة ارتباط دالة إحصائياً بين التسويق بالمؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي بأبعاده الفرعية بشكل إجمالي وبين سلوك المستهلك الالكتروني وفقاً لآراء عملاء الهيئة القومية للبريد المصري" بصورة إجمالية للنموذج وعند مستوى معنوية ٠.٠٠١.

وتتفق هذه النتيجة مع نتائج الدراسات السابقة سواء كان على مستوى أحد الأبعاد الفرعية لسلوك المستهلك الإلكتروني مثل نية الشراء كما هو الحال في دراسة كلاً من (Khan et al.,2023 ; Niloy et al.,2023 ; Khurshid et al.,2024) والتي انتهت نتائجها إلى وجود تأثير إيجابي معنوي للتسويق بالمؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي على نية الشراء الإلكتروني بقطاعات الموضة وغيرها، كما اتفقت مع نتائج دراسات أجنبية (Tahri & Benali,2024 ; Mussa,2023)، ودراسات عربية (سليمان،٢٠٢٣) التي خلصت نتائجها إلى التأكيد على الدور الإيجابي المعنوي للتسويق بالمؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي على سلوك المستهلك

الإلكتروني في مراحل العملية الشرائية سواء قبل وبعد، وهو الأمر الذي يتماشى مع مضمون نظرية المعرفة الاجتماعية ونظرية مصداقية المصدر والمتمثل في التأكيد على أهمية المؤثرات التي تتضمنها المحتويات المقدمة ومصداقيتها وتوافق المصدر مع طبيعة المنتج والفئات المستهدفة والبيئة المحيطة على سلوك الفرد وعلى مستوى وعى المستهلكين بالعلامات التجارية.

يوصي الباحثين في هذا المقام بضرورة الاهتمام باستراتيجية التسويق بالمؤثرين والتي أثبتت نجاحها كأحد الاستراتيجيات التسويقية الحديثة في تطوير العمل داخل القطاع التسويقي في المنظمات؛ لما لها من أثر فعَّال على سلوك المستهلك الإلكتروني في ظل دعم التسويق بالمؤثرين لوعي المستهلكين وزيادته بما تقدمة الهيئة القومية للبريد المصري من خدمات وتمكنهم من تمييز العلامة التجارية للهيئة عن غيرها من العلامات التجارية للمنافسين فور التعرض لها بما يخلق روابط إيجابية قوية لدى أذهان العملاء بما يجعل العلامة التجارية للهيئة القومية للبريد على رأس اختيارات العملاء عند قيامهم بعمليات الشراء الحالية أو المستقبلية.

ثامناً: توصيات البحث:

ومن ثم يقسم الباحث التوصيات إلى مجموعة من المحاور على النحو التالي:

١- مصدر المصداقية:

- ضرورة قيام المسئولين عن التسويق بالهيئة القومية للبريد المصري بالتحديد الواضح والدقيق لأهداف الحملة الإعلانية حتى يتسنى لهم الاختيار المناسب للمؤثر، ليتناسب مع تلك الأهداف المرجوة الأمر الذي ينعكس على زيادة ثقة المتابعين في المؤثر ويدعم العوائد المرجوة من تلك الحملات الترويجية والإعلانية ويجعل المحتوى المقدم أكثر جاذبية لتلك الفئات المستهدفة.
- ضرورة قيام المسئولين بالهيئة القومية للبريد المصري بإجراء الدراسات التسويقية اللازمة حول المؤثرين عبر وسائل الإعلان والتواصل المختلفة، التي تمكنهم من الوقوف على أفضل المؤثرين من حيث ثقة الجمهور في هذا المؤثر وأكثرهم خبره في ذات المجال، ومدى إلمامهم بالعلامات التجارية التي يعلنون عنها وبالمعلومات الكافية عن هذا المجال التي تجعل المستهلكين يثقون فيما يقدمونه من محتوى، وفيما ينقلونه من رسائل والقيام بتلك المراجعة بشكل دوري ومن ثم استبعاد أي مؤثر يثبت فيه انخفاض تلك المعايير.

– ضرورة الاهتمام باختيار الاشخاص المؤثرين الذين يمكن الاعتماد عليهم في نقل الرسائل الاعلانية للهيئة القومية للبريد المصري من هؤلاء الذين يتمتعون بالمصداقية ببعديها الجدارة بالثقة والخبرة؛ إذ أن مصداقية المصدر تتبع من كون يحوز ثقة متابعيه لما لديه من خبرات في ذات المجال عبر ما ينقله من تجارب وعروض ترويجية حقيقية تجعل المتابعين له يثقون فيما ينقله من رسائل أذ أن المؤثر يعتبر مصدر التوصية النهائي الذي يثق فيه العميل ويتحقق منه قبل إجراء عمليات الشراء.

– ضرورة مراعاة الدقة والشفافية في كل ما ينقله المؤثر من معلومات عن العلامة التجارية للهيئة القومية للبريد المصري التي يعلنون عنها إذ أن ذلك ينعكس على درجة ثقة المتابعين فيه ومصداقيته لديهم.

– يجب على القائمين على الهيئة القومية للبريد المصري بتحليل المؤثرين وتقييمهم والاعتماد على المؤثرين من ذوى الشعبية العريضة والذين يتمتعون بشعبية واسعه في مجالات عمل الهيئة، والمجالات المشابهة وذات الصلة اذ أن هذا الأمر يعكس ارتفاع معدل المصداقية لدي هذا المؤثر، الأمر الذي يمكن الهيئة من الوصول إلى أكبر عدد من المستهلكين المستهدفين.

– ضرورة قيام المسئولين عن الحملات التسويقية للهيئة القومية للبريد المصري بإجراء الدراسات اللازمة للوقوف على الجمهور المستهدف وخصائصه والتي تمكن من الاختيار الصحيح للمؤثر، الأمر الذي ينعكس بدوره على زيادة كلاً من واقعية الحملة الترويجية وبالتبعية ثقة المتابعين في المؤثر واقتناعهم به حتي يتسنى للحملة الترويجية تحقيق ما ترنوا إليه من أهداف، بالإضافة إلي أهمية الإعلان عن الصلة التجارية بين الهيئة والمؤثر في ظل إطار قانوني يحمي حقوق الجميع إذ يطمئن العميل من خلو العلاقة من أي شبهة من شبهات الخداع التسويقي.

ب– مصدر الجاذبية:

– ضرورة قيام المسئولين عن التسويق والحملات الإعلانية بالهيئة القومية للبريد المصري بإجراء الدراسة اللازمة لاختيار المؤثرين الذين يمتلكون صور ذهنية إيجابية في اذهان المستهلكين تجعلهم ينجذبون إليهم سواء كان ذلك بسبب الجاذبية الجسدية وما يتمتعون به من مظهر انيق ورياضي يجعلهم ينجذبون اليه أو لما يمتلكونه من أساليب راقية في النقل والعرض لما يقدمه من رسائل إعلانية.

ضروه قيام المسئولين باختيار مؤثرين يتسمون بالتشابه في الحاجات والأهداف والاهتمامات والأساليب والأنماط الحياتية والمبادئ والتراكيب السكانية والخلفيات والمواقف الاجتماعية التي يمكن ملاحظتها بين المؤثر (مصدر الرسالة الإعلانية)، وبين المتلقي (جمهور المتابعين من المستهلكين) حيث يشعر الفرد أن لديه عوامل مشتركة كالقيم والمعتقدات والمصالح والسمات الشخصية بينه وبين المؤثر مما يجعل المتابعين يتبنون مواقف وسلوكيات وأفكار المؤثرين مما يجعل المتابعين أكثر شغفاً وانجذاباً بالمؤثر ويعطون الاهتمام والانصات الكامل لما ينقله من رسائل اعلانية عن العلامة التجارية وعن ما تقدمه الهيئة من خدمات.

يجب على القائمين على الهيئة القومية للبريد المصري القيام بدراسة المؤثرين عبر مواقع الاعلان والتواصل المختلفة وتحليلهم واختيار المؤثرين الذين يشعر معهم المتابعين بالراحة النفسية، بالإضافة إلى الشعور بالألفة بين مصدر المعلومات ومتلقيها، والتي تنتج من خلال تجارب المستهلكين للمنتجات أو العلامات التجارية والتي تم جمعها من قبل المستهلكين من خلال التعامل المباشر وغير المباشر مثل الكلام الشفهي والتعرض الإعلاني، كما انه كلما زادت درجة الألفة كلما انعكس ذلك على مستوى إيجابية تلقي المستقبل للمعلومات وقبولها، وينعكس بدوره على المستهلكين واتجاههم نحو العلامة التجارية ونيتهم للشراء.

يجب على القائمين على الهيئة المصرية للبريد المصري باختيار المؤثرين الذين لديهم القدرة على إثارة اعجاب واهتمام المتابعين لما يمتلكونه من خصائص شخصية وكاريزمية جذابة ومظهر خارجي انيق.

ت-مصدر التوافق أو التطابق:

- يجب اختيار المؤثرين الذين يتسمون بالتطابق والملائمة مع ما تقدم الهيئة القومية للبريد المصري من خدمات ومنتجات؛ لسببين أحدهما ما يمتلكه من خبرة في المجال يجعل المتلقي على يقين بأن المؤثر لديه من المعرفة والمهارة ما قد يفيده في قراره، والسبب الثاني ملاءمة المؤثر لما يقوم بالإعلان عنه من منتجات مثلما حدث في اختيار اللاعب كريستيانو رونالدو لاحد اعلانات الشعر الامر الذي من شانه شعور المتابع بملائمة المؤثر للإعلان نظراً لما يمتلكه من ملامح شكلية وجمالية تتناسب مع طبيعة المنتج المعلن عنه.
- يجب على القائمين على الهيئة القومية للبريد المصري اختيار مؤثرين لديهم درجة عالية من التطابق مع طبيعة المستهلكين من حيث الاهتمامات والقيم والمعتقدات، الأمر الذي من شانه أن يطفى واقعية وقبول لدى المتلقين فكلما زادت درجة التطابق بين طرفي الرسالة التسويقية؛ أدى ذلك إلى زيادة فاعلية عملية الاتصال، وزاد من جذب انتباه المتلقي للرسالة، كما أن ارتفاع درجة التطابق بين المؤثر والعلامة كلما انعكس ذلك على نية المستهلك للشراء.
- ضرورة قيام المسئولين بالهيئة القومية للبريد المصري بالتحديد الواضح والدقيق لأهداف الحملة الترويجية والجمهور المستهدف، الأمر الذي من شانه التحديد الواضح للسمات الواجب توافرها في

المؤثر المناسب الأمر الذي من شأنه زيادة فاعلية الحملة التسويقية من خلال زيادة التفاعل بين المؤثر والجمهور المستهدف.

د – جودة المحتوى المقدم:

– قيام المسئولين بالهيئة القومية للبريد المصري ببناء علاقات قوية مع المؤثرين الذين يقدمون محتويات تتسم بالجودة والأصالة من خلال نشر تجارب شخصية للمؤثر عن كل خدمة من الخدمات التي تقدمها الهيئة.

– قيام المسئولين بالهيئة القومية للبريد المصري بالتعرف على خصائص الجمهور المستهدف من أجل تقديم محتويات تتناسب معه .

يجب أن يتسم المحتوى المقدم بالأصالة والموضوعية والشفافية حتى يحوز ثقة المتابعين واهتمامهم، وينال إعجابهم وتزداد درجة تفاعلهم معه وعليه يجب على المسئولين بالهيئة مراجعة تلك المحتويات المقدمة بشكل دوري والتأكد من صلاحيتها للتقديم للفئات المستهدفة.

– يجب أن يتضمن المحتوى المقدم تجارب واقعية للمؤثر عن العلامات التي ينقل الرسائل الاعلانية الخاصة بها، وأن يتضمن المحتوى نقل معلومات حديثة وواقعية عن تلك الخدمات والمنتجات المعلن عنها.

– القيام بدراسة وتحليل وسائل الاعلان والتواصل المختلفة للوقوف على أفضل وسيلة يتم من خلالها تقديم المحتوى سواء كان ذلك عبر وسائل الإعلان التقليدية أو عبر وسائل التواصل الاجتماعي المختلفة مثل الفيسبوك، التويتر، الإنستغرام، اليوتيوب، التليجراف وغيرها من منصات التواصل الاجتماعي.

– يجب أن يتناسب المحتوى المقدم مع مستوى التعليمي للمتلقين وثقافاتهم ومعتقداتهم وأساليبهم الحياتية المختلفة حتى ينال اهتمام وثقة المتابعين.

– يجب أن يتم إخراج المحتوى المقدم بصورة تواءم مع التغيرات البيئة المحيطة من حيث دقة التصوير والصوت، والأساليب التقنية المستخدمة وغيرها من الجوانب الفنية الأخرى التي تنعكس على جودة المحتوى المقدم بما يؤدي إلى تقديم محتوى جذاب للفئات المستهدفة.

بحوث مستقبلية مقترحة:

١- دور التسويق بالمؤثرين في الحد من الخداع التسويقي.
٢- دور التسويق بالمؤثرين في زيادة الوعي بالعلامة التجارية.
٣- تأثير استراتيجية التسويق بالمؤثرين على سلوك المستهلك الإلكتروني في ظل وجود الخداع التسويقي كمتغير وسيط.
٤- تأثير استراتيجية التسويق بالمؤثرين على سلوك الشراء الاندفاعي في ظل وجود الخداع التسويقي كمتغير وسيط.
٥- دور جودة المحتوى في تعزيز ولاء العملاء للعلامة التجارية.

عاشراً: قائمة المراجع:

١/١٢- ***المراجع باللغة العربية:***

أبوالدهب، محمد صبحي أحمد، الخواجة، علاء أمين السيد، نورالدين، عمرو أحمد أحمد، (٢٠٢٤)، توسيط الوعي بالعلامة التجارية بين تسويق المؤثرين وقرار شراء مستحضرات التجميل لدى النساء مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي في مصر: الدور المعدل للخداع التسويقي، **مجلة البحوث التجارية**، كلية التجارة، جامعة الزقازيق، مج٤٦، ع٣، ٤٩٤-٥٦٠.

أبوالعرجة، راوية عمر، (٢٠٢٠)، أثر أدوات التسويق الرقمي على صنع القرار الشرائي: الدور الوسيط للوغي بالعلامة التجارية لشركات الشحت بالأردن، **رسالة ماجستير غير منشورة**، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية. جامعة آل البيت، عمان – الأردن.

أبوعباة، ارام بنت ابراهيم محمد، (٢٠٢١)، أساليب التسويق عبر المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي من وجهة نظر طلاب الجامعة، **المجلة المصرية لبحوث الإعلام**، المجلد الأول، العدد ٧٧، ٢٧٧-٣١٤.

أحمد، عمر عبدالجبار محمد، (٢٠٢٣)، الجيل Z: شريحة اجتماعية جديدة بخصائص جديدة وتحديات نظرية جديدة، **مجلة مستقبل العلوم الإجتماعية**، ١٢(١)، ٨٥-٩٥.

إدريس، ثابت عبد الرحمن، (٢٠٠٨)، **بحوث التسويق: أساليب القياس والتحليل واختبار الفروض**، الدار الجامعية، الإسكندرية، ص ٥٠٦.

إلياس، تهاني عبدالله عبدالباقي؛ وأبا الخيل، تغريد صالح علي، (٢٠٢٣)، تأثير جائحة كوفيد-١٩ على نية الاناث لشراء الملابس عبر الانترنت في منطقة مكة المكرمة، مجلة العلوم الانسانية والإجتماعية، المجلد ٧، العدد٢، ٤٩-٦٦.

الألفي، ريم محمد، وصالح، العياط، وأحمد مصطفى عبدالواجد،(٢٠٢٣)، الدور الوسيط للكلمة المنطوقة إلكترونياً فى العلاقة بين مصداقية المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي ونية الشراء بالتطبيق على سلع الموضة، **المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية**، كلية التجارة، جامعة دمياط، المجلد ٤، العدد١، ١٣٣٩-١٣٩٣.

بن يحي، حميدة؛ وعبد المجيد، أوانيس، (٢٠٢٠)، دور مواقع التواصل الاجتماعي في التأثير على القرار الشرائي للمستهلك عبر الانترنت دراسة ميدانية، **مجلة الاصلاحات الاقتصادية والاندماج في الاقتصاد العالمي**، المجلد ١٤، العدد ١، ١- ١٤ .

جسام، فرح على، (٢٠١٦)، البيئة المادية للقاء الخدمي ودورها فى اعادة الشراء للخدمة المصرفية: دراسة تطبيقية فى المصرف العراقي للتجارة (TBI)، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد ١٨، العدد٢، ٥٩-٨٠.

جعيجع، عمار؛ وفراج، رشيد، (٢٠٢١)، تأثير الرسالة الاعلانية عبر الانترنت على القرار الشرائي للمستهلك الجزائري باختلاف المواقف الشرائية دراسة ميدانية، **مجلة الاقتصاد الجديد**، المجلد ١٢، العدد ٤، ٨٦١- ٨٨٠ .

حامد، مروى السعيد السيد، (٢٠١٨)، مصداقية اعلانات المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالنوايا الشرائية لدى المستهلك المصري، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والاعلان**، العدد ١٦، ٥٧-١١١.

الحريري، ماجدة أبو الفتوح محمد، (٢٠٢١)، اتجاهات الشباب الجامعي نحو الدراما الهندية المدبلجة وتأثيرها على الهوية الثقافية، **المجلة المصرية لبحوث الرأي العام** ،ع ٣-الجزء الثاني، ٣٠٥-٣٦٧.

حسن، عبدالعزيزعلى؛ وعبداللطيف، محمد محمود؛ وعبدالعزيز، الشيماء الدسوقى، (٢٠١٦)، أثر أبعاد التسويق التفاعلي على نية اعادة الشراء: دراسة تطبيقية على عملاء التسوق الالكتروني في مصر، **مجلة الدراسات والبحوث التجارية**، كلية التجارة، جامعة بنها، المجلد ٣٦، العدد ٢، ٣٩٧ - ٤٢٧.

دكروري، منى ابراهيم؛ ويسن، هشام محمد؛ وأحمد، سارة محسن، (٢٠٢٢)، تأثير أبعاد مصداقية المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي على اتصال العلامة بالذات: دراسة تطبيقية، **المجلة المصرية للدراسات التجارية**، كلية التجارة، جامعة المنصورة، المجلد ٤٦، العدد٤، ٦٠١-٦٢٥.

الدهراوي محمد فؤاد محمد، (٢٠١٩)، اتجاهات الشباب العربي نحو التسويق عبر مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي Influencer marketing وعلاقته بالسلوك الشرائي دراسة ميدانية، **المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال**، العدد ٢٧، ١٥٨ - ٢٢٥ .

زيدانى، فتون، (٢٠١٣)، أثر الجهد العاطفي لموظفي الخط الأمامي على نية إعادة الشراء : دراسة ميدانية على القطاع الخدمى، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد، جامعة حلب.

سالم، هبة نصر السيد السيد؛ وعطية، طاهر مرسي؛ وجودة، سماح محمد محمد، (٢٠٢١)، تأثير استراتيجيات خفض المخاطر المدركة على السلوك الشرائي للمستهلك عبر الانترنت، **مجلة البحوث المالية والتجارية**، كلية التجارة، جامعة بورسعيد، العدد ٣، ٨٩٢-٩٢١.

سلام، محمد صالح، (٢٠٢٠)، العوامل المؤثرة على تبني المستهلك الليبي للتسوق الإلكتروني: دراسة حالة لطلبة جامعة طرابلس، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط.

سلامة، مي وليد، (٢٠٢٠)، اعلانات المؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالسلوك الشرائي لدى الشباب الجامعي السعودي: دراسة ميدانية، **المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والاعلان**، العدد ١٩، ٦٠٥ – ٦٤٨.

السيد، ريهام محسن؛ والسيد، رغد محسن، (٢٠٢٢)، توسيط الوعي بالعلامة التجارية في العلاقة بين التسويق عبر المؤثرين على منصات التواصل الاجتماعي وسلوك الشراء الاندفاعي للملابس لدى السيدات: دراسة تطبيقية على مستخدمي منصات التواصل الاجتماعي، **المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية**، المجلد ١٣، العدد، ٤، ٨٧٩–٩٤٥.

شاهين، إيمان صابر صادق، (٢٠٢١)، فاعلية التسويق عبر المشاهير في مواقع التواصل الاجتماعي، **المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال**، العدد ٣٤، ص ص ٤٠٠ – ٤٥٥.

الشوربجي، أميرة سالم، (٢٠٢٢)، تسويق المؤثرين بمنصات التواصل الاجتماعي ودوره في الإعجاب بالعلامة: دراسة تطبيقية، **المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية**، كلية التجارة، جامعة المنصورة، مج ٣٦، ع٢، ٢٢٩ – ٢٩٦.

عبدالله، انيس أحمد؛ عبدالله، محمد محمود؛ وجلال، أحمد قيس،(٢٠٢٢)، سلوك المستهلك الشرائي في عصر التسويق الرقمي :دراسة استطلاعية لآراء عينة من المتسوقين عبر قنوات التسويق الرقمي، **المجلة العربية للإدارة**، المجلد ٤٢، العدد ٣، ٧٥–٩٠.

عبده، آلاء محمد السيد، (٢٠٢٣)، التسويق بالمؤثرين عبر وسائل التواصل الاجتماعي ودوره في تعزيز الميزة التنافسية، مجلة العمارة والفنون والعلوم الانسانية، الجمعية العربية للحضارة والفنون الإسلامية، المجلد ٨، العدد ٤٠، ١٧٤–٢٠٧.

عبيد، رائد عبداللطيف؛ وقاسم، إسماعيل عبد الله، (٢٠٢٠)، مدى تطبيق التسويق بالمحتوى عبر مواقع التواصل الاجتماعي ودورة في تعزيز الوعي بالعلامة التجارية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد والعلوم الادارية، الجامعة الاسلامية بغزة .

عثمان، ياسمين عمر مصباح؛ وعقيل، أماني عدنان، (٢٠٢٢)، العوامل المؤثرة على نية شراء الملابس من خلال مواقع التسوق الإلكتروني، المجلة الدولية للتصميم، المجلد ١٢، العدد٣، ٢٠٩–٢١٩.

غريب، سحر أحمد. (٢٠٢١)، مصداقية وسائل التواصل الاجتماعي كمصدر للأخبار لدى القائم بالاتصال في الصحافة المصرية، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مج ٢٠، ع٣، ١٩١– ٢٣٨ .

فرج، شريف نافع ابراهيم، (٢٠١٩)، استخدام المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الاعلانية، المجلة العلمية لبحوث الصحافة، العدد ١٨، ١٩٠–١٣٧.

القرشي، ظاهر رداد، (٢٠٢١)، أثر سلوك المستهلك الالكتروني في تحسين الميزة التنافسية: دراسة تطبيقية على قطاع الخدمات السياحية في الأردن، المجلة العربية للإدارة، **المنظمة العربية للتنمية الإدارية**، المجلد ٤١، العدد١، ١٧٣ –٢٨٧.

محرم، محمد مصطفي رفعت، (٢٠٢٠)، تقييم فاعلية أساليب التسويق التأثيري عبر مواقع التواصل الاجتماعي لدى الشباب الجامعي: دراسة كيفية، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام – جامعة الأزهر، ع٥٥، ٣٧١– ٤٠٤.

محمود، أشرف عبدالحميد؛ ودربالة، عبد الله على،(٢٠٢٠)، الابتكار التسويقي وأثره فى أبعاد السلوك الشرائي للمستهلك بالاعتماد على العوامل الداخلية : دراسة استطلاعية لأراء عينة من مستخدمي منتجات شارب بمدينة بني غازي، Third International Conference on Technical Sciences (ICST2020), 28 – 30 Novembe ، ١٤٨ – ١٦٢.

مصطفى، بن سكران؛ وبوعلام، بن زخروفة، (٢٠٢٢)، العوامل المؤثرة في سلوك المستهلك الرقمي الجزائري في عملية الشراء، مجلة المالية والأسواق، المجلد ٩، العدد١، ٢٠٩–٢٢٣.

ملياني، خلود عبدالله محمد، (٢٠٢٢)، اتجاهات المستهلكين نحو إعلانات المؤثرين على الإنستغرام وتأثيرها على نواياهم الشرائية: دراسة ميدانية، المجلة العربية للإعلام والاتصال، ع ٣٠، ١٤٣–١٩٤.

مهدي، توفيق أمين، (٢٠٢٠)، أثر التسويق بالمؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي على الهوية البصرية للعلامة التجارية: دراسة حالة لعينة من متابعي عمر ديزر، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التيسير، جامعة العربي بن مهيدي – الجزائر.

موسى، عبدالله فرغلى على، (٢٠٢٢)، تأثير التوجه بالعلاقات عبر الانترنت على سلوك المستهلك الشرائي الالكتروني: دراسة تطبيقية على عملاء الفنادق بجمهورية مصر العربية، المجلة المصرية للدراسات التجارية، كلية التجارة، جامعة المنصورة المجلد ٤٦، العدد ١،٢–٩٢

يونس، هيثم محمد يوسف. (٢٠٢٠)، تعرض الشباب الجامعي السعودي لإعلانات مؤثري وسائل التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستويات استجابتهم الشرائية :دراسة مسحية، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، ع٢٨، ٤٦٣ – ٣٧٨.

٢/١٢– المراجع باللغة الإنجليزية:

Abdel Wahab, Heba & Nagaty, Sahar Ahmed. (2022). Online Customer Reviews and Purchase Intention: The Moderating Role of Brand Image. المجلة العلمية للاقتصاد و التجارة, 52(1), 293-324

Abed, A. Y. and Ali, L. (2019). Social Influencers Impact in the Consumer Purchase Behavior Towards Lifestyle Products. International Conference on Accounting, Business, *Economics and Politics*, 279-285.

Akgün, V. Ö., & Arslan, B. N. Marketing Mentality of the Modern Age: Digital Marketing. 5th international academic conference on Marketing and Economics , 22-24 July 2022.

Al Adwan, A., Zamil, A. M., & Areiqat, A. Y. (2021). Factors Affecting Online Shopping Behavior Of Consumers Understanding Factors Leading To Consumers Loyalty. Academy of Strategic Management Journal, 20, 1-8.

Al Hamli, S. S., & Sobaih, A. E. E. (2023). Factors Infuenceing Consumer Behavior Towards Online Shopping in Saudi Arabia Amid COVID – 19: Implications for E-Businesses Post Pandemic. Journal of Risk and Financial Management, 16(1),36

AlFarraj, O., Alalwan, A. A., Obeidat, Z. M., Baabdullah, A., Aldmour, R., & Al-Haddad, S. (2021). Examining the impact of influencers' credibility dimensions: attractiveness, trustworthiness and expertise on the purchase intention in the aesthetic dermatology industry. Review of International Business and Strategy, 31(3), 355-374.

Al-maghrabi, T., & Dennis, C. (2010). Driving online shopping: Spending and behavioral differences among women in Saudi Arabia. International Journal of Business Science & Applied Management (IJBSAM), 5(1), 30-47.

Alvin C. Burns, Ann Veeck, 2020,9th ed.,MARKETING RESEARCH,Printice Hall.p248

Angamuthu, R. (2020). A study on online shopping in India–an overview. IJRAR-International Journal of Research and Analytical Reviews (IJRAR), 7(1), 676-682.

Ao, L., Bansal, R., Pruthi, N., & Khaskheli, M. B. (2023). Impact of Social Media Influencers on Customer Engagement and Purchase Intention: A Meta-Analysis. Sustainability, 15(3), 2744.

Argyris, Y. A., Wang, Z., Kim, Y., & Yin, Z. (2020). The effects of visual congruence on increasing consumers' brand engagement: An empirical investigation of influencer marketing on instagram using deep-learning algorithms for automatic image classification. Computers in Human Behavior, 112.

Athapaththu, J. C., & Kulathunga, K. M. S. D. (2018). Factors affecting online purchase intention: Effects of technology and social commerce., International Business Research, 11(10) ,111-128.

Awasthi, A. K., & Choraria, S. (2015). Effectiveness of celebrity endorsement advertisements: The role of customer imitation behaviour. Journal of Creative Communications, 10(2) , 215-234.

Batra, R., & Homer, P. M. (2004). The situational impact of brand image beliefs. *Journal of consumer psychology*,4 (3), 318-330.

Botelho, M.F.M. (2020). The impact of influencers in the consumer's purchase intention: the cosmetic industry. Unpublished Master Thesis, ISCTE Business School, University Institute of Lisbon.

Bulut, Z. A. (2015). Determinants of repurchase intention in online shopping: A Turkish consumer's perspective. International Journal of Business and Social Science, 6(10), 55-63.

Burke, K. E. (2017). Social butterflies: How social media influencers are the new celebrity endorsement , Unpublished Doctoral thesis , Virginia Tech.

Cahyanaputra, M., Jimmy, Y., & Annas, M. (2022, April). Factors Affecting Purchase Intention and Purchase Behavior Electronic Products (Home Appliance) in Online Transaction. In ICEBE 2021: Proceedings of the 4th International Conference of Economics, Business, and Entrepreneurship.

Carter, D. (2016), Hustle and brand: the sociotechnical shaping of influence, *Social Media Society*, 2(3), 1-12.

Cetină, I., Munthiu, M. C., & Rădulescu, V. (2012). Psychological and social factors that influence online consumer behavior. Procedia-Social and Behavioral Sciences, 62, 184-188.

Chan, B., Purwanto, E., & Hendratono, T. (2020). Social media marketing, perceived service quality, consumer trust and online purchase intentions. Technology Reports of Kansai University, 62(10), 6265-6272.

Chopra, A., Avhad, V., & Jaju, A. S. (2021). Influencer marketing: An exploratory study to identify antecedents of consumer behavior of millennial. Business Perspectives and Research, 9(1), 77-91.

Cozer, C. (2018). Consumer's perception and purchase intentions: a qualitative study on second-hand clothing stores , Unpublished Master Thesis , Jonkoping International Business school, Jonkoping University.

Dachyar, M., & Banjarnahor, L. (2017). Factors influencing purchase intention towards consumer-to-consumer e-commerce. Intangible Capital, 13(5), 946-966.

Dang, V. (2017). Social media influencer marketing: an empirical study on brand sponsorships and the effects on credibility of social media influencers in the fitness industry/submitted by Victoria Dangl, *Unpublished Doctoral Thesis*, Universität Linz.

Daroch, B., Nagrath, G., & Gupta, A. (2020). A study on factors limiting online shopping behaviour of consumers. Rajagiri Management Journal, 15(1), 39-52.

Deegan, O. (2021). Influenced: The Impact of Influencer Marketing on the Travel and Tourism Industry of Ireland. A qualitative study, *Unpublished Doctoral Thesis*, Dublin Business School.

Dogra, K. (2019). The impact of influencer marketing on brand loyalty towards luxury cosmetics brands: Comparison of Generation Z and Millennial. Master Thesis, Modul University.

Dumitrescu, L., Orzan, G., & Fuciu, M. (2015). Understanding the online consumer behavior and the usage of the internet as a business environment–a marketing research. ***Revista Economică***, 67(3), 63-79.

Erdogan, B. Zafer (1999) Celebrity Endorsement: A Literature Review, Journal of Marketing Management, 15:4, 291-314, DOI: 10.1362/026725799784870379

Febriani, N. M. A., & Ardani, I. G. A. K. S. (2021). The influence of customer experience, ease of use, and trust on repurchase intention (Case study of Tokopedia consumers in Denpasar). American Journal of Humanities and Social Sciences Research, 5(2), 378-383.

Firmansyah, N., & Ali, H. (2019). Consumer Trust Model: The Impact of Satisfaction and E-Service Quality toward Repurchase Intention in E-Commerce. Saudi Journal of Humanities and Social Sciences, 4(8), 552-559.

Frimpong, A. O., & Alam, K. (2020). The impact of online marketing influencers on consumer purchase decision: A case study of Ghana, Course: Unpublished Master Thesis in Business Administration, School of Business, Society & Engineering.

Gamage, T. C., & Ashill, N. J. (2023). Sponsored-influencer marketing: effects of the commercial orientation of influencer-created content on followers' willingness to search for information. Journal of Product & Brand Management, 32(2), 316-329.

Ghaffar, A. Influencer Marketing: Success Factors, Unpublished Master Thesis, Copenhagen Business School

Giardino, J. (2021). Social Media Influencer Motivation: Exploring What Drives Micro-Celebrities to Produce Content Using Social Exchange Theory. Rochester Institute of Technology, Unpublished Master's thesis , College of Liberal Arts, Rochester Institute of Technology

Gross, J., & Wangenheim, F. V. (2018). The Big Four of Influencer Marketing. A Typology of Influencers. *Marketing Review St. Gallen*, 2, 30-38.

Guruge, M. C. (2018). Comparison between attributes related to celebrity endorsement and social media influencer marketing: A conceptual review. Sri Lanka *Journal of Marketing*, 4(1) , 17-37.

Guruge, M. C. (2018). Comparison between attributes related to celebrity endorsement and social media influencer marketing: A conceptual review. *Sri Lanka Journal of Marketing*, 4(1) , 17-37

Haenlein, M., Anadol, E., Farnsworth, T., Hugo, H., Hunichen, J., & Welte, D. (2020). Navigating the New Era of Influencer Marketing: How to be Successful on Instagram, TikTok, & Co. California management review, 63(1), 5-25.

Hasslinger, A., Hodzic, S., & Opazo, C. (2007). Consumer behavior in online shopping.

Hermawan, H., Hersona, S., & Suyaman, D. J. (2024). The Effect of Influencer Marketing, Content Marketing, And Price Perceptions On Consumer Purchase Intention (An Investigation of Luxcrime Cosmetic Consumers In Karawang). At-Tadbir: jurnal ilmiah manajemen, 8(2), 189-205.

Hussain, A., & ALI, Z. (2022). Examining the impact of social media influencer's credibility dimensions on consumer behavior, Unpublished Master Thesis, Faculty Of Education and Business Studies, University of Gavle.

Ishak, M. I., & Harun, A. (2023). Examining the mediating effect of consumer attitudes on the relationship between consumer-to-consumer communication and online purchase intention: Evidence from Malaysia. Social Science Journal, 13(1), 3756-3768.

Jain, A., Shah, H., Tiwari, I., and Modi, N. (2019). Impact of influencers on the buying behaviour and attitude of individuals. Int. J. Adv. Res. 7(10), 836-851.

Jin, L. Y., Osman, A., Manaf, A., & Hadi, A. (2015). The mediating effect of consumers' purchase intention: A perspective of online shopping behavior among generation Y, Journal of Marketing and Consumer Research,.18 , 101-112.

Johansen, I. K., & Guldvik, C. S. (2017). Influencer marketing and purchase intentions: how does influencer marketing affect purchase intentions?, *Unpublished Master's thesis*, Norwegian School of Economics.

Jovanovska, S. R. and Gavrilova, I. B. (2021). Increasing customers' brand awareness with influencer marketing: a focus on Instagram. 75 th International Scientific Conference on Economic and Social Development - Belgrade, 02-03 December,

Kalu, F., (2019). The Impact of Social Media Influencer Marketing on Purchase Intention from an Irish Male Millennials Perception: A Case study, Unpublished Master Thesis, National College of Ireland.

Kemppainen, S. (2023). Utilization of influencer marketing in sport sponsorship on Instagram, *Master Thesis*, School of Business and Economics, Jyväskylä University.

Khalid, M., Siddiqui, D., & Ahmed, D. (2018). Impact of celebrity endorsement on consumer buying behavior towards beauty soap in Karachi city, online at https://mpra.ub.uni-muenchen.de/89161/ MPRA Paper No. 89161, posted 28 Sep 2018 20:25 UTC.

Khurana، Sunanya and Kaur ،Baljinder. (2017). Online Consumer Behaviour Models: A Literature Review. *Journal of Biz and Bytes*, 8, , 209 -2017.

Khurshid, S., Ayoub, D., & Kortam, W. (2024). The Impact of Influencer Marketing on Consumers' Intentions Toward Beauty Brands After the Covid-19 Pandemic. *Arab Journal of Administration*, 44(1), 339-349.

Ki, C. W. C., & Kim, Y. K. (2019). The mechanism by which social media influencers persuade consumers: The role of consumers' desire to mimic. *Psychology & Marketing*, 36(10), 905–922.

Kim, J., & Kim, M. (2022). Rise of Social Media Influencers as a New Marketing Channel: Focusing on the Roles of Psychological Well-Being and Perceived Social Responsibility among Consumers. International Journal of Environmental Research and Public Health, 19(4).

Kolo, C., & Haumer, F. (2018). Social media celebrities as influencers in brand communication: An empirical study on influencer content, its advertising relevance and audience expectations. Journal of Digital & Social Media Marketing, 6(3), 273-282.

Kumar ,G.H. & Dadapeer , P.(2022). Consumer Behaviour towards Online Shopping, Journal of Management and Science, 12(2), 32-38.

Leclercq-Machado, L., Alvarez-Risco, A., Gómez-Prado, R., Cuya-Velásquez, B. B., Esquerre-Botton, S., Morales-Ríos, F., ... & Yáñez, J. A. (2022). Sustainable fashion and consumption patterns in peru: An environmental-attitude-intention-behavior analysis. ***Sustainability***, *14*(16), 9965.

Lim, X. J., Radzol, A. M., Cheah, J., & Wong, M. W. (2017). The impact of social media influencers on purchase intention and the mediation effect of customer attitude. Asian journal of business research, 7(2), 19-36.

Liu, S. (2021). The Impact of Influencer Marketing on Brand Engagement: A Conceptual Framework. In 2021 4th International Conference on Humanities Education and Social Sciences (ICHESS) (. 2219-2224). Atlantis Press.

Lou, C., & Yuan, S. (2019). Influencer marketing: how message value and credibility affect consumer rust of branded content on social media. Journal of Interactive Advertising, 19(1), 58-73.

Lydda, J. E., Saerang, D., & Arie, F. V. (2023). The Influence of Product Placement and Influencer Marketing Towards Brand Awareness in Manado. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, 11(1), 98-107.

Malmén, W. E. (2019). The Rise of Influencers: And The Importance of Them in Marketing And PR, Degree Programme in Business Administration, *International Business*, 1-36 .

Michaelsen, F., Collini, L., Jacob, C., Goanta, C., Kettner, S. E., Bishop, S., ... & Yesiloglu, S. (2022). The impact of influencers on advertising and consumer protection in the Single Market, Requested by the Imco committee

Mohd Sam, M. F., & Tahir, M. N. H. (2009). Website quality and consumer online purchase intention of air ticket. International Journal of Basic & Applied Sciences, 9(10) , 20-25.

Morteo, I. (2017). To Clarify the Typification of Influencers: A review of the literature. Conference: CLADEA Conference: CLADEA .

Mustikasari , A., krisnawati , M., & Sutrisno , E. (2021). Customer experience and repurchase intention in multi-channel : Customer satisfaction as mediating variable , Journal of Industrial Distribution & Business, 12(3), 7-19.

Nadanyiova, M., Gajanova, L., Majerova, J., & Lizbetinova, L. (2020). Influencer marketing and its impact on consumer lifestyles. *Forum Scientiae Oeconomia*,8(2),. 109-120.

Nag, A. K., & Gilitwala, B. (2019). E-Wallet-factors affecting its intention to use. International Journal of Recent Technology and Engineering, 8(4), 3411-3415.

Nam L. G , Dân, H. T. (2018). Impact of social media Influencer marketing on consumer at Ho Chi Minh City. *International Journal of Social Sciences and Humanities Invention*, 5(5), 4710-4714.

Niloy, A. C., Alam, J. B., & Alom, M. S. (2023). Influencer marketing: factors influencing a customer's purchase intention. *Asian Journal of Business Environment*, 13(1), 23-32.

Nurfajrinah, M. A., Nurhadi, Z. F., & Ramdhani, M. A. (2017). Meaning of online shopping for indie model. The Social Sciences, 12(4), 737-742.

Nurillah, S. L., Aini, Z. N., Timur, Y. P., & Widiastuti, T. (2022). Online Review and Rating On Consumer Sumer Purchase Intention : The Moderating Role Of Religiosity. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Airlangga, 32(2).

Obadă, D. R. (2013). Flow theory and online marketing outcomes: a critical literature review. *Procedia Economics and Finance*, 6, 550-561.

Ognyanova, K. (2017). Multistep flow of communication: Network effects. *The international encyclopedia of media effects*, 1-10.

Ohanian, R. (1990). Construction and validation of a scale to measure celebrity endorsers' perceived expertise, trustworthiness, and attractiveness. Journal of advertising, 19(3), 39-52.

Phuong, N. N. D., & Dai Trang, T. T. (2018). Repurchase intention: The effect of service quality, system quality, information quality, and customer satisfaction as mediating role: a PLS approach of m-commerce ride hailing service in Vietnam. Marketing and Branding Research, 5(2), 78.

Prianika, G. G. P., & Bertuah, E. (2022). The Effect of Rating, Online Consumer Review and Sales Promotion on Purchase Intention on the Gofood Application. Formosa Journal of Sustainable Research, 2(3), 565-590.

Priscillia, M., Budiono, H., Wiyanto, H., & Widjaya, H. (2020). The Effects of Website Design Quality and Service Quality on Repurchase Intention Among Shopee Customers in Jakarta, with Customer Trust as a Mediating Variable. In Ninth International Conference on Entrepreneurship and Business Management (ICEBM) 38-44. Atlantis Press.

Rebelo, M. F. (2017). How influencers' credibility on Instagram is perceived by consumers and its impact on purchase intention, *Unpublished Doctoral Thesis*, Universidade Catolica Portuguesa.

Saif N, M., Maheshwari. G. S.(2023). Impact of influencer marketing on buying behavior of consumer – special reference to Chennai. *Journal of Harbin Engineering University*, 44(8), p p473- 482.

Saima, & Khan, M. A. (2020). Effect of social media influencer marketing on consumers' purchase intention and the mediating role of credibility. *Journal of Promotion Management*, 27(4), 503-523.

Saleh, M. (2015). Assessing the consumers' propensity for online shopping: a demographic perspective. The journal of American academy of business, 21(1), 186-194.

Satria, A. D., Jatipuri, S., Hartanti, A. D., & Sanny, L. (2019). The impact of celebrity endorsement by social influencer Celebgram on purchase intention of generation Z

in fashion industry. International Journal of Recent Technology & Engineering, 8(25), 397-404.

Setiawan, R., Rani, K., Cavaliere, L. P. L., Hiep, N. T., Halder, S., Raisal, I. & Rajest, S. S. (2020). References for Shopping Online Versus in Stores What Do Customers Prefer and How Do Offline Retailers Cope with It?, Unpublished Doctoral Thesis , Petra Christian University.

Shahzad, H. (2015). Online shopping behavior, Unpublished Master Thesis, Uppsala Universitet.

Soma, V. (2019). Celebrity Endorsers vs. Social Influencers, *Unpublished Doctoral thesis*, Auckland University of Technology).

Stansberry, K. S. (2012). One-step, two-step, or multi-step flow: The role of influencers in information processing and dissemination in online, interest-based publics, *Unpublished Doctoral thesis*, University of Oregon.

Sufian, A., Sedek, M., Lim, H. T., Murad, M. A., Jabar, J., & Khalid, A. (2021). The Effectiveness of Celebrity Endorsement in Online Advertisement towards Consumer Purchase Intention. Revista Geintec-Gestao Inovacaoe Twcnologias, 11(3), 1520-1538.

Sultan, M. U., & Uddin, M. N. (2011). Consumers' Attitude towards Online Shopping: Factors influencing Gotland consumers to shop online. Unpublished Master Thesis.

Tahirah Abdullah, T., Deraman, S. N. S., Zainuddin, S. A., Azmi, N. F., Abdullah, S. S., Anuar, N. I. M., Zulkiffli, W. F. W. Hashim, N. A. A. N., Abdullah, A. R., Rasdi, A. L. M. and Hasan, H. (2020). Impact of Social Media Influencer on Instagram User Purchase Intention Towards the Fashion Products: The Perspectives of Students. European Journal of Molecular & Clinical Medicine. 7(8), 2589-2598.

Tahri, A., & Benali, M. (2024). The impact of influencer marketing via TikTok platform on the purchase behavior: a case study of the cosmetics market in Algeria. Al Bashaer Economic Journal, 10(2).

Tahri, A., & Benali, M. (2024). The impact of influencer marketing via TikTok platform on the purchase behavior: a case study of the cosmetics market in Algeria. Al Bashaer Economic Journal, 10(2).

Tariq, A., Bashir, B. M. A. S., Shad, M. A., Main, A. Z., & Dar, M. A. (2016). Factors affecting online shopping behavior of consumers in Pakistan, ***Journal of Marketing and Consumer Research***, 19, 95-100.

Tham, K. W., Dastane, O., Johari, Z., & Ismail, N. B. (2019). Perceived risk factors affecting consumers' online shopping behavior. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, *6*(4), 249-260.

Thomas, A., and Evi , C., (2020). Instagram Influencers' impact on online consumer behavior: An Empirical study of the Greek market ,International Journal of Academic Management Science Research (IJAMSR). International Journal of Academic Management Science Research, 4(11), 31-39.

Topalova, N., (2021). The impact of marketing through Instagram influencers on consumer behavior in the fashion industry: comparison of Millennials and Generation Z in Russia. *Unpublished master thesis*, Geneva Business School, Russia

Trehan, U., Siddiqui, I. N., & Dewangan, J. K.(2022), Social media influencer marketing: a systematic literature review . *Int. J. Business Excellence*,. X, Y, 1-18.

Trejo, J,M.,(2021). Covid -19 ads on purchase intention online consumer behavior as business innovation activity, electronic commerce research and applications, 49.

Trivedi, J., & Sama, R. (2020). The effect of influencer marketing on consumers' brand admiration and online purchase intentions: An emerging market perspective. *Journal of Internet Commerce*, 19(1), 103-124.

Veluchamy , R. Agarwal , P. Mishra , P.& Agarwal , R.(2021). Factors that Influence Change in Consumers' Behavior towards Online Shopping , Journal of Management & Entrepreneurship, 15 (1) , 27-35.

Veluchamy , R. Agarwal , P. Mishra , P.& Agarwal , R.(2021). Factors that Influence Change in Consumers' Behavior towards Online Shopping , Journal of Management & Entrepreneurship, 15 (1) , 27-35.

Vodák, J., Novysedlák, M., Čakanová, L., & Pekár, M. (2019). Who is Influencer and How to Choose the Right One to Improve Brand Reputation?. *Managing Global Transitions: International Research Journal*, 17(2), 19 - 162 .

Vrontis, D., Makrides, A., Christofi, M., & Thrassou, A. (2021). Social media influencer marketing: A systematic review, integrative framework and future research agenda. *International Journal of Consumer Studies*, 45(4), 617-644.

Vyatkina, O. L. (2019). The impact of influencer marketing on the global economy. In II International Scientific Conference GCPMED , 2357-1330.

Wei, L. Y., Singh, J. S. K., & Kularajasingam, J. (2021). Impact of Social Media Influencers on Purchasing Intention Towards Pet Products. A Quantitative Study Among Females In Malaysia. Electronic Journal Of Business And Management, 6(3), 76-92.

Younus, S. (2015). Identifying the factors affecting customer purchase intention. Global Journal of Management and Business Research, 15(2), 9-13.

Zaidi, S. D. A., Gondal, B. J., Yasmin, A., Rizwan, M., & Urooj, M. (2014). Antecedents of online shopping intention: A study held in Pakistan. Journal of Sociological Research, 5(1), 231-247.

Zeqiri,J., Koku, P.S., Dobre,C., Milovan, A.-M.,Hasani,V.V. and Paientko, T,(2025), "The impact of social media marketing on brand awareness, brand engagement and purchase intention in emerging economies" *Marketing Intelligence & Planning*, 43(1), 28 - 49.

Zhang, X., Choi, J,(2022). The Importance of social Influencer Generated Contents for User Congnition and Emotional Attachment, *Sustainability*, 14,6676.

تأثير ممارسات القيادة الريادية فى دعم الاستدامة التنظيمية فى ضوء القوة التنظيمية كمتغير وسيط
دراسة ميدانية على أعضاء هيئة التدريس بالجامعات المصرية الخاصة

The Effect of Entrepreneurial Leadership practices in Supporting Organizational Sustainability in Light of Organizational Strength as a Mediating Variable
A Field Study on Faculty Members in Private Egyptian Universities

ا.م.د. هاني فتحي عبد اللاه عبد المقصود *

(*) **د.هانى فتحى عبد اللاه عبد المقصود:** استاذ ادارة الاعمال المساعد – معهد الجيزة العالى للعلوم الادارية ، تتمثل الاهتمامات البحثية فى مجال ادارة الموارد البشرية والسلوك التنظيمى

Email : hanyfathy1357@gmail.com

ملخص البحث

هدف البحث الحالي إلى الكشف عن تأثير ممارسات القيادة الريادية على الاستدامة التنظيمية في ضوء القوة التنظيمية كمتغيروسيط بالتطبيق علي أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الخاصة المصرية، وتم جمع البيانات الاولية من عينة عشوائية بسيطة بلغ قوامها (٢٨٣) مفرده، وبلغ عدد قوائم الاستقصاء الصحيحة القابلة للتحليل (٢٠٩) بمعدل استجابة (٧٣,٨ %)، وتم استخدام عدد من الاساليب الاحصائية المناسبة من خلال برنامج (SPSS,V.23) ، واستخدام نموذج المعادلات الهيكلية Structural Equation Model (SEM) ، أظهرت نتائج الدراسة الميدانية إلى وجود علاقة معنوية إيجابية بين أبعاد البحث (القيادة الريادية، القوة التنظيمية، الاستدامة التنظيمية)، كما توصلت إلى وجود تأثير معنوي مباشر للقيادة الريادية على الاستدامة التنظيمية، ووجود تأثير معنوي مباشر للقيادة الريادية على القوة التنظيمية، ووجود تأثير معنوى للقوة التنظيمية على الاستدامة التنظيمية، كما تم التوصل إلي أن تناول القوة التنظيمية كمتغير وسيط في العلاقة بين القيادة الريادية والاستدامة التنظيمية يدعم وكان له قيمة واضحة تزيد من تأثير القيادة الريادية على الاستدامة التنظيمية عن التأثير في حالة عدم تناول القوة التنظيمية كعامل داعم ووسيط، وتوصل الباحث لمجموعة من التوصيات لدعم الاستدامة التنظيمية بالجامعات الخاصة من خلال تنمية ممارسات القيادة الريادية والاستخدام الأمثل للقوة التنظيمية لما لها من كبير الأثر في دعم الاستدامة التنظيمية.

الكلمات الدالة: القيادة الريادية، القوة التنظيمية، الاستدامة التنظيمية، الجامعات الخاصة.

Abstract:

The Current Research aims to reveal the impact of Entrepreneurial Leadership practices on Organizational Sustainability in light of Organizational Strength as an intervening variable applied to faculty members in Egyptian Private Universities. Primary data were collected from a simple random sample of (283) individuals, and the number of valid survey lists that could be analyzed was (209) with a response rate of (73.8%). A number of appropriate statistical methods were used through the program (SPSS, V.23), and the use of the Structural Equation Model (SEM),The results of the field study showed a positive significant relationship between the research dimensions (Entrepreneurial Leadership, Organizational Strength, and Organizational Sustainability), It also concluded that there is a direct significant effect of Entrepreneurial Leadership on Organizational Sustainability, a direct significant effect of Entrepreneurial Leadership on Organizational Strength, and a significant effect of Organizational Strength on Organizational Sustainability, It was also concluded that addressing Organizational Strength as an intervening variable in the relationship between Entrepreneurial Leadership and Organizational Sustainability supports and had a clear value that increases the impact of Entrepreneurial Leadership on Organizational Sustainability over the impact in the event that Organizational Strength is not addressed as a supporting and intervening factor, The researcher reached a set of recommendations to support Organizational Sustainability in Private Universities by developing Entrepreneurial Leadership practices and the optimal use of Organizational Strength due to its great impact in supporting Organizational Sustainability.

Keywords: Entrepreneurial Leadership, Organizational Sustainability, Organizational Strength, Private Universities

مقدمة البحث:-

تُعد الاستدامة التنظيمية من المفاهيم الحديثة التي اكتسبت أهمية متزايدة في عالم الأعمال والإدارة، نظراً للتحديات البيئية والاقتصادية والاجتماعية التي تواجهها المؤسسات في القرن الحادي والعشرين، ويقصد بالاستدامة التنظيمية قدرة المنظمة على العمل وتحقيق أهدافها بكفاءة وفعالية على المدى الطويل، مع المحافظة على التوازن بين الأداء الاقتصادي، والمسؤولية البيئية، والعدالة الاجتماعية.

يشهد عالمنا المعاصر اهتماماً غير مسبوق بالاستدامة بجميع مجالاتها، حيث تفرض التغيرات الحالية ضرورة التوجه نحو تحقيق الاستدامة على كافة الأصعدة، وقد أصبح مصطلح الاستدامة التنظيمية بارزاً في الأوساط الأكاديمية، حيث يبرز هذا المفهوم دور المؤسسات في تحقيق نتائج إيجابية تعزز الاستدامة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية والبشرية، وتعتبر مؤسسات التعليم العالي من أبرز الهيئات المعنية بتحقيق الاستدامة التنظيمية لتلبية احتياجات المجتمع، وقد تتبنى الجامعات استراتيجيات متنوعة لتحقيق هذه الاستدامة التنظيمية.

سلطت وثيقة استراتيجية التنمية المستدامة، رؤية مصر ٢٠٣٠، الضوء على أهمية أن تصبح مصر بحلول عام ٢٠٣٠ مجتمعًا مبدعًا ومبتكرًا ومنتجًا في مجالات العلوم والتكنولوجيا والمعرفة، ويتميز هذا المجتمع بوجود نظام متكامل يضمن القيمة التنموية للابتكار والمعرفة، ويعمل على ربط تطبيقات المعرفة ومخرجات الابتكار بالأهداف والتحديات الوطنية، لتحقيق هذا الهدف من الضروري تهيئة بيئة محفزة لتوطين وإنتاج المعرفة، بالإضافة إلى إنشاء وتطوير نظام وطني متكامل للابتكار قادر على تحويل المعرفة إلى قيمة تنموية، يتطلب ذلك تطوير التعليم العالي والبحث والتطوير، بالإضافة إلى تشجيع الإنتاج الإبداعي، ولن يتحقق هذا إلا من خلال تبني القيادات الجامعية لمفهوم القيادة الريادية فكراً وممارسة. (رئاسة مجلس الوزراء، ٢٠١٧)

بدأت الجامعات في جميع أنحاء العالم بالتحول من دورها التقليدي كمصدر للتعلم والمعرفة العلمية إلى نموذج الجامعات الريادية، وفي إطار ما تسعى إليه مؤسسات التعليم العالي خاصة في مصر من تحقيق تميز وقدرة على المنافسة في ظل عالم معقد يواجه تحديات ضخمة على مختلف الأصعدة العالمية والإقليمية والمحلية، يتطلب الأمر دراسة وتحليل العوامل المؤثرة في أداء الجامعات والصعوبات التي تواجهها والتي تعيق تقدمها وآمالها في تحقيق مكانة متميزة بين جامعات العالم

المتقدم ، ظهر مفهوم القيادة الريادية Entrepreneurial Leadership في الجامعات كضرورة ملحة للتكيف مع متطلبات التعليم العالي في القرن الحادي والعشرين وتحقيق الميزة التنافسية، تعد القيادة الريادية واحدة من الاستراتيجيات التي تمنح المنظمات القدرة على مواجهة التحديات والأزمات المستقبلية، من خلال تحمل المخاطر والاستباقية والإبداع في العمل مما يمكن المنظمات من الصمود ومجابهة تلك التحديات.

القوة التنظيمية هي القدرة التي تمتلكها المنظمات لتحقيق أهدافها بكفاءة وفعالية من خلال تنسيق الأنشطة والموارد بطريقة استراتيجية، وتشمل القوة التنظيمية مجموعة من العوامل التي تمكّن المنظمة من التكيف مع التغيرات في البيئة الداخلية والخارجية، وكذلك تعزيز مكانتها التنافسية وزيادة قدرتها على الابتكار والاستدامة التنظيمية، إن القوة التنظيمية تُعتبر أحد الأبعاد الأساسية التي تحدد نجاح المنظمة في مواجهة التحديات وتحقيق استدامتها على المدى الطويل، فالمؤسسات التي تتمتع بقوة تنظيمية عالية تكون أكثر قدرة على التعامل مع الأزمات، والتوسع في الأسواق، وإحداث تغييرات إيجابية في صناعة الأعمال.

ويعتبر البحث الحالي مدخلاً للتعرف على مستوى اهتمام عينة البحث (اعضاء هيئة التدريس بالجامعات الخاصة) بالقيادة الريادية والاستدامة التنظيمية والقوة التنظيمية، فضلا عن التعرف على الدور الذي يمكن ان تسهم به القيادة الريادية في تحقيق الاستدامة التنظيمية، والدور الوسيط الداعم الذي يمكن ان تسهم به القوة التنظيمية في تحقيق الاستدامة التنظيمية، وذلك بتسليط الضوء على الأسس الفكرية لمتغيرات البحث وهما:

- القيادة الريادية بأبعادها (الرؤية الاستراتيجية، المبادأه "الاستباقية"، الإبداع ، الاستعداد لتحمل المخاطرة)
- الاستدامة التنظيمية بأبعادها (الاستدامة الاقتصادية، الاستدامة الاجتماعية، الاستدامة البيئية، الاستدامة البشرية).
- القوة التنظيمية بأبعادها(القوة الرسمية"الشرعية"، قوة المكافأه، قوة الخبرة، القوة المرجعية"الكاريزماتية")

ويأمل الباحث أن تساعد نتائج هذا البحث وزارة التعليم العالي والبحث العلمى، والجامعات الخاصة بشكل خاص على إدراك أهمية العلاقة التفاعلية بين القادة الريادية والاستدامة التنظيمية والقوة التنظيمية.

أولاً الدراسة الاستطلاعية ومشكلة البحث:

ويتم تناول أهدافها وإجراءات تنفيذها وأهم نتائجها على النحو التالي:

١- أهداف الدراسة الاستطلاعية:

قام الباحث بدراسة استطلاعية استهدفت الحصول علي بيانات استكشافية حول القيادة الريادية والقوة التنظيمية والاستدامة التنظيمية لأعضاء هيئة التدريس بجامعات الخاصة، تتمثل في التعرف على مدى ادراك أعضاء هيئة التدريس لمفهوم وأبعاد القيادة الريادية ، مستوى الاستدامة التنظيمية في الجامعات موضع التطبيق، مدى تطبيق الجامعات موضع التطبيق لأبعاد القيادة الريادية، مدى ادراك أعضاء هيئة التدريس لمفهوم وابعاد القوة التنظيمية ، تأثير القيادة الريادية في تفسير التغير في الاستدامة التنظيمية، وصياغة مشكلة البحث بصورة علمية سليمة، والتعرف على الخصائص العامة لمجتمع البحث، وتكوين صورة مبدئية عن صلاحية الجامعات الخاصة لتطبيق الدراسة الميدانية.

٢- أسباب اختيار الباحث قطاع التطبيق:

إيماناً من الباحث أن هناك فجوة بين ما وصل إليه التعليم العالى في البلدان المتقدمة وما وصل إليه التعليم في بعض البلدان لا سيما مصر، وبدوره يواجه التعليم العالى حالة من المنافسة بين الجامعات الخاصة والجامعات الحكومية في مصر أثناء الفترة الأخيرة، قد أدى ذلك إلى اختيار قطاع الجامعات الخاصة لتطبيق البحث عليه، تيقناً من الباحث للدور المهم والحيوي للقيادة الريادية في الجامعات الخاصة ، وسيكون لها دور محوري في تحقيق الاستدامة التنظيمية لهذا القطاع البالغ الأثر علي تنمية التعليم العالى في مصر.

٣- إجراءات تنفيذ الدراسة الاستطلاعية

وقد اشتملت الدراسة الاستطلاعية علي دراسة مكتبية، تم فيها جمع البيانات الثانوية المتعلقة بكل من القيادة الريادية، والقوة التنظيمية والاستدامة التنظيمية بالإضافة عدد من المقابلات الشخصية بتوجيه تساؤلات تضمنها إطار الدراسة الاستطلاعية لعينة من اعضاء هيئة التدريس بالجامعات الخاصة (٢٣) مفردة في الفترة من ٢٠٢٤/١٠/١٠ إلى ٢٠٢٤/١١/٦وذلك بهدف استطلاع آرائهم نحو مدى توافر ممارسات القيادة الريادية وأبعادها لدى اعضاء هيئة التدريس،

وحالة الاستدامة التنظيمية بأبعادها وسؤال اعضاء هيئة التدريس حول مدى إمكانية النجاح في تحقيق الاستدامة التنظيمية من خلال ممارسات القيادة الريادية بتوسيط القوة التنظيمية.

٤- نتائج مستخلصة من الدراسة الاستطلاعية(ابرز مؤشرات الدراسة الاستطلاعية)

فقد أسفرت الدراسة عن مجموعة من الظواهر والتي تمثل نتائج مبدنية وهي:

- **القيادة الريادية:** أشارت النتائج أن ٦٩% من أعضاء هيئة التدريس يرون أن القيادة فى الجامعة تتبنى إلى حد ما رؤية إستراتيجية فعاله والحث على المبادأه والابداع مما يدعم الاستدامة التنظيمية ويعزز بيئة العمل الايجابية.
- **الاستدامة التنظيمية:** يرى ٥٦% من أعضاء هيئة التدريس أن الجامعة تسعى الى دعم الاستدامة التنظيمية.
- **القوة التنظيمية:** أفصح ٧٣% من أعضاء هيئة التدريس أن مصادر القوة التنظيمية متوفرة لحد ما بالجامعة مما يزيد من الالتزام المؤسسى تجاه المجتمع ويدعم الاستدامة التنظيمية
- اشارت الدراسة ٤٤% من أعضاء هيئة التدريس لديهم قصور في فهم دور القوة التنظيمية كمتغير وسيط في العلاقة بين القيادة الريادية والاستدامة التنظيمية

يتضح من نتائج الدراسة الاستطلاعية أن القيادة الريادية تلعب دوراً جوهرياً في دعم الاستدامة التنظيمية بالجامعات موضع التطبيق ، كما أن تطبيق مصادر القوة التنظيمية بفاعلية يسهم بشكل كبير في تحسين هذه العلاقة من خلال تعزيز القوة الرسمية وقوه الخبرة وقوة المكافأة والقوة المرجعية مما يساهم في دعم الاستدامة التنظيمية

تواجه المنظمات، بما في ذلك الجامعات، تحديات كبيرة نتيجة للتطورات السريعة في العالم، مما يستدعي اعتماد أساليب سريعة تدعم استدامتها التنظيمية، كما تحتاج الجامعات إلى قيادة ريادية تتخلى عن الطرق التقليدية وتتكيف مع بيئتها لتحقيق الاستدامة التنظيمية، مما يساعد في بناء استراتيجيات جديدة ومتطورة لتحقيق التميز والأداء العالي.

تعتبر مشكلة الدراسة في الاستدامة التنظيمية أحد الجوانب الأساسية لفهم التحديات التي تواجهها المنظمات في تطبيق مبادئ الاستدامة التنظيمية على المدى الطويل، ففي ظل التغيرات السريعة التي يشهدها العالم، سواء على المستوى الاقتصادي أو الاجتماعي أو البيئي، تواجه الجامعات صعوبة في دمج استراتيجيات الاستدامة التنظيمية بشكل فعّال داخل هياكلها التنظيمية،

تتمثل صعوبة تنفيذ ممارسات الاستدامة التنظيمية لوجود مقاومة داخلية أو نقص في الوعي بأهمية الاستدامة التنظيمية بين القيادات، قد تواجه المنظمات صعوبة في وضع خطط مستدامة تتناسب مع حجمها وطبيعة عملها، مما يجعلها غير قادرة على تطبيق هذه الاستراتيجيات بشكل مؤثر.

على الرغم من الاهتمام الكبير بتطوير التعليم العالي في مصر، إلا أن هناك بعض التحديات التي تواجه الجامعات، وأبرزها يتمثل في ضرورة إيجاد تنظيم فعال قادر على تحقيق الأهداف التعليمية ضمن إطار الاستدامة التنظيمية (الطراونة، ٢٠٢٢)، وقد أكدت دراسة (سليمان، ٢٠٢٠) أن مجال الإدارة في المؤسسات التعليمية يشهد ممارسات مستمرة من التجديد والتطوير نتيجة لتأثيرات العولمة والانفتاح الثقافي والمعرفي، مما أدى إلى بروز الحاجة لتحقيق الاستدامة التنظيمية وضرورة تطوير الاستراتيجيات والممارسات التنظيمية لتلبية الاحتياجات الحالية والمستقبلية للمؤسسات التعليمية.

تلعب الجامعات دوراً حيوياً في تطوير المجتمعات ومؤسسات التعليم العالي، مما يسهم في تقدم المجتمع، تواجه الجامعات منافسة قوية لمواكبة التطورات العلمية المستمرة، ويتطلب ذلك وجود قيادات ريادية لتحقيق أداء متميز، كما أن الاستثمار في الكوادر التدريسية المتميزة يعد أمراً ضرورياً لاستغلال طاقاتهم المعرفية، تعتبر القيادة الريادية استراتيجية أساسية للمنظمات الرائدة لمواجهة التغيرات والمنافسة.

ولغلق **الفجوة المعرفية** في الدراسات العربية بشكل عام، وفي البيئة المصرية بشكل خاص، واعتمادا على ما تقدم تتمثل المشكلة البحثية في بيان الآلية التي من خلالها يتم دعم الاستدامة التنظيمية بالجامعات الخاصة وإلى أي حد يمكن الاعتماد على ممارسات القيادة الريادية في تلك المهمة الاستراتيجية بصورة مباشرة، والقوة التنظيمية بصورة غير مباشرة ، وقد دفعني هذا إلى دراسة وتحليل هذا التأثير بشكل علمي لفحصه وتوصيفه وفهم ديناميكية تطبيقه .

وأمكن التعبير عن تلك المشكلة في صورة عدد من التساؤلات كما يلي:

(١) هل يمكن دعم الاستدامة التنظيمية لدى أعضاء هيئة التدريس بالجامعات الخاصة من خلال تحقيق أبعاد القيادة الريادية؟

(٢) ما طبيعة ونوع العلاقة التأثيرية بين القيادة الريادية والاستدامة التنظيمية بالجامعات الخاصة ؟

(٣) ما طبيعة ونوع العلاقة التأثيرية بين القيادة الريادية والقوة التنظيمية بالجامعات الخاصة ؟

(٤) ما طبيعة ونوع العلاقة التأثيرية بين القوة التنظيمية والاستدامة التنظيمية بالجامعات الخاصة ؟

(٥) هل يوجد علاقة تأثيرية غير مباشرة لأبعاد القيادة الريادية على الاستدامة التنظيمية في ضوء الدور الوسيط لأبعاد القوة التنظيمية لدى أعضاء هيئة التدريس بالجامعات الخاصة ؟

ثانياً: أهداف البحث:

بناءً على العرض السابق لمشكلة وتساؤلات البحث، فإن أهداف البحث تتمثل في الآتي:

(١) التعرف على إمكانية دعم الاستدامة التنظيمية من خلال مساهمة أبعاد القيادة الريادية لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات الخاصة المصرية

(٢) تحديد نوع وقوة العلاقة التأثيرية بين القيادة الريادية والاستدامة التنظيمية لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات الخاصة المصرية

(٣) تحديد نوع وقوة العلاقة التأثيرية بين القيادة الريادية والقوة التنظيمية لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات الخاصة المصرية

(٤) تحديد نوع وقوة العلاقة التأثيرية بين القوة التنظيمية والاستدامة التنظيمية لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات الخاصة المصرية.

(٥) الكشف على الدور الوسيط للقوة التنظيمية في العلاقة التأثيرية بين القيادة الريادية والاستدامة التنظيمية لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات الخاصة المصرية.

ثالثاً: أهمية ومبررات البحث:

يستمد البحث الحالي أهميته النظرية والعملية من الاعتبارات التالية:-

- الأهمية النظرية:

١- تناول البحث إحدى الموضوعات الهامه والحديثه في مجال التعليم العالي، وهو موضوع الاستدامة التنظيمية الذي يحقق الميزة التنافسية والسمعة الأكاديمية للجامعة، واستعراض لمدخل القيادة الريادية والذي يُعد أحد المداخل الحديثة والرئيسية لدعم الاستدامة التنظيمية ، كما يتماشى استراتيجية التنمية المستدامة، رؤية مصر ٢٠٣٠، على أهمية أن تصبح مصر بحلول عام ٢٠٣٠ مجتمعًا مبدعًا ومبتكرًا ومنتجًا في مجالات العلوم والتكنولوجيا والمعرفة، ويتميز هذا المجتمع بوجود نظام متكامل يضمن القيمة التنموية للابتكار والمعرفة.

٢- يركز البحث على القيادة الريادية في الجامعات الخاصة، وهو موضوع ذو أهمية كبيرة في السياق التعليمي والبحثي والاجتماعي، بالإضافة إلى ذلك، يسهم البحث في سد الفجوة الناتجة عن قلة الدراسات العلمية في مجال القيادة الريادية بالجامعات الخاصة، ويعزز من زيادة الأبحاث العلمية المتعلقة بهذه الجامعات، مما قد يدعم قيادتها في تحسين أدائها مستقبلاً، كما يوفر هذا البحث للباحثين إطاراً مرجعياً يمكنهم الاستفادة منه في دراساتهم المستقبلية حول بيئة الجامعة.

-الأهمية العملية :

يهدف هذا البحث إلى تحديد متطلبات تطوير ممارسات القيادة الريادية لدى الأكاديميين في الجامعات الخاصة، مما يسهم في تعزيز تنافسية هذه الجامعات مقارنةً بالجامعات المصرية والدولية، يمكن أن تُعتبر هذه المتطلبات دليلًا عمليًا لقيادات الجامعات الخاصة لتطوير ممارسات الأكاديميين فيها ، وبالتالي، يقدم البحث إطارًا نظريًا وتطبيقيًا لمتطلبات تطوير ممارسات القيادة الريادية لدى الأكاديميين في الجامعات الخاصة، بهدف دعم جهود الدولة في تحقيق رؤيتها التنموية، وهذا من شأنه أن يُحسن مستوى مخرجات الجامعات الخاصة ويعزز رضا المجتمع عن أداء هذه الجامعات وتلبية احتياجاته، ومن ثم، يمكن الاستفادة من محتوى البحث ومصادره لدعم الممارسات الريادية في الجامعات المصرية والمؤسسات المماثلة.

رابعاً: الاطار النظري والدراسات السابقة وفرضيات البحث

يشمل الاطار النظري والدراسات السابقة وفرضيات البحث، مفهوم وابعاد القيادة الريادية، مفهوم وابعاد القوة التنظيمية، ومفهوم وابعاد الاستدامة التنظيمية، تأثير القيادة الريادية في تحقيق الاستدامة التنظيمية، تأثير القوة التنظيمية في تحقيق الاستدامة التنظيمية، ومن ثم صياغة فروض البحث على النحو الآتي :

(١) القيادة الريادية Entrepreneurial Leadership

١/١ مفهوم القيادة الريادية

توافق العديد من الدراسات على أن المؤسسات، ولا سيما التعليمية منها، بحاجة إلى نموذج قيادي واعٍ ومسؤول يهدف إلى التأثير في الأفراد والمجموعات، هذا النموذج يسهم في تحفيز الكادر البشري لمواكبة التقدم والتطور في البيئة المحيطة واستغلال الفرص المتاحة (Karam & Kitana, 2020)، القيادة الريادية تشير إلى القدرة على التعرف على الفرص الجديدة واستغلال موارد

المؤسسة لتحقيق الأفكار الإبداعية (Gunawan, 2022)، تُعتبر هذه القيادة من أبرز النماذج الناشئة التي تم تطبيقها للتكيف مع الطبيعة الديناميكية والمتغيرة للمنظمات الحديثة، وقد نالت هذه النوعية من القيادة اهتمامًا متزايدًا من قبل الباحثين والممارسين نظرًا لدورها الحيوي في تعزيز القدرة التنافسية والنجاح والنمو في مختلف أنواع الأعمال، سواء كانت عامة أو خاصة (Bagheri & Harrison,2020) ، كما يُعرّف (Sawaean & Ali, 2020) القيادة الريادية بأنها الأسلوب الذي يتبعه قادة ريادة الأعمال لإعادة هيكلة منظماتهم، مما يمكّنهم من استغلال الفرص الجديدة وتعزيز قدرتهم على الابتكار والتنوع اللازمين للتنافس في بيئة غير متوقعة، كما يشير (Nguyen et al., 2021) إلى أن القيادة الريادية تشمل إدارة تشغيل الشركات وتحفيز العاملين لتحقيق القيم الأساسية مثل المخاطرة، واغتنام الفرص، وابتكار المنتجات والعمليات، بالإضافة إلى خلق مزايا تنافسية وتعزيز الكفاءات الديناميكية التي يتبناها رواد الأعمال، من جهته يوضح (Imran & Aldaas, 2020) أن القيادة الريادية تمثل أسلوب قيادة شائع يصف القائد الذي يمتلك مزيجًا من نهج ريادة الأعمال والقدرة على التعامل مع مواقف السوق الحرجة، مما يمنح المؤسسة ميزة تنافسية، يعمل هؤلاء القادة على تعزيز الجوانب الإبداعية، وتكون استجابتهم للتغيير أعلى مقارنة بأنماط القيادة الأخرى، حيث تُعتبر القيادة الريادية مجموعة من الأنشطة التي تهدف إلى خلق منتج أو سلعة جديدة أو الدخول في سوق جديدة (Widyani et al., 2020).

تعتبر القيادة الريادية من الأنماط القيادية التي تمكن المنظمات من مواجهة التحديات في عصر يتسم بالتغيير السريع والمنافسة القوية الناتجة عن التقدم التكنولوجي والمعرفي والعولمة مما يدفعها للبحث عن أساليب وتقنيات إدارية جديدة للتغلب على المشكلات بطرق مبتكرة وإبداعية مما يسهم في نموها واستقرارها وتحسين أدائها المستمر (العريفي، ٢٠٢٣)، تعتمد القيادة الريادية على الرؤية الاستراتيجية والإبداع والمخاطرة والاستباقية. تشمل ريادة الأعمال عمليات اكتشاف الفرص واستثمارها، وتنظيم الموارد لخلق ميزة تنافسية من خلال الإبداع والعمل الجاد، تؤثر هذه القيادة في توجيه الموظفين نحو تحقيق الأداء المطلوب من خلال تحديد الفرص واستغلالها (مكي، ٢٠٢١)، تُعتبر القيادة الريادية نموذجًا فعّالًا في مواجهة التحديات وتعزيز الابتكار في سوق الأعمال، يُظهر البحث أن القائد الريادي يُحفز التنافس الإيجابي، مما يساهم في نجاح ونمو المنظمة، بغض النظر عن حجمها أو هيكلها التنظيمي (Bagheri, 2017)، تُعرّف القيادة الريادية بأنها القدرة على دراسة احتياجات ورغبات المستفيدين والمنافسين استنادًا إلى معايير دقيقة وتحليل شامل. كما تتميز هذه

القيادة بقدرتها على اتخاذ القرارات المناسبة في الوقت المناسب لاستغلال الفرص المتاحة في بيئة معقدة ومتغيرة، بالإضافة إلى ذلك، تُظهر القدرة على إدارة المخاطر من خلال تنويع الخدمات والمنتجات وإعادة تخصيص الموارد في ظل حالات عدم اليقين، فضلاً عن تشجيع ثقافة تنظيمية تركز على التوجه والتعلم الريادي.(Paek & Heesang, 2017)، تُعتبر القيادة الريادية نوعًا فريدًا من القيادة اللازمة لمواجهة التحديات والأزمات الحالية. يمكّن هذا النوع من القيادة القادة من توجيه منظماتهم بفعالية وحل المشكلات التي تواجههم، كما يُحدث تأثيرًا كبيرًا على قدرتهم في التعرف على الفرص الجديدة لتحسين أداء المنظمة (Pihie et al., 2014)، كما تعرف بأنها قدرة القادة على التأثير في أداء أعضاء الفريق وتوجيههم نحو تحقيق الأهداف التنظيمية، مع التركيز على تحديد واستغلال فرص تنظيم المشاريع (Indawati et al., 2018).

يؤكد الباحث على أن القيادة الريادية قادرة على تنفيذ الابتكارات والتكيف مع التغيرات السريعة مما يؤثر بشكل إيجابي على أعضاء هيئة التدريس، مما يسهم في تحقيق الرؤى المستقبلية وتطوير المؤسسات، هذه القيادة تتميز بالإبداع والاستباقية، وتتبنى المخاطرة لاستغلال الفرص الجديدة، مما يمكن القيادات الجامعية من مواجهة التحديات بفعالية والتكيف مع الظروف المتغيرة مما ينعكس إيجابياً على أداء الجامعات المصرية ويساعدها في البقاء والنمو وتحقيق النجاحات الاستراتيجية.

٢/١ أهمية القيادة الريادية

تعتبر القيادة الريادية عنصرًا حيويًا في تشكيل مستقبل المنظمات، مما يبرز الدور الذي تلعبه في تحقيق النجاح من خلال تنفيذ الخطط وتحقيق الأهداف، تسهم القيادة الريادية في إحداث تغييرات ملموسة من خلال توفير بيئة عمل صحية لكل فرد في المنظمة، حيث تشجع القادة العاملين على تعزيز أدائهم لتحقيق الأهداف التنظيمية (Van Kleef et al, 2010)، ويشير (Visser et al, 2013) إلى أن القيادة الريادية الفعالة يمكن أن تكون أداة قوية لتحفيز العاملين على العمل بجد من أجل تحقيق الأهداف وتحسين الأداء الجماعي، حيث تعزز شعور الرضا لدى العاملين مما يرفع من مستوى أدائهم، كما يوضح (Mubarak, 2014) أن القيادة الريادية الفعالة تمثل جوهر أي منظمة في عالم الأعمال اليوم، حيث تساعد القادة الإيجابيين على تحقيق النجاح وتحسين أداء العاملين، من جانبه، أضاف (Arham, 2014) بعض النقاط حول أهمية القيادة الريادية، والتي تشمل:

١- تعزيز الابتكار والتجديد :القائد الريادي يخلق بيئة تشجع على التفكير الإبداعي وتقديم حلول مبتكرة للتحديات، تحفز القيادة الريادية المرؤوسين على التفكير النقدي وتقديم أفكار وأساليب جديدة للممارسات الحالية.

٢- تحقيق التميز التنافسي :من خلال تبني استراتيجيات ريادية، يمكن للمؤسسات التميز عن منافسيها، القائد الريادي يركز على تحديد الفرص المتاحة وتحقيق النفع عبر الإبداع والابتكار .

٣- تعتبر القيادة الريادية من أبرز العوامل التي تؤثر على إبداع المنظمة، إن لم تكن الأكثر تأثيرًا.

٤- تعتبر مفيدة لأي ابتكار تقوم به المنظمة في عصر المنافسة، حيث تسهم في تسريع تقدم الابتكارات والتغييرات من خلال تقييم الرؤية وتوسيعها، وتشجيع المرؤوسين على السعي لتحقيق تلك الرؤية.

كما تكتسب القيادة الريادية في مؤسسات التعليم العالي أهميتها من قدرتها على تجاوز القيود الهرمية والداخلية، مثل الصراعات التنظيمية، كما تساهم في تعزيز روح المبادرة الأكاديمية وتحسين جودة اتخاذ القرارات، مما يعزز سمعة المؤسسة على المستويات المحلية والإقليمية والعالمية (Yusof & Jain, 2012).

٣/١ أبعاد القيادة الريادية

بمراجعة العديد من الأدبيات والمرجعيات العلمية المتعلقة بأبعاد القيادة الريادية أجمعت أغلب وجهات النظر من قبل الكتاب والدراسات السابقة الاعتماد على الأبعاد الأربعة التي حددها **(Gupta et al, 2004)** والممثلة في (الرؤية الاستراتيجية، المبادأة، الإبداع، الأستعداد لتحمل المخاطرة)، والتي تم اختبارها في بيئات ومنظمات مختلفة وأثبتت مصداقتها ، وقد اتفقت دراسات عديدة معاصرة على تبني هذه الأبعاد، واعتمدت عليها مثل:

(Al-Janabi et al., 2024; Jundulloh & Nasution ,2024;Gunawan, 2022; Nguyen, et al, 2021; Sawaean & Ali, 2020; Imran & Aldaas, 2020; Karam & Kitana, 2020; Bagheri & Harrison,2020)

العريفي،٢٠٢٣; المصرى، ٢٠٢٢;عمرو ، ٢٠٢١; مكي، ٢٠٢١ ; الزغبي،٢٠٢٠ ; الطائي،٢٠١٩

وفيما يلى شرح مختصر لتلك الأبعاد :-

١/٣/١ الرؤية الاستراتيجيةVision

تُعتبر القدرة على تطوير وتحديث رؤية ملائمة لمستقبل المنظمة من أبرز جوانب القيادة الريادية، حيث يتطلب تنفيذ هذه الرؤية بشكل فعّال على أرض الواقع، يتمتع القادة الرياديون برؤية واضحة ولديهم المهارات اللازمة لخلق سيناريوهات مستقبلية ترتبط بنجاح مع أهداف المنظمة، من خلال بناء علاقات مثمرة مع الأفراد المعنيين وتحفيزهم على العمل بشغف لتحقيق هذه الرؤى ، وفي سياق القيادة الريادية، يجب أن تمتلك قيادة المؤسسة الجامعية رؤية تثير اهتمام العاملين بمستقبلها، يمكن لقيادة الجامعة تحويل هذه الرؤية إلى واقع قابل للتطبيق ضمن رسالة المنظمة، من خلال قدرتها على إقناع الآخرين بجدوى رؤيتها الاستراتيجية، واستغلال هذه الرؤية لتوحيد جهود العاملين نحو تحقيق الأهداف الرئيسية للمؤسسة.

٢/٣/١ المبادأه (الأستباقية)Reactiveness

يشير التوجه الريادي الاستباقي إلى قدرة المنظمة على استغلال الفرص البيئية المتاحة وتجربة التغييرات والإجراءات لتحقيق القيادة، وهذا يتطلب الالتزام بإنجاز الأعمال المطلوبة بدافع وحماس من أجل تحقيق التميز، كما تتطلب الاستباقية تحفيز الأفراد على التنافس بقوة واستمرار مع المنظمات الأخرى، تتمثل القدرة على اتخاذ المبادرة في التصرف وفقًا لمتطلبات الموقف، مما يعني أن المبادرة ليست مجرد دفاع، بل تتضمن الهجوم من الناحية العملية.

٣/٣/١ الابداعCreativity

الاستثمار الفعّال في إمكانيات المؤسسة يهدف إلى تحسين أدائها، مما ينعكس إيجاباً على جودة الخدمات المقدمة، فالكفاءة والإبداع يُعتبران من العوامل الرئيسية التي تؤثر في قدرة المؤسسة على تحقيق ميزة تنافسية، حيث يلعبان دوراً حاسماً في جودة اتخاذ القرارات وتنفيذها.

٤/٣/١ الاستعداد لتحمل المخاطرةTaking Risks

تُعتبر الجامعات الريادية هي تلك المؤسسات التعليمية التي تعتمد على مبدأ المخاطرة المدروسة، وتدعم التغيير والتعلم من الأخطاء، بالإضافة إلى السعي نحو التحسين المستمر. لذا، يجب أن تسود في هذه الجامعات ثقافة تعليمية تشجع على الاستخدام المستمر للمعرفة والمعلومات بشكل

منهجي، وتوفر بيئة من الثقة والدعم، مما يعزز من المخاطرة المدروسة والقدرة على تحويل الأخطاء إلى فرص للتعلم، بهدف تحقيق التغيير والتحسين المستمر.

(٢) القوة التنظيمية Organizational Strength

١/٢ مفهوم القوة التنظيمية

تعددت التعريفات الخاصة التي وصفت القوة التنظيمية وذلك بسبب الاختلاف في وجهات نظر الكتاب والباحثين، صنف (Schermerhorn et al., 2000) القوة إلى نوعين، النوع الأول: قوة المنصب "Position Power"وتشمل قوة المكافأة، والقوة القسرية، والقوة الرسمية ، والنوع الثاني: القوة الشخصية " "Personal Power" وتشمل قوة الخبرة، وقوة الإقناع، والقوة المرجعية، وقد عرف (Alaa Musin،2022) القوة التنظيمية بأنها مجموعة من المؤهلات والقدرات التي يمتلكها الأفراد والمنظمات، والتي تمكنهم من التأثير على الآخرين لتحقيق التفوق عليهم، كما عرفها (السليم، ٢٠٢٢) بأنها مقدار التأثير الذي يمكن أن يمارسه المديرون على الموظفين من خلال مناصبهم الوظيفية والصلاحيات الممنوحة لهم، بالإضافة إلى توافر المعلومات والخبرات اللازمة لإنجاز العمل وتحقيق مستوى عالٍ من الفعالية. يتم ذلك من خلال تطبيق أنماط القوة الرسمية، والمكافآت، والإكراه، والخبرة، والمعلومات، والمرجعية، يشير (Tiffany Storm, 2020) إلى أن القوة التنظيمية تُعتبر قوة هيكلية تُشكل القيم والمعتقدات لدى الآخرين. وتتمثل هذه القوة الهيكلية في عدة أنواع، منها السلطة المرجعية التي تعتمد على الطلاقة والثقة، والسلطة الشرعية التي تستند إلى الموقف. كما تشمل قوة الخبراء التي تؤثر من خلال المعرفة، والقوة القسرية التي تعني القدرة على معاقبة الأفراد أو إيذائهم، بالإضافة إلى قوة المكافأة التي تعبر عن القدرة على منح المكافآت للنتائج الإيجابية، كذلك، يشير (عيد ،٢٠٢٠) إلى أن القوة التنظيمية تتعلق بالأدوات والسمات والتطبيقات الموجودة في قيادة المنظمة، والتي تمكّن القادة من التأثير على الموظفين ليقوموا أو يمتنعوا عن اتخاذ سلوك معين داخل الهيكل الاجتماعي المرن للمنظمة، وذلك بهدف تحقيق أهدافها.

يُعرّف (قادر، ٢٠٢٠) القوة التنظيمية بأنها الهيمنة الفردية أو الجماعية والقدرة على التأثير في سلوك الآخرين باستخدام مصادر القوة المتاحة في بيئة العمل، لتحقيق أهداف معينة أو تنفيذ سياسات محددة، وفي نفس السياق، يشير (الزبيدي، ٢٠١٧) أن القوة التنظيمية تتعلق بقدرات الفرد على التأثير في سلوك الآخرين لتحقيق أهداف معينة، من خلال استخدام أساليب متنوعة مثل السلطة، والإقناع، والإكراه، والمكافأة.

القوة التنظيمية هى القدرة علي التأثير في سلوك الآخرين ، حيث أن القوة التنظيمية هي قدرة أحد أطراف المنظمة علي إحداث تغيير في سلوك وآراء وإتجاهات وأهداف وإحتياجات وقيم الطرف الآخر في المنظمة (Rahimi et al., 2017)، تعتبر القوة التنظيمية أحد جوانب الثقافة التنظيمية، وهي سمة بارزة في المؤسسات الحديثة، وقد تزايدت الدراسات النظرية والتطبيقية التي تقدم مفاهيم متنوعة حول القوة التنظيمية، حيث تُعتبر عاملاً مؤثراً في فهم كيفية أداء المؤسسات لمهامها (عثمان، ٢٠١٧)، لقد أصبحت القوة التنظيمية عنصرًا حيويًا في المنظمات الحديثة، حيث تُعتبر أحد الأسس الرئيسية للإدارة الناجحة. يعتمد نجاح الإدارة على قدرتها في تنسيق جهود العاملين لتحقيق الأهداف بكفاءة وفعالية، وهو ما لا يمكن تحقيقه دون وجود قوة تدفعهم للتركيز على تحقيق تلك الأهداف (الرميدي، ٢٠١٩).

٢/٢ أبعاد القوة التنظيمية

بمراجعة العديد من الأدبيات والمرجعيات العلمية المتعلقة بأبعاد القوة التنظيمية أجمعت أغلب وجهات النظر من قبل الكتاب والدراسات السابقة الاعتماد على أربعة أبعاد التى حددها **(Schermerhorn et al., 2000)**والممثلة في (القوة الرسمية "الشرعية"، قوة المكافأه، قوة الخبرة، القوة المرجعية "الكاريزماتية")، والتي تم اختبارها في بيئات ومنظمات مختلفة وأثبتت مصداقتها ، وقد اتفقت دراسات عديدة معاصرة على تبني هذه الأبعاد، واعتمدت عليها مثل:

(Alaa Musin, 2022; Tiffany Storm, 2020; Rahimi et al., 2017; Robbins, 2017; Krume, 2015; Griffin &Moorhead, 2014; Tallberg, 2007)

السليم ، ٢٠٢٢; عطا وآخرون ، ٢٠٢٢;عيد ، ٢٠٢٠ ; قادر، ٢٠٢٠;الرميدى٢٠١٩; عثمان،٢٠١٧

وفيما يلى شرح مختصر لتلك الأبعاد :-

١/٢/٢القوة الرسمية "الشرعية"Legitimate Power

تُعرف هذه القوة بقوة المنصب أو المركز الوظيفي أو القوة الشرعية، حيث يحصل الموظف على هذه القوة نتيجة لموقعه في الهيكل الوظيفي للمنظمة. تُكتسب هذه القوة من قبل الفرد (المدير) بسبب وظيفته أو مركزه في التنظيم، وغالبًا ما تكون اتجاهاتها نحو المرؤوسين، مما يدفعهم للتعاون مع

المدير بسبب سلطته، مما يجعلهم يقبلون أوامره. إذ أن وظيفة المدير تمنحه الحق في إصدار الأوامر وتوجيه مرؤوسيه.

٢/٢/٢ قوة المكافأة Reward Power

تشير إلى قدرة الشخص على التأثير في الآخرين من خلال تقديم أشياء ذات قيمة مادية أو معنوية لهم، تهدف المكافأة إلى تعزيز السلوك المرغوب فيه، وتحدد هذه المكافأة مدى استجابة المرؤوس للأوامر والتوجيهات التي يصدرها القائد، مما يساعده في الحصول على هذه المكافأة من الرئيس.

٣/٢/٢ قوة الخبرة Expert Power

هي القدرة على التأثير في سلوك الآخرين أو التحكم فيه من خلال امتلاك المعرفة أو الخبرة الشخصية، ولا تتعلق هذه القوة بالمنصب الوظيفي الذي يشغله الفرد داخل المنظمة، تتمثل في تلك المقدرة المبنية على كفاءات ومواهب ومعرفة متخصصة معترف بها.

٤/٢/٢ القوة المرجعية "الكاريزماتية"Referent Power"

تتمثل هذه القوة في امتلاك المدير لمؤهلات وسمات شخصية تشجع الآخرين على التفاعل الإيجابي معه، وتشير قوة التأثير إلى الاحترام والإعجاب والمحبة التي يشعر بها الفرد تجاه الآخر.

(٣) الاستدامة التنظيمية Organizational Sustainability

١/٣ مفهوم الاستدامة التنظيمية

تم تقديم مصطلح الاستدامة لأول مرة في مؤتمر البيئة بالأمم المتحدة عام ٩٧٢ م بستوكهولم، وبشكل رسمي من قبل اللجنة العالمية للبيئة والتنمية World Commission on Environment and Development(WCED) عام ١٩٨٧م بما يسمى بتقرير بروندتلاند، ومنذ ذلك الحين أصبحت الاستدامة كلمة رنانة في الأوساط المهنية والأكاديمية، إلا أن دراسة استدامة المنظمات لم يبدأ إلا في منتصف التسعينات (Dyllick & Hockerts، 2002)، أوضح (Turan & Cetinkaya ,2021) أن الاستدامة تعني قدرة المنظمة على الإسهام بشكل إيجابي في التنمية المستدامة من خلال تقديم فوائد بيئية واجتماعية واقتصادية في آن واحد ، وأشار (Amey & Eddy, 2023) أن الاستدامة التنظيمية تساهم في تعزيز مستويات الأداء وزيادة الإنتاجية من خلال توفير شفافية في النظام الإداري، وتعزيز التعاون والالتزام داخل المؤسسة، مما يساعد في تحقيق الأهداف المؤسسية ورفع كفاءة الإدارة، كما يعرّف (AlSarrah et al. ,2020) الاستدامة على أنها التكامل الاستراتيجي للأهداف الاجتماعية والبيئية والاقتصادية ضمن التنسيق المنهجي للعمليات الأساسية

في الأعمال التنظيمية، بهدف تعزيز الأداء الاقتصادي على المدى الطويل، وأوضح (Kilintzis.al,2020) أن الاستدامة التنظيمية مفهومًا منهجيًا يرتبط ارتباطًا وثيقًا باستمرارية القضايا الاقتصادية والاجتماعية، بما في ذلك الجوانب الثقافية والبيئية، كما تحدد في الواقع قدرة المنظمة على التغيير أو تعديل ممارساتها وإمكانيات تقديم خدماتها بشكل فعال، مما يساعدها على أن تصبح أكثر كفاءة وتطورًا، تُعد الاستدامة جانبًا متعدد الأبعاد يتطلب دعمًا من خلال التمويل المستمر، الذي يهدف إلى تعزيز المعرفة والقدرات وتقديم خدمات قائمة على القيمة، وتعتبر هذه السمات ضرورية لضمان بقاء المنظمة وتطورها المستدام ، فهي جهود المنظمة للحفاظ على وجودها بما يتماشى مع أهدافها بدلاً من مجرد الحفاظ على وجودها لغرض الاهتمام، والتحرك بطريقة متوازنة من خلال حمل منطق الاستدامة للجميع مستويات المنظمة والعالم الخارجي الذى تنتمي يليه، ومحاولة لتأسيس مستقبل (Gültekin& Argon، 2020) ، تُعَدُّ توجيه عملية اتخاذ القرارات من قبل المديرين بهدف بناء مكانة وميزة تنافسية للمنظمة في بيئة الأعمال، من خلال تعزيز الجوانب الاجتماعية والبيئية والاقتصادية التي تعمل ضمنها المنظمة. (Alexandr & Carlos,2018).

كما تشير الاستدامة التنظيمية إلى الأنشطة المؤسسية التي تهدف بشكل استباقي إلى تحقيق توازن مستدام في الجوانب الاقتصادية والبيئية والاجتماعية على المدى القصير والمتوسط والطويل. يتم ذلك من خلال مجموعة من الأنشطة التي تشمل العمليات الإنتاجية، الإدارة الاستراتيجية، النظم التنظيمية، المشتريات، التسويق، التقييم، والاتصالات (Lozano،2015)، إن الاستدامة التنظيمية للمنظمة هي تحقيق النجاح على مستوى العمل اليومي للمنظمة من غير أن يؤثر ذلك على احتياجات المستقبل، والحفاظ على رأس مال المنظمة المالي والاجتماعي (Wales,2013)

٢/٣ أبعاد الاستدامة التنظيمية

بمراجعة العديد من الأدبيات والمرجعيات العلمية المتعلقة بأبعاد القوة التنظيمية أجمعت أغلب وجهات النظر من قبل الكتاب والدراسات السابقة الاعتماد على أربعة أبعاد التى حددها (**Hansman et al , 2012**) والمتمثلة في (الاستدامة الاقتصادية، الاستدامة الاجتماعية، والاستدامة البيئية، والاستدامة البشرية)، والتي تم اختبارها في في بيئات ومنظمات متنوعة، حيث

أثبتت فعاليتها ومصداقيتها. كما اتفقت العديد من الدراسات المعاصرة على أهمية تبني هذه الأبعاد، وهو ما يتوافق مع آراء العديد من الباحثين في هذا المجال.

(Al-Janabi et al., 2024;Amey & Eddy, 2023; Turan & Cetinkaya ,2021; AlSarrah et al. ,2020; Kilintzis.al,2020; Ruhl, 2020; Alexandr & Carlos,2018; Ahmadi et al., 2017; Fischer et al., 2016; Lozano,2015; Machado et al, 2015; Attah, 2010)

والتى سيعتمد عليها الباحث كونها تتوافق مع اهدافه فضلا عن توافقها مع مجال التطبيق

فيما يلى شرح مختصر لتلك الأبعاد :-

١/٢/٣ الاستدامة الإقتصادية Economically Sustainability

تشير إلى الجدوى الإقتصادية وتلبية الاحتياجات الاقتصادية للجامعة، مثل: الاهتمام بالأداء الاقتصادي، وخطط تحسين كفاءة الطاقة وميزانية الممارسات وتحقيق الأرباح وخلق قيمة للمساهمين، مما يتيح لها توليد دخل مرتفع يمكن إعادة استثماره، هذا الاستثمار يدعم عمليات الإحلال والتجديد والصيانة، ويضمن استمرارية إنتاج الخدمات والتي تعزز من التنمية المستدامة.

٢/٢/٣ الاستدامة الإجتماعيةSocial Sustainability

تتناول الإجراءات التي تتخذها الجامعة بشأن الموارد البشرية بالمنظمة أو بالمجتمع المحيط بها مثل السياسات التي تعزز من تحقيق المساواة والتنوع، والمشاركة في الأنشطة الترفيهية أو الثقافية أو الرياضية، والمبادرات المتعلقة بالإندماج الاجتماعي أو الثقافي أو المبادرات العلمية التي تستهدف المجتمع الخارجي، وتشمل الموارد الداخلية الأمان الوظيفي، والصحة والسلامة، وتطوير المهارات، والعدالة الاجتماعية، كما تشير إلى أهمية وجود سياسات ومعايير لإدارة العمليات المستدامة لتحقيق أهداف المنظمات.

٣/٢/٣ الاستدامة البيئيةEnvironmental Sustainability

الاستدامة البيئية تُعرف بأنها كفاءات تنظيمية تهدف إلى تقييم الأداء البيئي داخل المنظمة من خلال التحكم في الجوانب البيئية المرتبطة باستراتيجية المنظمة، مثل: إنشاء مباني مستدامة في الحرم الجامعي ، وفصل النفايات وإعادة توجيهها، إعادة التدوير، ومعدات لتوليد الطاقة المتجددة.

٤/٢/٣ الاستدامة البشرية Human sustainability

تتطلب الاستدامة البشرية إجراء تغييرات في سلوك الأفراد داخل المنظمة، وتعزيز الابتكار والإبداع لديهم. وتشمل الاستدامة البشرية المجالات ذات الأولوية التي تسهم في تحقيق التنافس الخارجي، بالإضافة إلى تحسين المشاركة في تعزيز حالة الإبداع داخل المنظمة.

(٤) العلاقة بين القيادة الريادية والاستدامة التنظيمية

في الفترة الأخيرة، بدأت الأدبيات تسلط الضوء على العلاقة بين القيادة الريادية والاستدامة التنظيمية، والتى من بينها دراسة (Al-Janabi et al., 2024) والتى هدفت إلى تطوير نموذج يعزز الاستدامة التنظيمية من خلال تحليل العلاقات واكتشاف التأثيرات بين المتغيرين الرئيسيين: (القيادة الريادية) التي تشمل أبعاد النظرة الاستباقية، المخاطرة، والإبداع، و(الاستدامة التنظيمية) التي تتضمن الأبعاد الاقتصادية، البيئية، والاجتماعية، وقد أظهرت الدراسة أهمية دور القيادة الريادية في دعم وتفعيل الاستدامة التنظيمية، حيث توصلت إلى نتائج بارزة، منها أن التأثير الواضح للقيادة الريادية في دعم الاستدامة التنظيمية مما ينعكس في تعزيز نهج وأبعاد الاستدامة التنظيمية وضروراتها البيئية والإيكولوجية والحيوية والاقتصادية والاجتماعية، مما يؤثر بشكل كبير على استمرارية المنظمات في عالم الأعمال.

وسعت دراسة (Jundulloh & Nasution ,2024) إلى تحليل تأثير القيادة الريادية والكفاءات الريادية على الاستدامة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة في إندونيسيا، مع التركيز على دور القدرة على الابتكار كوسيط ، أظهرت النتائج أن القيادة الريادية والكفاءات الريادية تعزز من القدرة على الابتكار، مما يؤدي بدوره إلى دعم الاستدامة للمؤسسات.

هدفت دراسة (Ukeme et al, 2022) إلى استكشاف تأثير سلوك القيادة الريادية على الاستدامة الإدارية، وقد أظهرت نتائج تحليل الارتباط وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين جميع أبعاد القيادة الريادية والاستدامة الإدارية، وتوصلت الدراسة إلى أن سلوكيات القيادة الريادية تلعب دورًا كبيرًا في تعزيز الاستدامة الإدارية في هذه المنظمات.

وركزت دراسة (Miidom, et al, 2021) إلى تحديد العلاقة بين القيادة الريادية والاستدامة التنظيمية من منظور العدالة الاجتماعية. ووجدت النتائج أن القيادة الريادية تؤثر بشكل كبير على الاستدامة التنظيمية من هذا المنظور. بناءً على ذلك، أوصينا بأن يقوم رواد الأعمال بتطوير رؤية

موثوقة وقابلة للتحقيق تعزز العدالة الاجتماعية وتساهم في تحقيق الاستدامة للمنظمة، كما ينبغي على رواد الأعمال تعزيز شغف العاملين والمجتمع من خلال دعم توفير مرافق الرعاية الصحية والتعليم، حيث سيساهم ذلك في خلق بيئة ملائمة للاستدامة التنظيمية، وأشارت دراسة (Ahmad & Scholz, et al.,2021) إلى أن القدرة على الابتكار تُسهم في العلاقة بين القيادة الريادية والاستدامة التنظيمية ، وخاصةً في البيئات الديناميكية.

هدفت دراسة(Tien N. & Tyasari I.,2020) إلى التعرف على تطور التعليم العالي في فيتنام بخاصة الجامعة الريادية ودراسة سبل تحقيق الاستدامة التنظيمية لأداء الجامعة وتحقيق مستوى تنافسي مع الجامعات الأخرى، واتبعت الدراسة المنهج المقارن ودراسة الحالة، وتوصلت إلى نتائج متعددة منها: الجامعة الريادية أكثر أثرًا على تحسين الواقع التنموي للمجتمع وتطوير الإنتاجية في مؤسسات ريادة الأعمال، ويتطلب سد الفجوة بين تلبية احتياجات مؤسسات ريادة الأعمال وموارد الجامعة زيادة الدعم المالي المخصص للجامعة الريادية، وأوصت الدراسة بضرورة دعم الجامعة الريادية للاستدامة التنظيمية بفيتنام وتبنى القضايا العالمية التي تؤثر على القضايا المحلية، وبحث الجامعة لفرص تمويل جديدة لدعم استدامة الجامعة في إنتاج الأكاديميين للأبحاث وتطوير مسارهم الأكاديمي والإداري.

تناولت دراسة (الزغبى،٢٠٢٠) أثر أبعاد القيادة الريادية (الابتكار، تحمل المخاطر، الرؤية الاستراتيجية) على الاستدامة التنظيمية، ووجدت أن هناك علاقة إيجابية ومؤثرة بين القيادة الريادية وتحقيق الاستدامة في المنظمات، ركزت دراسة (السعيد،٢٠٢٠) على دور القيادة الريادية في تعزيز الممارسات المستدامة، ووجدت أن تبني أساليب القيادة الريادية يؤثر إيجابيًا على الأداء البيئي والاجتماعي في المؤسسات، كما أكدت دراسة (الطائي،٢٠١٩) على وجود تأثير إيجابي لأبعاد القيادة الريادية (الإبداع، المبادرة، تحمل المخاطر، التوجيه الاستراتيجي) في دعم مقومات الاستدامة التنظيمية على مستوى الجامعات.

هدفت دراسة(Ronald A.,2015) إلى وضع صفات القيادة الريادية بالجامعات وكيف يمكن اكتسابها وتقديم بعض نماذج ريادة الأعمال التي يمكن تنظيمها بالجامعة، واتبعت الدراسة المنهج الوصفي، وتوصلت إلى نتائج متعددة منها يوفر تطبيق القيادة الريادية فرص متعددة لتطوير الأفراد بمؤسسات التعليم العالي ويزيد من قدرة قيادة هذه المؤسسات على تحقيق الاستدامة المجتمعية وضمان نجاح العمل بها، وأوصت الدراسة بتضمين ممارسات القيادة الريادية في استراتيجيات قيادة

الجامعة وتطبيق أساليب القيادة الريادية في تحديد أولويات العمل وتنظيمها وتنفيذ الأنسب منها في ضوء الاستدامة الاجتماعية والتكنولوجية والاقتصادية وقياس النتائج المترتبة عليها.

هدفت دراسة(القحطانى ،٢٠١٥) إلى التعرف على القيادة الريادية باعتبارها أحد الاتجاهات الحديثة في القيادة، وتحديد عناصر القيادة الريادية في الجامعات، واتبعت الدراسة المنهج المسحي الاستنباطي، وتوصلت إلى نتائج متعددة منها : بناء القيادات الريادية الجامعية يمكن أن يساعد في بناء الجامعات الريادية ومساعدة الجامعة في الحصول على الريادة العالمية والتميز، وأوصت الدراسة بضرورة الدعم من القيادات العليا في التعليم العالي وتهيئة البيئة التشريعية والتنظيمية الداعمة لتطبيق القيادة الريادية بالجامعات.

واسترشادا بما سبق تم صياغة الفرضية الأولى للبحث فى الصورة التالية:

" **يوجد علاقة تأثيريه ذات دلاله إحصائية بين القيادة الريادية والاستدامة التنظيمية بالجامعات الخاصة**"

(٥) العلاقة بين القيادة الريادية والقوة التنظيمية

أُجريت العديد من الدراسات السابقة التى تسلط الضوء على العلاقة بين القيادة الريادية والقوة التنظيمية، والتى من بينها دراسة (المصرى، ٢٠٢٢) التى هدفت التعرف إلى درجة ممارسة القيادة الريادية لدى رؤساء الأقسام الأكاديمية بجامعة الأقصى وعلاقتها بمستوى القوة التنظيمية لديهم من وجهة نظر أعضاء الهيئة التدريسية ، توصلت الدراسة إلى أن درجة ممارسة القيادة الريادية لدى رؤساء الأقسام الأكاديمية كانت "متوسطة"، ومستوى القوة التنظيمية لديهم كانت "متوسطة" ، كذلك وجدت علاقة ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (٠.٠٥ > a) بين درجة ممارسة القيادة الريادية لدى رؤساء الأقسام الأكاديمية ومستوى القوة التنظيمية لديهم.

تناولت دراسة (الكعبي،٢٠٢١) العلاقة بين أبعاد القيادة الريادية (الابتكار، تحمل المخاطر، المبادرة، الرؤية الاستراتيجية) والقوة التنظيمية، وأثبتت أن القيادة الريادية تسهم بشكل مباشر في تعزيز مكانة المنظمة في السوق وزيادة مرونتها الداخلية، أكدت دراسة (الراوى،٢٠٢٠) أن القادة الرياديين يعززون القوة التنظيمية عبر الاستثمار في الأفراد وتحفيز بيئة العمل الإبداعية.

وهدفت دراسة (طه ،٢٠٢٠) التعرف إلى دور القوة التنظيمية كمتغير وسيط في العلاقة بين القيادة الريادية وجودة الحياة الوظيفية في جامعة مدينة السادات المصرية من وجهة نظر أعضاء

الهيئة المعاونة، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والارتباطي والسببي، وقد توصلت الدراسة إلى أن سمات القيادة الريادية تتوفر في الجامعة بدرجة متوسطة، وأن استخدام القيادات في الجامعة للقوة التنظيمية يتم بصورة متوسطة، كما أظهرت النتائج وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين القيادة الريادية وجودة الحياة الوظيفية، ووجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين القيادة الريادية والقوة التنظيمية، ووجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين القوة التنظيمية وجودة الحياة الوظيفية، كما دعم وجود القوة التنظيمية كمتغير وسيط في العلاقة بين القيادة الريادية وجودة الحياة الوظيفية من تأثير أبعاد القيادة الريادية على جودة الحياة الوظيفية.

واستهدفت دراسه (الرميدي، ٢٠١٩) التعرف علي الدور الوسيط للتماثل التنظيمي في العلاقة بين القوة التنظيمية والقيادة الريادية في شركات السياحة المصرية ، وتوصلت الدراسة إلى أن التماثل التنظيمي يلعب دوراً وسيطاً هاماً في تعزيز العلاقة بين القوة التنظيمية والقيادة الريادية في شركات السياحة المصرية.

وتناولت دراسة (المنطاوي ، ٢٠١٩) وضع نموذج مقترح للقوة التنظيمية في المنظمات الصحية من خلال تحديد الأثر المباشر وغير المباشر والكلي للقوة التنظيمية علي الأداء المؤسسي من خلال تحليل الدور الوسيط للتوجه الريادي، وتوصلت الدراسة إلي وجود تأثير معنوي لأبعاد القوة التنظيمية علي التوجه الريادي ، ووجود تأثير معنوي لأبعاد التوجه الريادي علي الأداء المؤسسي ، ووجود تأثير غير مباشر معنوي لأبعاد القوة التنظيمية علي الأداء المؤسسي وذلك من خلال الدور الوسيط للتوجه الريادي.

وأشارت دراسة (الطراونة، ٢٠١٩) إلى أثر القيادة الريادية في بناء القدرات التنظيمية في الجامعات الأردنية الرسمية ، توصلت النتائج إلى أن القيادة الريادية تفسر نسبة كبيرة من التباين في بناء القدرات التنظيمية، مما يشير إلى تأثيرها الإيجابي على تعزيز القدرات التنظيمية.

كما ربطت دراسة (Gupta, et al., 2018) القيادة الريادية بالقوة التنظيمية الداخلية (استقلالية اتخاذ القرار، والمرونة، والتأثير)، مما يؤدي إلى تحسين الوضع الاستراتيجي للمنظمة.

واسترشادا بما سبق تم صياغة الفرضية الثانية للبحث فى الصورة التالية :

" **يوجد علاقة تأثيريه ذات دلاله إحصائية بين القيادة الريادية والقوة التنظيمية بالجامعات الخاصة**"

(٦) العلاقة بين القوة التنظيمية والاستدامة التنظيمية

أُجريت العديد من الدراسات السابقة التى تسلط الضوء على العلاقة بين القوة التنظيمية والاستدامة التنظيمية، والتى من بينها دراسة(عطا وآخرون ، ٢٠٢٢) التى هدفت إلى اقتراح نموذج عصري لعلاقة وتأثير القوة التنظيمة في تعزيز التنمية المستدامة. ولذلك تركز الدراسة الحالية الضوء على العلاقة بين القوة التنظيمية كمتغير سلوكي مؤثر والتنمية المستدامة كمتغير مستجيب وجدت الدراسة بان هنالك علاقة أرتباط ذات دلالة معنوية بين القوة التنظيمية بشكل عام التنمية المستدامة. ان وجود القوة التنظيمية يعزز من قدرة المنظمة في تعزيز التنمية المستدامة، مما يدل على أن التنمية المستدامة يمكن تعزيزها إذا كان القادة يمتلكون القوة التنظيمية بأبعادها المختلفة.

أظهرت دراسة (العزايزى وآخرون ، ٢٠٢٢) وجود علاقتي ارتباط و تأثير معنوي بين القوة التنظيمية بأبعادها (القوة الرسمية، قوة الخبرة، قوة المكافأة قوة المرجعية) والاستدامة التنظيمية بأبعادها (التنمية الإقتصادية، التنمية الإجتماعية، التنمية البيئية) في جامعة كركوك، مما يشير إلى أن تعزيز القوة التنظيمية يمكن أن يسهم في تحقيق الاستدامة التنظيمية داخل المؤسسات التعليمية.

تناولت دراسة (Alrowwad & Abualoush, 2020) اختبار أثر القوة التنظيمية الرسمية وغير الرسمية في تعزيز ممارسات الاستدامة التنظيمية في المؤسسات غير الربحية، وتوصلت الدراسة أن استخدام القوة المرجعية والخبراتية يرتبط ارتباطًا وثيقًا بزيادة مستويات الالتزام بالاستدامة البيئية والاجتماعية.

هدفت دراسة(Al-Fadhli ,2019) إلى تقديم اقتراح نموذج مفاهيمي يربط بين القوة التنظيمية والاستدامة التنظيمية في المؤسسات الحكومية ، وتوصلت الدراسة إلى أن القوة التنظيمية تعتبر عاملاً استراتيجياً محفزاً لتحقيق رؤية استدامة واضحة على المستوى المؤسسي، واوصت بضرورة تفعيل أساليب القوة التحفيزية بدلاً من التركيز فقط على السلطة الرسمية.

هدفت دراسة (الأسمري والقرني ،٢٠٢١) التعرف إلى مصادر القوة التنظيمية السائدة لدى القيادات الأكاديمية بجامعة تبوك السعودية وعلاقتها بالإبداع المؤسسي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي والارتباطي، وقد توصلت الدراسة إلى أن درجة ممارسة القيادات الأكاديمية لمصادر القوة التنظيمية كبيرة، وأن مستوى الإبداع المؤسسي في الجامعة متوفر بدرجة كبيرة، كذلك وجدت علاقة ارتباطية طردية قوية جداً بين مصادر القوة

التنظيمية ومستوى الإبداع المؤسسي، كما هدفت دراسة (السنوار ،٢٠١٨) التعرف إلى العلاقة بين القوة التنظيمية والإبداع الإداري في المدارس الحكومية بالمحافظات الجنوبية في فلسطين من وجهة نظر مديري المدارس، واستخدمت الدراسة المنهج الوصفي، وقد توصلت الدراسة إلى أن مستوى القوة التنظيمية مرتفع، ومستوى الإبداع الإداري مرتفع أيضاً، كذلك وجدت علاقة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد القوة التنظيمية والإبداع الإداري لدى مدير المدارس.

هدفت داسة(Al Khajeh ,2018) لتوضيح دور القيادة وممارسات القوة التنظيمية في دعم الاستدامة التنظيمية للمؤسسات في بيئات عمل ديناميكية ، وتوصلت الدراسة أن القادة الذين يمارسون أنماط قوة تنظيمية بذكاء (خاصة القوة المرجعية والخبراتية) يحققون مستويات أعلى من الاستدامة التنظيمية.

واسترشادا بما سبق تم صياغة الفرضية الثالثة للبحث فى الصورة التالية :

" **يوجد علاقة تأثيريه ذات دلاله إحصائية بين القوة التنظيمية والاستدامة التنظيمية بالجامعات الخاصة**"

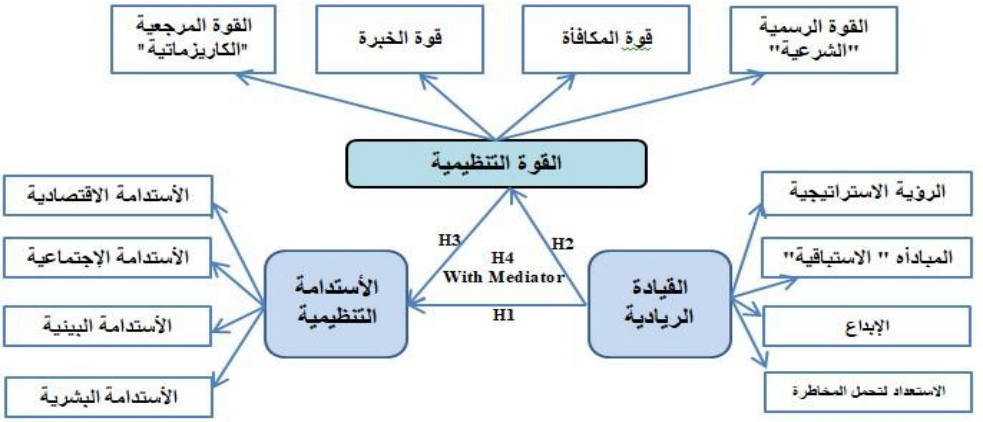
من ناحية أخرى القيادة الريادية والاستدامة التنظيمية والقوة التنظيمية، وهو ما يمثل الفجوة البحثية التي يحاول البحث الحالي تغطيتها، **ومن أجل ذلك تم صياغة الفرضية الرابعة فى الصورة التالية:**

" **يوجد علاقة تأثيرية غير مباشرة ذات دلالة إحصائية بين القيادة الريادية والاستدامة التنظيمية في ضوء القوة التنظيمية كمتغير وسيط بالجامعات الخاصة** "

رؤية الباحث تتطلب بيئة الأعمال الحديثة من المؤسسات اعتماد أساليب مبتكرة لضمان قدرتها على المنافسة والاستدامة، إن العلاقة بين قيادة ريادة الأعمال والاستدامة التنظيمية معقدة وتتأثر بعدة عوامل، حيث تلعب القوة التنظيمية دورًا وسيطًا مهمًا، تتميز قيادة ريادة الأعمال بالتفكير الاستراتيجي والمخاطرة المدروسة، مما يمكن القادة من بناء ثقافة الابتكار والاستباقية الضرورية لتحقيق الاستدامة، ومع ذلك، يتطلب تحويل مبادرات ريادة الأعمال إلى ممارسات مستدامة دعم هيكل تنظيمي قوي يعزز التعاون ويمكّن العاملين، تعمل القوة التنظيمية كوسيط لتعزيز تحويل القيادة إلى مبادرات استدامة قابلة للتطبيق، حيث توفر الأنظمة والدعم والموارد اللازمة لتنفيذ الاستراتيجيات المبتكرة.

في الختام، يُعتبر الدور الوسيط للقوة التنظيمية أساسياً في تعزيز العلاقة بين القيادة الريادية والاستدامة التنظيمية، من خلال فهم هذا الترابط واستغلاله يمكن للجامعات أن تبني مستقبلاً أكثر مرونة واستدامة.

ويوضح الشكل رقم (١) العلاقة بين متغيرات البحث، والذى يحتوى على أربعة فروض يحاول البحث التأكد من مدى صحتها.



شكل رقم (١)

الاطار المقترح للبحث

المصدر: إعداد الباحث استنادا على الدراسات السابقة

خامساً حدود البحث

١- **الحدود الموضوعية للبحث** : ركز البحث بصفه أساسية على ثلاث متغيرات هما (القيادة الريادية- الاستدامة التنظيمية- القوة التنظيمية) ، كما إن البحث ليس موجها لتقويم ممارسات القادة في الجامعات الخاصة ولا يهدف إلى تقييم مجالات العمل الجامعي(الاكاديمي والبحثي والإداري والمالي) ، بقدر ما يتناول البحث على وجه التحديد تأثير ممارسات القيادة الريادية فى دعم الأستدامة التنظيمية فى ضوء القوة التنظيمية كمتغير وسيط.

٢- **الحدود الزمنية للبحث:** وتتمثل في الفترة التي تم فيها تجميع البيانات الأولية اللازمة للبحث، وهي شهر أكتوبر والنصف الأول من شهر نوفمبر ٢٠٢٤

٣- **الحدود المكانية للبحث:** أجريت الدراسة على بعض الجامعات الخاصة المصرية.

٤- **الحدود البشرية للبحث:** وتتمثل في أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الخاصة المصرية, حيث تمثل وحدة المعاينة للبحث على أعضاء هيئة التدريس(أستاذ- أستاذ مساعد- مدرس) باعتبارهم يمتلكون رؤية واضحة حول متغيرات البحث.

سادساً: تصميم ومنهجية البحث:-

تتضمن منهجية البحث عدة عناصر تتمثل في أنواع البيانات المطلوبة ومصادرها، ومتغيرات البحث والقياس، ومجتمع وعينة البحث، وأداة البحث وطريقة جمع البيانات، وأساليب التحليل الإحصائي المستخدمة، وفيما يلي يستعرض الباحث هذه العناصر على النحو الآتي:

١- أنواع البيانات المطلوبة ومصادر الحصول عليها:

استخدم الباحث أسلوبي الدراسة المكتبية والميدانية لجمع البيانات، تم جمع البيانات الثانوية من المراجع المختلفة مثل الكتب والدوريات والأبحاث، لتأسيس الإطار النظري لمتغيرات الدراسة، بعد ذلك تم جمع البيانات الأولية باستخدام قائمة الاستقصاء، وتطبيق الأساليب الإحصائية المناسبة لاختبار فرضيات الدراسة.

٢- متغيرات البحث والقياس

تتناول البيانات الأولية اللازمة للبحث، والتي تشمل مجموعة من المتغيرات الرئيسية وأبعادها الفرعية. اعتمد الباحث على مقاييس تحتوي على عبارات لقياس كل متغير، مستخدماً مقياس ليكرت الخماسي لتحديد الوزن النسبي لكل عبارة. يتراوح تقييم المستقصين بين عدم الموافقة تماماً (الرقم ١) والموافقة تماماً (الرقم ٥)، مع وجود درجات محايدة في المنتصف. كما يمكن توضيح المتغيرات والمقاييس المستخدمة في البحث:

١/٢ القيادة الريادية (المتغير المستقل):- تم قياس هذا المتغير من خلال أربعة أبعاد حددها **(Gupta et al, 2004)** والممثلة في (الرؤية الاستراتيجية، المبادأة، الإبداع، الأستعداد لتحمل المخاطرة)، والتي تم اختبارها في بيئات ومنظمات مختلفة وأثبتت مصداقتها ، وقد اتفقت دراسات عديدة معاصرة على تبني هذه الأبعاد، واعتمدت عليها مثل:

(Al-Janabi et al., 2024; Jundulloh & Nasution ,2024;Gunawan, 2022; Nguyen, et al, 2021; Sawaean & Ali, 2020; Imran & Aldaas, 2020; Karam & Kitana, 2020; Bagheri & Harrison,2020)

العريفي،٢٠٢٣; المصرى، ٢٠٢٢;عمرو ، ٢٠٢١; مكي، ٢٠٢١ ; الزغبي،٢٠٢٠ ; الطائي،٢٠١٩

٢/٢ القوة التنظيمية (المتغير الوسيط):- تم قياس هذا المتغير من خلال أربعة أبعاد حددها **(Schermerhorn et al., 2000)** والممثلة في (القوة الرسمية "الشرعية"، قوة المكافأه، قوة

الخبرة ، القوة المرجعية "الكاريزماتية")، والتي تم اختبارها في بيئات ومنظمات مختلفة وأثبتت مصداقتها ، وقد اتفقت دراسات عديدة معاصرة على تبني هذه الأبعاد، واعتمدت عليها مثل :

(Alaa Musin, 2022; Tiffany Storm, 2020; Rahimi et al., 2017; Robbins, 2017; Krume, 2015; Griffin &Moorhead, 2014; Tallberg, 2007)

السليم ، ٢٠٢٢; عطا وآخرون ، ٢٠٢٢;عيد ، ٢٠٢٠ ; قادر، ٢٠٢٠;الرميدى٢٠١٩; عثمان،٢٠١٧

٣/٢ الاستدامة التنظيمية (المتغير التابع):- تم قياس هذا المتغير من خلال أربعة أبعاد حددها **(Hansman et al , 2012)** والمتمثلة في (الاستدامة الاقتصادية، الاستدامة الاجتماعية، والاستدامة البيئية، والاستدامة البشرية)، والتي تم اختبارها في في بيئات ومنظمات متنوعة، حيث أثبتت فعاليتها ومصداقيتها. كما اتفقت العديد من الدراسات المعاصرة على أهمية تبني هذه الأبعاد، وهو ما يتوافق مع آراء العديد من الباحثين في هذا المجال.

(Al-Janabi et al., 2024;Amey & Eddy, 2023; Turan & Cetinkaya ,2021; AlSarrah et al. ,2020; Kilintzis.al,2020; Ruhl, 2020; Alexandr & Carlos,2018; Ahmadi et al., 2017; Fischer et al., 2016; Lozano,2015; Machado et al, 2015; Attah, 2010)

والتى سيعتمد عليها الباحث كونها تتوافق مع اهدافه فضلا عن توافقها مع مجال التطبيق

٤/٢ المتغيرات الديموغرافية: وتمثلت في (النوع، الدرجة العلمية، القيادة، سنوات الخبرة الأكاديمية)، وتم قياسها باستخدام الأسئلة المغلقة ذات الاستجابات المحددة مسبقاً.

جدول رقم (١): متغيرات البحث ومحددات القياس وحدود الأسئلة

متغيرات البحث	المتغيرات الفرعية	حدود الأسئلة
المتغير المستقل القيادة الريادية	الرؤية الاستراتيجية	(من ١-٥ بقائمة الاستقصاء)
	المبادأه (الاستباقية)	(من ٦-١٠ بقائمة الاستقصاء)
	الابداع	(من ١١- ١٥ بقائمة الاستقصاء)
	الاستعداد لتحمل المخاطرة	(من ١٦-٢٠ بقائمة الاستقصاء)
المتغير الوسيط القوة التنظيمية	القوة الرسمية (الشرعية)	(من ٢١- ٢٥ بقائمة الاستقصاء)
	قوة المكافأه	(من ٢٦- ٣٠ بقائمة الاستقصاء)
	قوة الخبرة	(من ٣١- ٣٥ بقائمة الاستقصاء)
	القوة المرجعية(الكاريزماتيه)	(من ٣٦- ٤٠ بقائمة الاستقصاء)
المتغير التابع الأستدامة التنظيمية	الاستدامة الاقتصادية	(من ٤١- ٤٥ بقائمة الاستقصاء)
	الاستدامة الاجتماعية	(من ٤٦- ٥٠ بقائمة الاستقصاء)
	الاستدامة البيئية	(من ٥١- ٥٥ بقائمة الاستقصاء)
	الاستدامة البشرية	(من ٥٦- ٦٠ بقائمة الاستقصاء)

المصدر: إعداد الباحث

٣- مجتمع وعينة البحث

يشير مجتمع البحث من وجهة النظر الإحصائية إلى انه جميع المفردات التي تمثل ظاهرة البحث ، وتشترك في صفة معينة أو أكثر وفى ضوء ذلك ، أشتمل مجتمع البحث على مجتمع أعضاء هيئة التدريس (مدرسين ، أساتذة مساعدين ، أساتذة) بالجامعات المصرية الخاصة ويبلغ عددهم ١٠٨١ مفرده ونظراً لكبر حجم المجتمع وانتشار مفرداته تم سحب عينة طبقية عشوائية (بسبب توافر شروط استخدامها وهما :عدم وجود تجانس بين مفردات المجتمع فيما يتعلق بالخصائص المطلوب دراستها، ووجود إطار لمجتمع البحث)، فقد تم الاعتماد على أسلوب العينات لتجميع البيانات المطلوبة لإتمام البحث بتطبيق المعادلة (ادريس،٢٠١٦) لتحديد حجم العينة وذلك طبقا للمعادلة التالية:

$$n= \frac{N\times (Z)^2\times P(1-P)}{Ne^2 +(Z)^2\times P(1-P)}$$

حيث:

n: حجم العينة

N : حجم مجتمع الدراسة

Z: التوزيع الطبيعي المعياري وتساوى 1.96 عند معامل ثقة 95 %

p: نسبة عدد المفردات التي يتوافر فيها الخصائص موضوع الدارسة وتساوى0.50

e: حدود الخطأ المسموح به ويساوى0.05 عند معامل ثقة 95 %

$$n= \frac{1081\times (1.96)^2\times 0.50(1-0.50)}{1081\times (0.05)^2+ (1.96)^2\times 0.50(1-0.50)} = 283$$

ويوضح الجدول رقم (٢) حجم مجتمع البحث وتوزيع مفردات العينة وعدد الاستجابات الصحيحة من أعضاء هيئة التدريس بجامعات الخاصة موضع التطبيق.

جدول رقم (٢): توزيع العينة على الجامعات المصرية الخاصة المكونة لمجتمع البحث

م	الجامعة	عدد أعضاء هيئة التدريس	النسبة المئوية %	حجم العينة	القوائم الصحيحة المستردة
١	جامعة ٦ أكتوبر	٤٠٩	٣٧,٨	١٠٧	٨٢
٢	جامعة حورس	١٤١	١٣,٠٤	٣٧	٢٩
٣	جامعة الأهرام الكندية	٢١٨	٢٠,١٦	٥٧	٤٢
٤	جامعة الريادة	٦٤	٥,٩	١٧	١٢
٥	الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات	٢٤٩	٢٣,٠٣	٦٥	٤٤
الإجمالي		١٠٨١	%١٠٠	٢٨٣	٢٠٩

من إعداد الباحث في ضوء بيانات الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء(التقرير الإحصائي للجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، ٢٠٢٢)

وتتمثل وحدة المعاينة في الجامعات المصرية الخاصة في أعضاء هيئة التدريس بالجامعات موضع التطبيق (مدرس، أستاذ مساعد، أستاذ)

٤- أداة البحث وجمع البيانات: تمثلت أداة البحث في قائمة الاستقصاء والتي تم تصميمها وتطويرها في ضوء الدراسات السابقة، وتم جمع البيانات الأولية اللازمة للدراسة الميدانية من خلال أسلوب الاستقصاء، وبلغ عدد قوائم الاستقصاء الصحيحة القابلة للتحليل ٢٠٩ أي بنسبة استجابة ٧٣,٨%.

٥- الأساليب الإحصائية المستخدمة لأغراض التحليل واختبار الفروض: في ضوء طبيعة وأنواع البيانات والمتغيرات وطرق القياس ولأغراض التحليل ، فإن الباحث أعتمد على مجموعة من الأساليب الإحصائية لتحليل بيانات قائمة الاستقصاء واختبار الفروض وهى كالآتي:-

١/٥ المقاييس الإحصائية الوصفية Descriptive Statistics Measures : اعتمد الباحث على أساليب التحليل الوصفي مثل المتوسطات والتكرارات، مع التركيز على الوسط الحسابي والانحراف المعياري، لتحليل إجابات المستقصي منهم، تمثل المتغيرات محل الدراسة في القيادة الريادية كمتغير مستقل، والقوة التنظيمية كمتغير وسيط، والاستدامة التنظيمية كمتغير تابع.

٢/٥معامل الارتباط ألفا كرونباخ Alpha Correlation Coefficient : وذلك لاختبار درجة الاعتمادية والثبات في المقاييس متعددة البنود في الدراسة الحالية، حيث يركز هذا الأسلوب على درجة الاتساق الداخلي بين بنود أو متغيرات المقياس الخاضع للاختبار.

٣/٥ أسلوب تحليل الانحدار والارتباط المتعدد Multiple Regression & Correlation Analysis

وذلك بغرض الكشف عما إذا كان هناك علاقة بين أبعاد القيادة الريادية (متغير مستقل) والاستدامة التنظيمية (متغير تابع) لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات موضع التطبيق ، والتحقق من درجة قوة هذه العلاقة ، وتم استخدام معامل "ارتباط بيرسون" ومستوى معنويته لقياس ارتباط المتغير المستقل القيادة الريادية بالمتغير التابع الاستدامة التنظيمية، وذلك لتحديد قوة واتجاهات العلاقة الارتباطية بين المتغيرات التي تقوم عليها الدراسة.

٤/٥أسلوب التحليل العاملي التوكيدي (CFA) Confirmatory Factor Analysis: أسلوب تحليل العوامل هو تقنية إحصائية تُستخدم لتحليل المتغيرات المتعددة، ويُعتبر تحليل العناصر الأساسية من أكثر أشكاله شيوعاً في البحوث الاجتماعية، يهدف هذا الأسلوب إلى استخراج العناصر الرئيسية من البيانات وترتيبها حسب مساهمتها في تفسير التباين الكلي، يُستخدم لتحقق من صلاحية المجموعات المختلفة من المتغيرات في الدراسة، من خلال الكشف عن الأبعاد الحقيقية لكل مجموعة ومقارنتها بالمبادئ المفترضة عند تصميم الاستقصاء، كما يسعى لتقليل البيانات باستبعاد المتغيرات ذات الارتباط الضعيف.

٥/٥اختبار سوبل Sobel Test: يستخدم اختبار سوبل (Sobel Test) لقياس معنوية التأثيرات غير المباشرة للمتغير المستقل على المتغير التابع في ظل وجود المتغير الوسيط، ومن ثم لا تكون النتائج السابقة ذات دلالة معنوية إلا بعد إجراء اختبار سوبل Sobel Test، ويعتمد اختبار سوبل على قيمة Z–Value فإذا كانت قيمة Z–Value أكبر من (١.٩٦) نستنتج بأن النموذج هو نموذج متغير وسيط أي أن التأثير غير المباشر هو حقيقي والعكس صحيح إذا كانت القيمة أقل من (١.٩٦)، وتعتمد قيمة Z–Valueعلى معاملات الانحدار غير المعيارية والأخطاء المعيارية للعلاقة بين كل من المتغير المستقل (القيادة الريادية) والمتغير الوسيط (القوة التنظيمية)، وكذلك معاملات الانحدار غير المعيارية والأخطاء المعيارية للعلاقة بين كل من المتغير الوسيط (القوة التنظيمية) والمتغير التابع (الاستدامة التنظيمية).

٦/٥ أسلوب تحليل المسار Path Analysis: يعتمد أسلوب تحليل المسار علي تحليلي الانحدار والارتباط المتعدد، حيث يهدف إلي التوصل إلي تفسير مقبول لعلاقات الارتباط المشاهدة وذلك بإنشاء نماذج للعلاقات السببية المتغيرات، حيث يتعامل هذا النموذج مع نوعين من المتغيرات:

١/٦/٥ المتغيرات الخارجية Exogenous Variables: تعامل النموذج مع المتغيرات المستقلة، حيث يتم ربطها بخطوط منحنية للإشارة إلى وجود علاقة ارتباطية بينها.

٢/٦/٥ المتغيرات الداخلية Endogenous Variables: وهي عبارة عن المتغيرات التي نرغب في تفسيرها في ضوء المتغيرات الخارجية للكشف عن علاقة السبب بينها وتحديد الآثار المباشرة وغير المباشرة عليها من خلال معامل المسار **Path Coefficient** وتم استخدام هذا الأسلوب وذلك لوجود متغير وسيط يتمثل في (القوة التنظيمية)، مع الرغبة في عزل كل متغير علي حدة، ودراسة كل العلاقات الممكنة، من أجل التحقق من نوع العلاقة بين القيادة الريادية والاستدامة التنظيمية، وكذلك علاقة القوة التنظيمية والاستدامة التنظيمية ، وأيضاً تحديد درجة تأثير القوة التنظيمية كمتغير وسيط علي العلاقة بين القيادة الريادية والاستدامة التنظيمية.

٧/٥ مؤشرات جودة النموذج المصاحبة لأسلوب تحليل المسار : التي تتمثل في مؤشر جودة المطابقة، ومؤشر المطابقة المقارن، ومؤشر الجذر التربيعي للبواقي، وذلك للتأكد من صحة الفرض الرابع الخاص بالعلاقة بين القيادة الريادية والاستدامة التنظيمية من خلال القوة التنظيمية كمتغير وسيط.

٨/٥ – الاختبارات الإحصائية لفروض الدراسة:

اشتملت على اختبار ف F–Test، واختبار ت T–Test، المصاحبة لأسلوب الانحدار المتعدد، وذلك بغرض اختبار العلاقة بين أبعاد القيادة الريادية (متغير مستقل) والاستدامة التنظيمية (متغير تابع).

سابعاً: الدراسة التطبيقية

١ – تقييم درجة الاعتمادية والصلاحية:

يعد تقييم درجة اعتمادية وصلاحية المقاييس المستخدمة لجمع البيانات الأولية الخطوة الأولى قبل البدء في إخضاع تلك البيانات للمعالجة والتحليل الإحصائي، حيث يتمثل الهدف الأساسي من ذلك التقييم في المساهمة في تقليل أخطاء عمليات القياس العشوائية والعمل على زيادة درجة ثبات المقاييس المستخدمة الأمر الذي يمكن من الوصول إلى مقاييس تتمتع بدرجات عالية من الصلاحية والاعتمادية، ويختص الجزء الحالي بتحليل نتائج اختبار الاعتمادية والصلاحية للمقاييس المستخدمة في البحث وذلك بالاعتماد على ألفا كرونباخ Cronbach's Alpha

بالإضافة إلى التحليل العاملي Factor Analysis بما يمكن من التوصل إلى المكونات الأساسية لمقاييس متغيرات البحث.

١/١ تقييم الاعتمادية/ الثبات Reliability : اعتمد الباحث على معامل الارتباط ألفا Alpha Correlation Coefficient للتأكد من درجة الاعتمادية على المقاييس المستخدمة في جمع بيانات البحث الحالي وذلك باعتباره أكثر الأساليب الإحصائية دلالة في تقييم درجة تناسق بنود المقاييس المستخدمة، حيث يتم استبعاد كافة المتغيرات التي تحصل على معامل ارتباط بينها وبين المتغيرات الأخرى في نفس المقياس على أقل من ٠.٣٠، ويوضح الجدول التالي تقييم درجة التناسق الداخلي لمحتويات المقاييس المستخدمة وذلك كما يلي:-

جدول رقم (٣):تقييم درجة التناسق الداخلى لمحتويات المقاييس المستخدمة

المتغيرات		عدد العبارات	معامل الثبات Alpha	معامل صدق الاتساق الداخلي	Chi-Square	معامل KMO	Sig.
المتغير المستقل القيادة الريادية	الرؤية الاستراتيجية	5	0.740	0.419	97.868	0.643	0.000
	المبادأة (الاستباقية)	5	0.760	0.597	152.037	0.714	0.000
	الابداع	5	0.761	0.519	165.541	0.663	0.000
	الاستعداد لتحمل المخاطر	5	0.760	0.474	156.505	0.716	0.000
	المقياس الإجمالي	20	0.739	0.488	1234.117	0.822	0.000
المتغير الوسيط القوة التنظيمية	القوة الرسمية (الشرعية)	5	0.766	0.494	168.443	0.722	0.000
	قوة المكافأة	5	0.686	0.502	31.474	0.554	0.000
	قوة الخبرة	5	0.706	0.592	65.899	0.529	0.000
	القوة المرجعية (الكاريزماتية)	5	0.725	0.403	112.813	0.501	0.000
	المقياس الإجمالي	20	0.698	0.471	874.780	0.700	0.000
المتغير التابع الاستدامة التنظيمية	الاستدامة الاقتصادية	5	0.754	0.593	129.259	0.695	0.000
	الاستدامة الاجتماعية	5	0.758	0.556	145.320	0.691	0.000
	الاستدامة البيئية	5	0.745	0.465	119.249	0.671	0.000
	الاستدامة البشرية	5	0.663	0.488	64.031	0.509	0.000
	المقياس الإجمالي	20	0.701	0.462	801.154	0.717	0.000

المصدر: من إعداد الباحث في ضوء نتائج التحليل الإحصائي.

يتبين من الجدول السابق رقم (٣) أن:

- تراوحت معاملات ألفا كرونباخ بين (0.698 : 0.761) متجاوزة الحدود المقبولة في العلوم الاجتماعية والتي تؤكد أن القيم التي تتراوح ما بين 60 : 70% تؤكد أن المقاييس المستخدمة في جمع البيانات في البحث العالي تتمتع بدرجة عالية من المصداقية.

- بلغ معامل الثبات الخاص بالمتغير المستقل القيادة الريادية (0.739)، كما بلغ معامل الصدق الذاتي (0.488) مما يؤكد أن جميع الأسئلة التي تكون منها مقياس القيادة الريادية مقبولة ويمكن الاعتماد عليها.
- بلغ معامل الثبات الخاص بالمتغير الوسيط القوة التنظيمية (0.698)، كما بلغ معامل الصدق الذاتي (0.471) مما يؤكد أن جميع الأسئلة التي تكون منها مقياس القوة التنظيمية مقبولة ويمكن الاعتماد عليها.
- بلغ معامل الثبات الخاص بالمتغير التابع الاستدامة التنظيمية (0.701)، كما بلغ معامل الصدق الذاتي (0.462) مما يؤكد أن جميع الأسئلة التي تكون منها مقياس الاستدامة التنظيمية مقبولة ويمكن الاعتماد عليها.
- تراوحت قيم معامل اختبار (KMO) بين (0.501 : 0.822) وهي أكبر من 0.05 مما يؤكد على أن الاستبيان صالح لإجراء التحليل العاملي التوكيدي واختبار فرضيات الدراسة، فضلا عن انخفاض معدلات المعنوية عن 0.05 والتي بلغت جميعها 0.000.

٢/١ تقييم الصلاحية/ المصداقية

١/٢/١ اختبار الصدق البنائي Construct Validity: يعبر صدق البناء عن مدى تعبير المقياس عن المفهوم النظري للمتغير المراد قياسه، حيث اعتمد الباحث على أسلوب التحليل العاملي التوكيدي Confirmative Factor Analysis باستخدام برنامج AMOS V. 23 لقياس صدق البناء، وفي ضوء افتراض التطابق بين مصفوفة التعاير للمتغيرات الداخلة في التحليل والمصفوفة المفترضة من قبل البرنامج وجدة عدة مؤشرات للحكم على جودة هذه المطابقة لتحديد مدى قبول أو رفض النموذج المفترض للبيانات، ويوضح الجدول رقم (٤) تلك النتائج كما يلي:

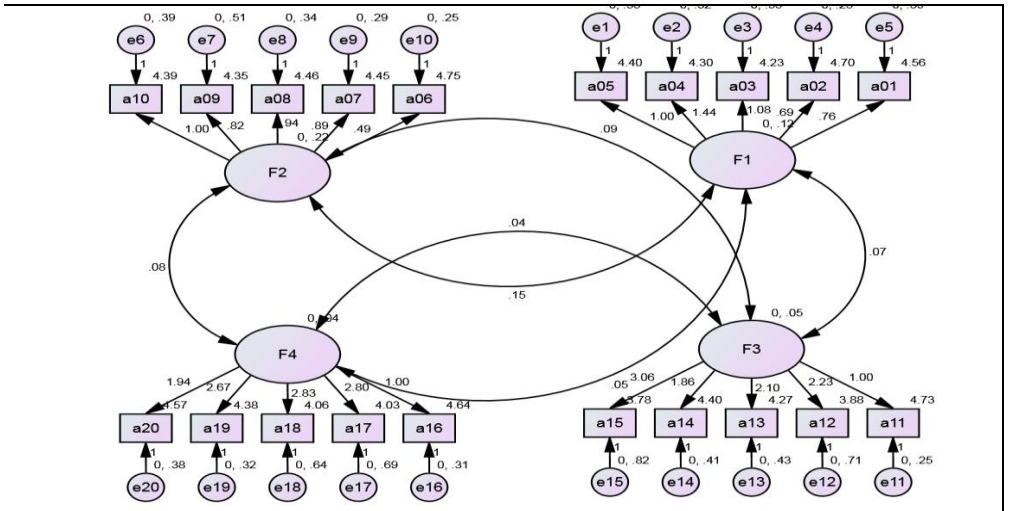
جدول (٤): مؤشرات جودة مطابقة نماذج المعادلات الهيكلية

م	المؤشر	القيم المحسوبة للنموذج	قاعدة المطابقة
١	النسبة بين قيمة X2 إلى درجات الحرية df	3	أقل من 5
٢	مؤشر حسن المطابقة Goodness of Fit Index	0.959	أكبر من 0.90
٣	مؤشر المطابقة المعياري Normed Fit Index	0.942	أكبر من 0.90
٤	مؤشر المطابقة المقارن Comparative Fit Index	0.990	أكبر من 0.95
٥	مؤشر المطابقة المتزايد Increased Fit Index	0.978	أكبر من 0.95
٦	جذر متوسط مربعات الخطأ التقريبي RMSEA	0.002	أقل من 0.08

المصدر :إعداد الباحث بناء على تعليمات Amos23

٢/٢/١- نتائج التحليل العاملي التوكيدي (CFA) لمقياس القيادة الريادية

تم الاعتماد على مقياس (Gupta et al, 2004) لقياس المتغير المستقل " القيادة الريادية " بعد ترجمته وتطويره بما يتناسب مع طبيعة وأغراض البحث ومجال التطبيق ، تكون مقياس القيادة الريادية من أربعة أبعاد أساسية تمثلت في الرؤية الاستراتيجية والمبادأة (الاستباقية) والابداع والاستعداد لتحمل المخاطر، حيث تكون المقياس من ٢٠ عبارة بناء على مقياس ليكرت الخماسي، وقد اعتمد الباحث على إجراء التحليل العاملي لبنود المقياس لتحديد البنود التي تلائم قياس تلك الأبعاد داخل الجامعات محل الدراسة، ويوضح الشكل رقم (٢) معاملات التحميل لبنود مقياس القيادة الريادية على الأبعاد الأساسية التي تنتمي إليها وذلك كما يلي:



Chi-square= (484.467), df= (164), p= (0.000), (chi-square/df)= (2.357), GFI=(0.988), IFI= (0.962), NFI= (0.983), CFI= (0.922), RMR= (0.034), RMSEA= (0.001)

شكل رقم (٢) معاملات الثبات والاتساق لعبارات (القيادة الريادية)

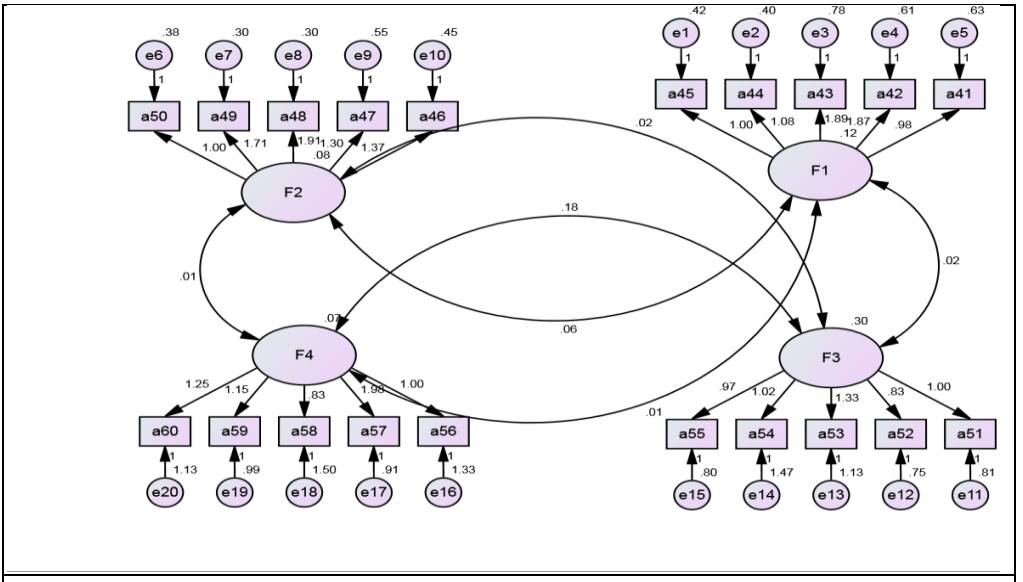
المصدر: مستخرجة من مؤشرات جودة المطابقة للتحليل العاملي للمقياس باستخدام برنامج (AMOS)

ويبين الشكل السابق رقم (٢) أن:

- الأوزان الانحدارية الظاهرة على الأسهم التي تربط المتغير الكامن بكل فقرة من فقرات قياسه والمعروفة باسم معاملات التحميل أو الاتساق، حيث سيتم استبعاد كافة العبارات التي يقل معامل تحميلها عن 0.30 درجة، وقد تبين أن جميع معاملات بنود مقياس القيادة الريادية أكبر من 0.30 حيث تراوحت بين (0.99:0.69)، (0.94:0.49)، (0.82:0.38)، (0.64:0.40) وفقا لبعد الرؤية الاستراتيجية والمبادأة والابداع والاستعداد لتحمل المخاطر على التوالي.
- ارتفاع مؤشرات جودة مطابقة النموذج وصحة ترابط بنود المقياس حيث يتبين اتسامها بدرجة عالية من الصدق والاتساع وبالتالي إمكانية الاعتماد عليها في قياس المتغير.

٣/٢/١- نتائج التحليل العاملي التوكيدي (CFA) لمقياس الاستدامة التنظيمية

تم الاعتماد على مقياس (Hansman et al , 2012) لقياس المتغير التابع " الاستدامة التنظيمية " بعد تعديله بما يتناسب مع طبيعة واغراض البحث ومجال التطبيق، تكون مقياس الاستدامة لتنظيمية من أربعة أبعاد أساسية تمثلت في الاستدامة الاقتصادية والاستدامة الاجتماعية والاستدامة البيئية والاستدامة البشرية، حيث تكون المقياس من ٢٠ عبارة بناء على مقياس ليكرت الخماسي، وقد اعتمد الباحث على إجراء التحليل العاملي لبنود المقياس لتحديد البنود التي تلائم قياس تلك الأبعاد داخل الجامعات محل الدراسة، ويوضح الشكل رقم (٣) معاملات التحميل لبنود مقياس الاستدامة التنظيمية على الأبعاد الأساسية التي تنتمي إليها وذلك كما يلي:



Chi-square= (329.511), df= (164), p= (0.000), (chi-square/df)= (2.009), GFI=(0.856), IFI= (0.853), NFI= (0.904), CFI= (0.949), RMR= (0.008), RMSEA= (0.002)

شكل رقم (٣) معاملات الثبات والاتساق لعبارات (الاستدامة التنظيمية)

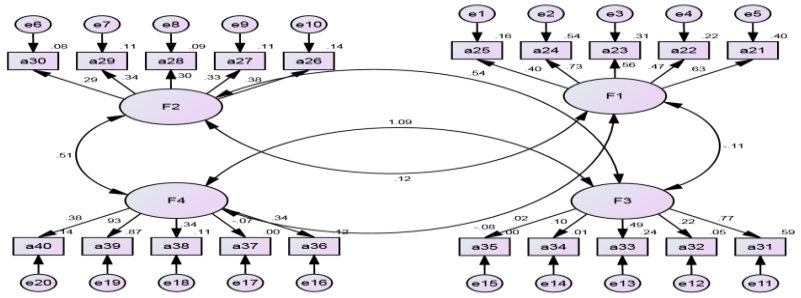
المصدر: مستخرجة من مؤشرات جودة المطابقة للتحليل العاملي للمقياس باستخدام برنامج (AMOS)

ويبين الشكل السابق رقم (٣) أن:

- الأوزان الانحدارية الظاهرة على الأسهم التي تربط المتغير الكامن بكل فقرة من فقرات قياسه والمعروفة باسم معاملات التحميل أو الاتساق، حيث سيتم استبعاد كافة العبارات التي يقل معامل تحميلها عن 0.30 درجة، وقد تبين أن جميع معاملات بنود مقياس الاستدامة التنظيمية أكبر من 0.30 حيث تراوحت بين (0.39 : 0.63) ، (0.41 : 0.88) ، (0.50 : 0.92) ، (0.42: 0.87) وفقا للأبعاد الاستدامة الاقتصادية والاستدامة الاجتماعية والاستدامة البيئية والاستدامة البشرية على التوالي.
- ارتفاع مؤشرات جودة مطابقة النموذج وصحة ترابط بنود المقياس حيث يتبين اتسامها بدرجة عالية من الصدق والاتساع وبالتالي إمكانية الاعتماد عليها في قياس المتغير.

٤/٢/١ – نتائج التحليل العاملي التوكيدي (CFA) لمقياس القوة التنظيمية

تم الاعتماد على مقياس (Schermerhorn et al., 2000) لقياس المتغير الوسيط " القوة التنظيمية " بعد تعديله بما يتناسب مع طبيعة واغراض البحث ومجال التطبيق، تكون مقياس القوة التنظيمية من أربعة أبعاد أساسية تمثلت في القوة الشرعية (الرسمية) وقوة المكافأة وقوة الخبرة والقوة المرجعية (الكاريزماتية)، حيث تكون المقياس من ٢٠ عبارة بناء على مقياس ليكرت الخماسي، وقد اعتمد الباحث على إجراء التحليل العاملي لبنود المقياس لتحديد البنود التي تلائم قياس تلك الأبعاد داخل الجامعات محل الدراسة، ويوضح الشكل رقم (٤) معاملات التحميل لبنود مقياس القوة التنظيمية على الأبعاد الأساسية التي تنتمي إليها وذلك كما يلي:



Chi-square= (365.672), df= (164), p= (0.000), (chi-square/df)= (1.235), GFI=(0.925), IFI= (0..829), NFI= (0.913), CFI= (0990), RMR= (0.036), RMSEA= (0.005)

شكل رقم (٤) معاملات الثبات والاتساق لعبارات (القوة التنظيمية)

المصدر: مستخرجة من مؤشرات جودة المطابقة للتحليل العاملي للمقياس باستخدام برنامج (AMOS)

ويبين الشكل السابق رقم (٤) أن:

- الأوزان الانحدارية الظاهرة على الأسهم التي تربط المتغير الكامن بكل فقرة من فقرات قياسه والمعروفة باسم معاملات التحميل أو الاتساق، حيث سيتم استبعاد كافة العبارات التي يقل معامل تحميلها عن 0.30 درجة، وقد تبين أن جميع معاملات بنود مقياس القوة التنظيمية أكبر من 0.30 حيث تراوحت بين (0.40 : 0.73)، (0.30 : 0.86) ، (0.42 : 0.89) ، (0.51 : 0.97) وفقا للأبعاد القوة الشرعية (الرسمية) وقوة المكافأة وقوة الخبرة والقوة المرجعية (الكاريزماتية)على التوالي.

- ارتفاع مؤشرات جودة مطابقة النموذج وصحة ترابط بنود المقياس حيث يتبين اتسامها بدرجة عالية من الصدق والاتساع وبالتالي إمكانية الاعتماد عليها في قياس المتغير.

٢- التحليل الوصفي لمتغيرات البحث:-

اعتمد الباحث على حزمة البرامج الإحصائي IBM SPSS Statistics V. 23 بما يمكن من حساب التكرارات والنسبة المئوية، إضافة إلى حساب المتوسطات العامة لمتغيرات الدراسة والانحراف المعياري، ويبين الجدول رقم (٣) توزيع مفردات العينة وفقا للمتغيرات الديموغرافية المتمثلة في النوع والعمر والرتبة الأكاديمية وسنوات الخبرة والجامعة وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (٥): توزيع مفردات العينة وفقا للمتغيرات الديموغرافية المحددة (n=209)

المتغير	الفئات	التكرارات	النسب المئوية
النوع	ذكر	163	78%
	أنثى	46	22%
العمر	من ٣٥ إلى أقل من ٤٥	130	62.2%
	من ٤٥ إلى أقل من ٥٥	59	28.2%
	من ٥٥ عاما فأكثر	20	9.6%
الرتبة الأكاديمية	مدرس	120	57.4%
	أستاذ مساعد	70	33.5%
	أستاذ	19	9.1%
سنوات الخبرة	أقل من ١٠ سنوات	37	17.7%
	من ١٠ إلى أقل من ٢٠ عاما	96	45.9%
	من ٢٠ إلى أقل من ٣٠ عاما	60	28.7%
	٣٠ عاما فأكثر	16	7.7%
الجامعة	جامعة ٦ أكتوبر	82	39.2%
	جامعة حورس	29	13.9%
	جامعة الأهرام الكندية	42	20.1%
	جامعة الريادة	12	5.7%
	الجامعة الحديثة للتكنولوجيا والمعلومات	44	21.1%
الإجمالي		209	100%

المصدر: من إعداد الباحث في ضوء نتائج التحليل الاحصائي

يتبين من الجدول السابق رقم (٥) أن النسبة الأكبر من مفردات العينة كنت من الذكور حيث بلغ عددهم 163 مفردة بنسبة مئوية بلغت 78%، فضلا عن أن الفئة العمرية من 35 عاما إلى أقل من 45 عاما كانت في الترتيب الأول بعدد 130 مفردة بنسبة مئوية بلغت 62.2%، وقد كان

لوظيفة المدرس الترتيب الأول من حيث الرتبة الأكاديمية حيث بلغ عددهم 120 مفردة بنسبة مئوية 57.4%، كما تبين أيضا أن أكثر المفردات استجابة للاستبيان كانت من قبل المفردات التي تراوحت سنوات الخبرة الخاصة بهم من 10 إلى أقل من 20 عاما حيث بلغ عددهم 96 مفردة بنسبة مئوية بلغت 45.9%، وقد احتلت جامعة ٦ أكتوبر الترتيب الأول من حيث عدد المستجيبين والذي بلغ 82 مفردة بنسبة مئوية 39.2%.

كما يوضح الجدول رقم (٦) الخصائص الوصفية لمتغيرات البحث والتي تتضمن المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف وذلك على النحو التالي:

جدول رقم (٦): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات البحث

المتغيرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف %
الرؤية الاستراتيجية	4.439	0.729	28.2%
المبادأة (الاستباقية)	4.480	0.713	30.7%
الابداع	4.211	0.861	32.2%
الاستعداد لتحمل المخاطر	4.337	0.825	29.6%
المتوسط العام للقيادة الريادية	4.367	0.782	30.2%
القوة الرسمية (الشرعية)	4.362	0.784	23.7%
قوة المكافأة	4.516	0.662	31.9%
قوة الخبرة	4.414	0.844	27.4%
القوة المرجعية (الكاريزماتية)	4.196	0.912	29.5%
المتوسط العام للقوة التنظيمية	4.372	0.800	28.1%
الاستدامة الاقتصادية	4.275	0.575	35.2%
الاستدامة الاجتماعية	4.385	0.490	36.8%
الاستدامة البيئية	3.733	0.718	35.7%
الاستدامة البشرية	3.610	0.572	32.5%
المتوسط العام للاستدامة التنظيمية	4.000	0.383	28%

المصدر: من إعداد الباحث وفقا لنتائج التحليل الإحصائي.

ويتبين من الجدول السابق رقم (٦) أن:

- الاتجاه العام لاستجابات مفردات العينة كانت اتجاهات إيجابية بشكل عام وقد اتضح ذلك من خلال المتوسط الحسابي للمتغير المستقل القيادة الريادية والذي بلغ (4.367) وبإنحراف معياري قدر بـ (0.782) مما يعكس ، وقد كانت ترتيب أهمية الأبعاد لذلك المتغير كما يلي المبادأة (الاستباقية) والرؤية الاستراتيجية والاستعداد لتحمل المخاطر والابداع.

- الاتجاه العام لاستجابات مفردات العينة كانت اتجاهات إيجابية بشكل عام وقد اتضح ذلك من خلال المتوسط الحسابي للمتغير الوسيط القوة التنظيمية والذي بلغ (4.372) وبإنحراف معياري قدر بـ (0.800) مما يعكس ،وقد كانت ترتيب أهمية الأبعاد لذلك المتغير كما يلي قوة المكافأة وقوة الخبرة والقوة الرسمية (الشرعية) والقوة المرجعية (الكاريزماتية).
- الاتجاه العام لاستجابات مفردات العينة كانت اتجاهات إيجابية بشكل عام وقد اتضح ذلك من خلال المتوسط الحسابي للمتغير التابع الاستدامة التنظيمية والذي بلغ (4.000) وبإنحراف معياري قدر بـ (0.383) مما يعكس ،وقد كانت ترتيب أهمية الأبعاد لذلك المتغير كما يلي الاستدامة الاجتماعية والاستدامة الاقتصادية والاستدامة البيئية والاستدامة البشرية.

٣- اختبارات الفروض وتحليل النتائج: ويختص ذلك الجزء بعرض نتائج تحليل البيانات بما يمكن الباحث من التأكد من صحة أو خطأ الفروض التي قام عليها البحث وذلك كما يلي:

١/٣ نتائج اختبار صحة الفرض الأول:

١/١/٣ مصفوفة معاملات الارتباط بين أبعاد القيادة الريادية وأبعاد الاستدامة التنظيمية:

اعتمد الباحث على معامل الارتباط بيرسون لتحديد طبيعة وقوة العلاقة بين متغيرات البحث، حيث كلما اقترتبت تلك العلاقة من الواحد الصحيح كلما دل ذلك على قوة درجة الارتباط بين تلك المتغيرات، فضلا عن أن الإشارة الموجبة تعبر عن أن العلاقة التي تربط بين تلك المتغيرات علاقة طردية في حين تدل الإشارة السالبة على وجود علاقة عكسية، ويوضح الجدول التالي رقم (٧) مصفوفة معاملات الارتباط بين أبعاد القيادة الريادية وأبعاد الاستدامة التنظيمية وذلك كما يلي:

جدول رقم (٧): مصفوفة معاملات الارتباط بين أبعاد القيادة الريادية وأبعاد الاستدامة التنظيمية

الأبعاد	القيادة الريادية	الرؤية الاستراتيجية	المبادأة (الاستباقية)	الابداع	الاستعداد لتحمل المخاطر
الاستدامة التنظيمية	** 0.773	**0.875	**0.705	**0.611	**0.826
الاستدامة الاقتصادية	**0.748	**0.772	**0.811	**0.756	**0.800
الاستدامة الاجتماعية	**0.689	**0.741	**0.860	**0.766	**0.803
الاستدامة البيئية	**0.744	**0.609	**0.690	**0.808	**0.794
الاستدامة البشرية	**0.678	**0.611	**0.874	**0.708	**0.737

المصدر: إعداد الباحث وفقا لنتائج التحليل الإحصائي حيث تشير ** إلى معنوية معاملات الارتباط عند مستوى معنوية ٠.٠٠١

ويتضح من الجدول السابق رقم (٧) ما يلي:

- توجد علاقة ارتباط إيجابية معنوية ذو دلالة إحصائية طردية بين أبعاد القيادة الريادية وبين أبعاد الاستدامة التنظيمية بشكل إجمالي قدرت بمعامل ارتباط بلغ (0.773) وذلك عند معنوية 0.01.
- توجد علاقة ارتباط إيجابية معنوية ذو دلالة إحصائية طردية بين أبعاد القيادة الريادية وبين الاستدامة الاقتصادية حيث تراوحت معاملات الارتباط بين (0.772 : 0.811) وذلك عند مستوى معنوية 0.01.
- توجد علاقة ارتباط إيجابية معنوية ذو دلالة إحصائية طردية بين أبعاد القيادة الريادية وبين الاستدامة الاجتماعية حيث تراوحت معاملات الارتباط بين (0.741 : 0.860) وذلك عند مستوى معنوية 0.01.
- توجد علاقة ارتباط إيجابية معنوية ذو دلالة إحصائية طردية بين أبعاد القيادة الريادية وبين الاستدامة البيئية حيث تراوحت معاملات الارتباط بين (0.609 : 0.808) وذلك عند مستوى معنوية 0.01.
- توجد علاقة ارتباط إيجابية معنوية ذو دلالة إحصائية طردية بين أبعاد القيادة الريادية وبين الاستدامة البشرية حيث تراوحت معاملات الارتباط بين (0.611 : 0.874) وذلك عند مستوى معنوية 0.01.

٢/١/٣ العلاقة بين أبعاد القيادة الريادية وبين الاستدامة التنظيمية بشكل إجمالي :

وقد اعتمد الباحث على أسلوب تحليل الانحدار المتعدد Multiple Regression Analysis لتحديد نوع ودرجة العلاقة بين أبعاد القيادة الريادية كمتغيرات مستقلة وبين الاستدامة التنظيمية كمتغير تابع، ويوضح الجدول التالي رقم (٨) نوع وقوة تلك العلاقة كما يلي:

جدول رقم (٨): نوع وقوة العلاقة بين أبعاد القيادة الريادية وبين الاستدامة التنظيمية بصورة إجمالية (مخرجات تحليل الانحدار المتعدد Multiple Regression Analysis)

أبعاد القيادة الريادية الأكثر تأثيرا في الاستدامة التنظيمية	معامل الانحدار B	معامل الانحدار المعياري Beta	قيمة ت T	المعنوية .Sig
الثابت (Constant)	11.224		15.96	0.000
الرؤية الاستراتيجية	0.291	0.156	3.633	0.002
المبادأة (الاستباقية)	0.419	0.129	1.346	0.001
الابداع	0.439	0.166	1.791	0.003
الاستعداد لتحمل المخاطر	0.223	0.1008	2.883	0.021
معامل الارتباط R	**0.815			
معامل التحديد R Square	0.669			
قيمة ف F Test	112.525			
درجات الحرية	205-4			
مستوى المعنوية .Sig	0.000			

**تشير إلي معنوية اختبار T.Test عند مستوى ٠.٠١ *تشير إلي معنوية اختبار T.Test عند مستوى ٠.٠٥

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

ويتبين من الجدول السابق رقم (٨) ما يلي:

- توجد علاقة تأثير طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين أبعاد القيادة الريادية وبين الاستدامة التنظيمية حيث بلغ معامل الارتباط (0.815)، وهذا يعني أنه كلما زادت ممارسات وتطبيقات الإدارة داخل الجامعات محل الدراسة بتطبيق القيادة الريادية كلما ساهم ذلك في زيادة معدلات تحقيقها للاستدامة التنظيمية.
- ساهمت أبعاد القيادة الريادية الخاضعة للدراسة بنسبة (66.9%) حيث بلغ معامل التحديد (0.669)، مما يدل على أن المتغير المستقل القيادة الريادية يساهم في التغير في الاستدامة التنظيمية بنسبة كبيرة فسرها معامل التحديد، بينما النسبة المتبقية (33.1%) ترجع إلى عوامل أخرى لم يتضمنها النموذج.
- اتضح أن جميع أبعاد القيادة الريادية تتمتع بعلاقة خطية ذات دلالة إحصائية فيما بينها وبين الاستدامة التنظيمية حيث اتضح أن أكثر الأبعاد تأثيرا الرؤية الاستراتيجية ثم الابداع ثم المبادأة ثم الاستعداد لتحمل المخاطر وذلك وفقا لمعاملات الانحدار المعياري Beta.

وفى ضوء نتائج التحليل الإحصائي السابق فإنه يجب قبول الفرض الأول القائل "توجد علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية بين القيادة الريادية والاستدامة التنظيمية في الجامعات موضع التطبيق".

٢/٣ نتائج اختبار صحة الفرض الثاني:

١/٢/٣ مصفوفة معاملات الارتباط بين أبعاد القيادة الريادية وأبعاد القوة التنظيمية:

يوضح الجدول التالي رقم (٩) مصفوفة معاملات الارتباط بين أبعاد القيادة الريادية وأبعاد القوة التنظيمية وذلك كما يلي:

جدول رقم (٩): مصفوقة معاملات الارتباط بين أبعاد القيادة الريادية وأبعاد القوة التنظيمية

الأبعاد	القيادة الريادية	الرؤية الاستراتيجية	المبادأة (الاستباقية)	الابداع	الاستعداد لتحمل المخاطر
القوة التنظيمية	**0.739	**0.755	**0.746	**0.786	**0.734
القوة الرسمية (الشرعية)	**0.810	**0.675	**0.6.47	**0.702	**0.652
قوة المكافأة	**0.838	**0.839	**0.856	**0.872	**0.875
قوة الخبرة	**0.820	**0.742	**0.643	**0.842	**0.823
القوة المرجعية (الكاريزماتية)	**0.758	**0.772	**0.754	**0.858	**0.811

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي ** تشير إلي معامل الارتباط ذي دلالة إحصائية عند ٠,٠١

. * تشير إلي معامل الارتباط ذي دلالة إحصائية عند ٠,٠٥.

ويتضح من الجدول السابق رقم (٩) ما يلي:

- توجد علاقة ارتباط إيجابية معنوية ذو دلالة إحصائية طردية بين أبعاد القيادة الريادية وبين أبعاد القوة التنظيمية بشكل إجمالي قدرت بمعامل ارتباط بلغ (0.739) وذلك عند معنوية 0.01.
- توجد علاقة ارتباط إيجابية معنوية ذو دلالة إحصائية طردية بين أبعاد القيادة الريادية وبين القوةالرسمية (الشرعية) حيث تراوحت معاملات الارتباط بين (0.647 : 0.702) وذلك عند مستوى معنوية 0.01.
- توجد علاقة ارتباط إيجابية معنوية ذو دلالة إحصائية طردية بين أبعاد القيادة الريادية وبين قوةالمكافأة حيث تراوحت معاملات الارتباط بين (0.839 : 0.875) وذلك عند معنوية 0.01.
- توجد علاقة ارتباط إيجابية معنوية ذو دلالة إحصائية طردية بين أبعاد القيادة الريادية وبين قوةالخبرة حيث تراوحت معاملات الارتباط بين (0.643 : 0.842) وذلك عند معنوية 0.01.
- توجد علاقة ارتباط إيجابية معنوية ذو دلالة إحصائية طردية بين أبعاد القيادة الريادية وبين القوةالمرجعية (الكاريزماتية) حيث تراوحت معاملات الارتباط بين (0.754 : 0.858) وذلك عند مستوى معنوية 0.01.

٢/٢/٣ العلاقة بين أبعاد القيادة الريادية وبين القوة التنظيمية بشكل إجمالي:

ويوضح الجدول التالي رقم (١٠) نوع وقوة تلك العلاقة كما يلي:

جدول رقم (١٠): نوع وقوة العلاقة بين أبعاد القيادة الريادية وبين القوة التنظيمية بصورة إجمالية (مخرجات تحليل الانحدار المتعدد Multiple Regression Analysis)

أبعاد القيادة الريادية الأكثر تأثيرا في القوة التنظيمية	معامل الانحدار B	معامل الانحدار المعياري Beta	قيمة ت T	المعنوية .Sig
الثابت (Constant)	9.254		10.257	0.000
الرؤية الاستراتيجية	0.342	0.215	4.176	0.002
المبادأة (الاستباقية)	0.177	0.166	5.714	0.010
الابداع	0.125	0.242	2.700	0.003
الاستعداد لتحمل المخاطر	0.105	0.124	3.408	0.004
معامل الارتباط R	**0.898			
معامل التحديد R Square	0.702			
قيمة ف F Test	257.359			
درجات الحرية	205-4			
مستوى المعنوية .Sig	0.000			

**تشير إلي معنوية اختبار T.Test عند مستوى ٠.٠١ *تشير إلي معنوية اختبار T.Test عند مستوى ٠.٠٥

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي

ويتبين من الجدول السابق رقم (١٠) ما يلي:

- توجد علاقة تأثير طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين أبعاد القيادة الريادية وبين القوة التنظيمية حيث بلغ معامل الارتباط (0.898)، وهذا يعني أنه كلما زادت ممارسات وتطبيقات الإدارة داخل الجامعات محل الدراسة بتطبيق القيادة الريادية كلما ساهم ذلك في زيادة معدلات القوة التنظيمية.
- ساهمت أبعاد القيادة الريادية الخاضعة للدراسة بنسبة (70.2%) حيث بلغ معامل التحديد (0.702)، مما يدل على أن المتغير المستقل القيادة الريادية يساهم في التغير في القوة التنظيمية بنسبة كبيرة فسرها معامل التحديد، بينما النسبة المتبقية (29.8%) ترجع إلى عوامل أخرى لم يتضمنها النموذج.
- اتضح أن جميع أبعاد القيادة الريادية تتمتع بعلاقة خطية ذات دلالة إحصائية فيما بينها وبين القوة التنظيمية حيث اتضح أن أكثر الأبعاد تأثيرا الابداع ثم الرؤية الاستراتيجية ثم المبادأة ثم الاستعداد لتحمل المخاطر وذلك وفقا لمعاملات الانحدار المعياري Beta.

وفى ضوء نتائج التحليل الإحصائي السابق فإنه يجب قبول الفرض الثاني القائل "توجد علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية بين القيادة الريادية والقوة التنظيمية في الجامعات موضع التطبيق".

٣/٣ نتائج اختبار صحة الفرض الثالث:

١/٣/٣ مصفوفة معاملات الارتباط بين أبعاد القوة التنظيمية وأبعاد الاستدامة التنظيمية:

يوضح الجدول التالي رقم (١١) مصفوفة معاملات الارتباط بين أبعاد القوةالتنظيمية وأبعاد الاستدامة التنظيمية وذلك كما يلي:

جدول رقم (١١): مصفوفة معاملات الارتباط بين أبعاد القوة التنظيمية وأبعاد الاستدامة التنظيمية

الأبعاد	القوة التنظيمية	القوة الشرعية (الرسمية)	قوة المكافأة	قوة الخبرة	القوة المرجعية (الكاريزماتية)
الاستدامة التنظيمية	**0.678	**0.803	**0.819	**0.866	**0.788
الاستدامة الاقتصادية	**0.715	**0.898	**0.891	**0.818	**0.862
الاستدامة الاجتماعية	**0.766	**0.848	**0.847	**0.824	**0.844
الاستدامة البيئية	**0.688	**0.733	**0.849	**0.746	**0.877
الاستدامة البشرية	**0.773	**0.741	**0.780	**0.866	**0.820

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي ** تشير إلي معامل الارتباط ذي دلالة إحصائية عند ٠,٠١ . * تشير إلي معامل الارتباط ذي دلالة إحصائية عند ٠,٠٥.

ويتضح من الجدول السابق رقم (١١) ما يلي:

- توجد علاقة ارتباط إيجابية معنوية ذو دلالة إحصائية طردية بين أبعاد القوة التنظيمية وأبعاد الاستدامة التنظيمية بشكل إجمالي قدرت بمعامل ارتباط بلغ (0.678) وذلك عند معنوية 0.01.
- توجد علاقة ارتباط إيجابية معنوية ذو دلالة إحصائية طردية بين أبعاد القوة التنظيمية وبين الاستدامةالاقتصادية حيث تراوحت معاملات الارتباط بين (0.818 : 0.898) وذلك عند معنوية 0.01.
- توجد علاقة ارتباط إيجابية معنوية ذو دلالة إحصائية طردية بين أبعاد القوة التنظيمية وبينالاستدامة الاجتماعية حيث تراوحت معاملات الارتباط بين (0.824 : 0.848) وذلك عند معنوية 0.01.
- توجد علاقة ارتباط إيجابية معنوية ذو دلالة إحصائية طردية بين أبعاد القوة التنظيمية وبين الاستدامة البيئية حيث تراوحت معاملات الارتباط بين (0.733 : 0.877) وذلك عند مستوى معنوية 0.01.
- توجد علاقة ارتباط إيجابية معنوية ذو دلالة إحصائية طردية بين أبعاد القوة التنظيمية وبين الاستدامةالبشرية حيث تراوحت معاملات الارتباط بين (0.741:0.866) وذلك عند معنوية 0.01.

٢/٣/٣ العلاقة بين أبعاد القوة التنظيمية وبين الاستدامة التنظيمية بشكل إجمالي :

ويوضح الجدول التالي رقم (١٢) نوع وقوة تلك العلاقة كما يلي:

جدول رقم (١٢): نوع وقوة العلاقة بين أبعاد القوة التنظيمية وبين الاستدامة التنظيمية بصورة إجمالية (مخرجات تحليل الانحدار المتعدد Multiple Regression Analysis)

أبعاد القوة التنظيمية الأكثر تأثيرا في الاستدامة التنظيمية	معامل الانحدار B	معامل الانحدار المعياري Beta	قيمة ت T	المعنوية Sig.
الثابت (Constant)	9.693		4.816	0.000
القوة الشرعية (الرسمية)	0.149	0.108	2.137	0.005
قوة المكافأة	0.359	0.221	3.135	0.002
قوة الخبرة	0.204	0.164	4.839	0.002
القوة المرجعية (الكاريزماتية)	0.402	0.141	4.330	0.000
معامل الارتباط R	**0.631			
معامل التحديد R Square	0.593			
قيمة ف F Test	200.056			
درجات الحرية	205-4			
مستوى المعنوية Sig.	0.000			

المصدر: من إعداد الباحث وفقا لنتائج التحليل الإحصائي.

ويتبين من الجدول السابق رقم (١٢) ما يلي:

- توجد علاقة تأثير طردية ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.01 بين أبعاد القوة التنظيمية وبين الاستدامة التنظيمية حيث بلغ معامل الارتباط (0.631)، وهذا يعني أنه كلما زادت ممارسات وتطبيقات الإدارة داخل الجامعات محل الدراسة بتطبيق القوة التنظيمية كلما ساهم ذلك في زيادة معدلات تحقيقها للاستدامة التنظيمية.
- ساهمت أبعاد القوة التنظيمية الخاضعة للدراسة بنسبة (59.3%) حيث بلغ معامل التحديد (0.593)، مما يدل على أن متغير القوة التنظيمية يساهم في التغير في الاستدامة التنظيمية بنسبة كبيرة فسرها معامل التحديد، بينما النسبة المتبقية (40.7%) ترجع إلى عوامل أخرى لم يتضمنها النموذج.
- اتضح أن جميع أبعاد القوة التنظيمية تتمتع بعلاقة خطية ذات دلالة إحصائية فيما بينها وبين الاستدامة التنظيمية حيث اتضح أن أكثر الأبعاد تأثيرا قوة المكافأة ثم قوة الخبرة ثم القوة المرجعية (الكاريزماتية) ثم القوة الشرعية (الرسمية) وذلك وفقا لمعاملات الانحدار المعياري Beta.

وفى ضوء نتائج التحليل الإحصائي السابق فإنه يجب قبول الفرض الثالث القائل "توجد علاقة تأثيرية ذات دلالة إحصائية بين القوة التنظيمية والاستدامة التنظيمية في الجامعات محل الدراسة".

٤/٣ نتائج اختبار صحة الفرض الرابع:

يختص ذلك الجزء بقياس حساب التأثير غير المباشر للمتغير المستقل (القيادة الريادية) في المتغير التابع (الاستدامة التنظيمية) وذلك باستخدام مجموعة من الاختبارات التي تضمنت ما يلي:

١/٤/٣ اختبار Sobel test لقياس معنوية التأثيرات غير المباشرة بين المتغير المستقل (القيادة الريادية) والمتغير التابع (الاستدامة التنظيمية):

اعتمد الباحث على ذلك الاختبار لقياس معنوية التأثيرات غير المباشرة للمتغير المستقل في المتغير التابع في ظل وجود متغير وسيط، فإذا كانت قيمة Z–Value أكبر من ١.٩٦ فيمكن القول أنه يوجد تأثير غير مباشر حقيقي للمتغير الوسيط في العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع، وتعتمد تلك القيمة على معاملات الانحدار غير المعيارية والأخطاء المعيارية للعلاقة بين المتغير المستقل (القيادة الريادية) والمتغير الوسيط (القوة التنظيمية) وكذلك معاملات الانحدار غير المعيارية والأخطاء المعيارية للعلاقة بين المتغير الوسيط (القوة التنظيمية) والمتغير التابع (الاستدامة التنظيمية)، ويوضح الجدول التالي رقم (١٣) نتائج ذلك الاختبار وذلك كما يلي:

جدول رقم (١٣): نتائج اختبار سوبل Sobel Test

مسار المتغير الوسيط	الأثر Effect	الخطأ المعياري SE	قيمة Z-Value	مستوى المعنوية P-Value
القيادة الريادية ← القوة التنظيمية ← الاستدامة التنظيمية	0.6428	0.0052	15.732	0.000

المصدر: نتائج التحليل الإحصائي.

يتضح من الجدول رقم (١٣)

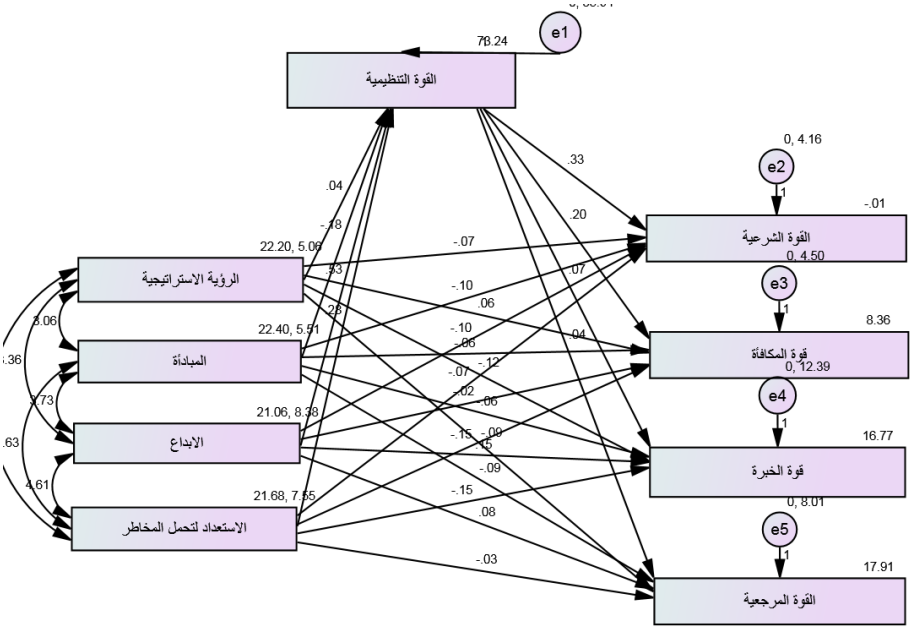
أن هناك تأثيراً غير مباشر قوياً ذا دلالة إحصائية لنموذج الدراسة الحالية بلغت قيمته 64.28% كما بلغت قيمة اختبار سوبل Sobel Test (15.732) Z-Valueعند مستوى معنوية P-Value = 0.000 وتمثل المسار في

(القيادة الريادية ← القوة التنظيمية ← الاستدامة التنظيمية)

٢/٤/٣ أسلوب نمذجة المعادلات الهيكلية (SEM) بواسطة استخدام برنامج (Amos V. 23):

اعتمد الباحث على أسلوب نمذجة المعادلات العيكلية لاختبار نموذج البحث والعلاقات التأثيرية بالاعتماد على برنامج AMOS وذلك بأسلوب Maximum Likelihood Estimates بما يمكن من تحليل أكبر عدد ممكن من البيانات المختلفة وكذلك تقدير متوسطات المتغيرات الخارجية Exogenous Variables وإدخالها في معادلة الإنحدار وذلك من أجل التحقق من صحة الفرض الذي ينص على أنه "يوجد علاقة تأثيرية غير مباشرة ذات دلالة إحصائية بين القيادة الريادية والاستدامة التنظيمية من خلال القوة التنظيمية كمتغير وسيط في الجامعات المصرية الخاصة".

ويوضح الشكل رقم (٤) قيم معلمات مسارات العلاقات التأثيرية بين متغيرات نموذج البحث، حيث أوضحت مؤشرات جودة مطابقة النموذج تمتعه بكفاءة عالية في تفسير العلاقات، كما تبين ارتفاع مؤشرات جودة مطابقة النموذج وإمكانية الاعتماد عليه في تفسير العلاقات التأثيرية بين متغيراته حيث أشارت إلى التطابق التام بين هذا النموذج الذي تم اختباره والنموذج المشبع.



Chi-square= (88.260), df= (6), p= (0.000), (chi-square/df)= (4.006), GFI=(0.857), IFI= (0..864), NFI= (0.856), CFI= (0..901), RMR= (0.027),

المصدر: مستخرجة من مؤشرات جودة المطابقة للتحليل العاملي للمقياس باستخدام برناج AMOS

شكل رقم (٥)معلمات تحليل مسار العلاقات بين متغيرات نموذج البحث

يمثل الشكل السابق أحد مخرجات تحليل نمذجة المعادلات الهيكلية (AMOS) لمتغيرات النموذج الذي تم اختباره، والذي يتضمن متغيرات المشاهدة Observed Variables والتي قيست وتمثل بشكل مستطيل وهي كالتالي المتغير المستقل والمتغير الوسيط والمتغير التابع، بينما المتغيرات خارج القياس Exogenous Variables فهي متغيرات غير معروفة وتمثل معامل الخطأ في القياس وقد مثلت بأنها المتغيرات (e)، بينما القيم على الأسهم بين كافة المتغيرات فهي تعبر عن التأثيرات المباشرة (بيتا) لكل متغير على المتغير الذي يليه حيث تتضمن تأثير المتغيرات السابقة له في المسار على المتغير التالي، ويوضح الجدول رقم (١٤) معلمات المعادلات الهيكلية لمسار العلاقات بين متغيرات نموذج البحث ومعنويتها وذلك كما يلي:

المتغير التابع (R^2)	القيادة الريادية	معامل الانحدار b	الخطأ المعياري	القيمة الحرجة	معامل الانحدار المعياري	التأثير الكلي	التأثير المباشر	التأثير غير المباشر	المعنوية
القوة التنظيمية (%89.8)	الرؤية الاستراتيجية	0.124	0.199	4.422	0.155	0.117	0.117	-	0.000
	المبادأة (الاستباقية)	0.242	0.193	3.725	0.006	0.233	0.233	-	0.000
	الابداع	0.166	0.245	3.721	0.471	0.247	0.247	-	0.000
	الاستعداد لتحمل المخاطر	0.115	0.237	5.201	0.859	0.495	0.495	-	0.000
الاستدامة الاقتصادية (%94.5)	الرؤية الاستراتيجية	0.276	0.024	5.569	0.042	0.384	0.173	0.211	0.001
	المبادأة (الاستباقية)	0.405	0.025	2.289	0.092	0.455	0.265	0.190	0.002
	الابداع	0.120	0.041	6.334	0.283	0.551	0.203	0.348	0.000
	الاستعداد لتحمل المخاطر	0.177	0.033	4.334	0.367	0.581	0.405	0.176	0.050
	القوة التنظيمية	0257	0.081	7.034	0.441	0.86	0.331	0.529	0.040
الاستدامة الاجتماعية (%91.6)	الرؤية الاستراتيجية	0.160	0.084	3.771	0.385	0.473	0.265	0.208	0.020
	المبادأة (الاستباقية)	0.276	0.139	1.237	0.432	0.213	0.151	0.062	0.000
	الابداع	0.185	0.112	3.289	0.216	0.792	0.259	0.533	0.007
	الاستعداد لتحمل المخاطر	0.239	0.089	2.130	0.499	0.442	0.320	0.122	0.002
	القوة التنظيمية	0.279	0.144	7.988	0.117	0.7	0.196	0.504	0.000
الاستدامة البيئية (%90)	الرؤية الاستراتيجية	0.117	0.116	4.869	0.401	0.423	0.121	0.302	0.045
	المبادأة (الاستباقية)	0.262	0.067	5.417	0339	0.568	0.153	0.415	0.032
	الابداع	0.106	0.070	4.334	0.033	0.468	0.260	0.208	0.000
	الاستعداد لتحمل المخاطر	0.024	0.115	6.299	0.194	0.283	0.154	0.129	0.004
	القوة التنظيمية	0.132	0.093	9.684	0.257	0.689	0.369	0.320	0.000
الاستدمة البشرية (%92.2)	الرؤية الاستراتيجية	0.169	0.068	3.785	0.216	0.489	0.288	0.201	0.006
	المبادأة (الاستباقية)	0.185	0.071	5.734	0.366	0.543	0.333	0.210	0.004
	الابداع	0.362	0.118	6.839	0.357	0.69	0.485	0.205	0.000
	الاستعداد لتحمل المخاطر	0.120	0.095	3.352	0.265	0.297	0.178	0.119	0.000
	القوة التنظيمية	0.332	0.033	8.074	0.025	0.612	0.235	0.377	0.000

جدول رقم (١٤):نتائج نموذج AMOS لتأثير القوة التنظيمية كمتغير وسيط في العلاقة بين أبعاد القيادة الريادية والاستدامة التنظيمية

* تم اختبار المعنوية باستخدام اختبار Bootstrap Confidence،bias-corrected percentile عند درجة ثقة ٩٥%. *p<0.05 *** p<0.001

المصدر: مستخرجة من نتائج التحليل الإحصائي للدراسة الميدانية باستخدام AMOS 23

وسوف تُختبر صحة الفرض بناءً على البيانات الواردة بالشكل (٥) والبيانات الموضحة بالجدول (١٤)، لمعلمات المعادلات الهيكلية، يمكن مناقشة العلاقات التأثيرية بين متغيرات نموذج البحث لتحديد تأثير القوة التنظيمية باعتباره متغير وسيط في العلاقة بين القيادة الريادية والاستدامة التنظيمية على النحو التالي:-

- وجود تأثير معنوي إيجابي مباشر لأبعاد القيادة الريادية على الاستدامة الاقتصادية بلغ (0.173 ، 0.265 ، 0.203 ، 0.405) على التوالي عند مستوى معنوية (0.001، 0.002 ، 0.000 ، 0.050) على التوالي، كما يوجد تأثير معنوي إيجابي مباشر لأبعاد القيادة الريادية على الاستدامة الاجتماعية بلغ (0.265 ، 0.151 ، 0.259 ، 0.320) على التوالي عند مستوى معنوية (0.020، 0.000 ، 0.007 ، 0.002) على التوالي ، في حين أظهرت النتائج أيضا وجود تأثير معنوي إيجابي مباشر لأبعاد القيادة الريادية على الاستدامة البيئية بلغ (0.121 ، 0.153 ، 0.260 ، 0.154) على التوالي عند مستوى معنوية (0.045، 0.032 ، 0.000 ، 0.004) على التوالي ، وأظهرت أيضا وجود تأثير معنوي إيجابي مباشر لأبعاد القيادة الريادية على الاستدامة البشرية بلغ (0.288 ، 0.333 ، 0.485 ، 0.178) على التوالي عند مستوى معنوية (0.006، 0.004 ، 0.000 ، 0.000) على التوالي.
- وجود اختلافات في التأثيرات الكلية والمباشرة لأبعاد القيادة الريادية في الاستدامة التنظيمية الأمر الذي يساهم في تفسير الفرض الرابع الذي يشير إلى دور القوة التنظيمية كمتغير وسيط في العلاقة بين القيادة الريادية وأبعادها والاستدامة التنظيمية وأبعادها، وجود تأثير معنوي إيجابي غير مباشر لأبعاد القيادة الريادية على الاستدامة الاقتصادية بلغ (0.211 ، 0.190 ، 0.348 ، 0.176) على التوالي عند مستوى معنوية (0.001، 0.002 ، 0.000 ، 0.050) على التوالي، كما يوجد تأثير معنوي إيجابي غير مباشر لأبعاد القيادة الريادية على الاستدامة الاجتماعية بلغ (0.208، 0.062 ، 0.533 ، 0.122) على التوالي عند مستوى معنوية (0.020، 0.000 ، 0.007 ، 0.002) على التوالي ، في حين أظهرت النتائج أيضا وجود تأثير معنوي إيجابي غير مباشر لأبعاد القيادة الريادية على الاستدامة البيئية بلغ (0.302 ، 0.415 ، 0.208 ، 0.129) على التوالي عند مستوى معنوية (0.045، 0.032 ، 0.000 ، 0.004)على التوالي ، وأظهرت أيضا وجود تأثير معنوي إيجابي غير مباشر لأبعاد

القيادة الريادية على الاستدامة البشرية بلغ (0.201 ، 0.210 ، 0.205 ، 0.119) على التوالي عند مستوى معنوية (0.006، 0.004 ، 0.000 ، 0.000) على التوالي.

- وجود تأثير كلي إيجابي معنوي لأبعاد القيادة الريادية على الاستدامة الاقتصادية في ظل وجود القوة التنظيمية كمتغير وسيط حيث بلغت قيمة التأثير الكلي (0.384 ، 0.455 ، 0.551 ، 0.581) على التوالي وهو نتيجة محصلة جمع التأثير المباشر والتأثير غير المباشر، كما يوجد تأثير كلي إيجابي معنوي لأبعاد القيادة الريادية على الاستدامة الاجتماعية في ظل وجود القوة التنظيمية كمتغير وسيط حيث بلغت قيمة التأثير الكلي (0.473 ، 0.213 ، 0.792 ، 0.442) على التوالي وهو نتيجة محصلة جمع التأثير المباشر والتأثير غير المباشر، إضافة إلى وجود تأثير كلي إيجابي معنوي لأبعاد القيادة الريادية على الاستدامة البيئية في ظل وجود القوة التنظيمية كمتغير وسيط حيث بلغت قيمة التأثير الكلي (0.423 ، 0.568 ، 0.468 ، 0.283) على التوالي وهو نتيجة محصلة جمع التأثير المباشر والتأثير غير المباشر، هذا إلى جانب وجود تأثير كلي إيجابي معنوي لأبعاد القيادة الريادية على الاستدامة البشرية في ظل وجود القوة التنظيمية كمتغير وسيط حيث بلغت قيمة التأثير الكلي (0.489 ، 0.543، 0.69 ، 0.297) على التوالي وهو نتيجة محصلة جمع التأثير المباشر والتأثير غير المباشر.

ومن خلال النتائج السابقة فيمكن قبول الفرض الرابع القائل "توجد علاقة تأثيرية غير مباشرة ذات دلالة إحصائية بين القيادة الريادية والاستدامة التنظيمية من خلال القوة التنظيمية كمتغير وسيط في الجامعات محل الدراسة".

ثامناً: النتائج العامة للبحث وتفسيرها

من خلال مراجعة وتحليل الادبيات المرتبطة بموضوع البحث ووفقاً لنتائج اختبار فروض البحث تم التوصل الى مجموعة من النتائج ، وضعت بناء عليها التوصيات المقترحة

١- تعد أساليب القيادة التقليدية غير مناسبة لتلبية احتياجات الجامعات المصرية في القرن الحادي والعشرين، لذا تزايد الاهتمام بضرورة التخلي عن القوالب النمطية التقليدية، والبحث عن طرق وأساليب جديدة، وتبنى الاتجاهات الإدارية الحديثة مثل القيادة الريادية، حيث تُسهم القيادة الريادية في تعزيز قدرة الجامعات على مواكبة التطورات بكافة أشكالها المعرفية، التكنولوجية

والاقتصادية والتكيف مع المتغيرات البيئية وعدم الانغلاق على الأساليب التقليدية مما يحسن من أدائها ويساعدها على استداماتها التنظيمية.

٢- الممارسات الريادية للقيادات الجامعية لها دور في تحسين مستوى تنافسية الجامعة مع الجامعات والمؤسسات المجتمعية الأخرى في تقديم الخدمات الريادية، كما تساهم الثقافة الريادية في تطوير أداء الموارد البشرية بالجامعات وتساعدهم في حل كثير من المشكلات التي تواجههم.

٣- أن القيادات الجامعية الذين يمارسون أبعاد القيادة الريادية الابداع، والمبادأة، وتحمل المخاطرة يتفوقون على غيرهم من القيادات ويمتلكون القدرة على بناء توجهات استراتيجية للجامعات التي ينتسبون إليها يتحقق من خلالها النجاحات المتتالية والوصول للتميز والتفرد في أعمالها وأنشطتها.

٤- الاتجاه العام لاستجابات مفردات العينة كانت اتجاهات إيجابية بشكل عام وقد اتضح ذلك من خلال المتوسط الحسابي للمتغير المستقل القيادة الريادية والذي بلغ (4.367) وبإنحراف معياري قدر بـ (0.782) مما يعكس توافر ممارسات القيادة الريادية في بيئة الأعمال، كلما زادت مستويات القيادة الريادية كلما ارتفعت الاستدامة التنظيمية ، وقد كانت ترتيب أهمية الأبعاد لذلك المتغير كما يلي المبادأة (الاستباقية) والرؤية الاستراتيجية والاستعداد لتحمل المخاطر والابداع.

٥- الاتجاه العام لاستجابات مفردات العينة كانت اتجاهات إيجابية بشكل عام وقد اتضح ذلك من خلال المتوسط الحسابي للمتغير الوسيط القوة التنظيمية والذي بلغ (4.372) وبإنحراف معياري قدر بـ (0.800) مما يعكس توافر القوة التنظيمية في بيئة الأعمال، كلما زادت مستويات القوة التنظيمية كلما ارتفعت الاستدامة التنظيمية ،وقد كانت ترتيب أهمية الأبعاد لذلك المتغير كما يلي قوة المكافأة وقوة الخبرة والقوة الرسمية (الشرعية) والقوة المرجعية (الكاريزماتية).

٦- الاتجاه العام لاستجابات مفردات العينة كانت اتجاهات إيجابية بشكل عام وقد اتضح ذلك من خلال المتوسط الحسابي للمتغير التابع الاستدامة التنظيمية والذي بلغ (4.000) وبإنحراف معياري قدر بـ (0.383) ،وقد كانت ترتيب أهمية الأبعاد لذلك المتغير كما يلي الاستدامة الاجتماعية والاستدامة الاقتصادية والاستدامة البيئية والاستدامة البشرية.

٧- قبول الفرض الأول حيث اظهرت نتائج الدراسة الى وجود علاقة تأثيرية معنوية بين ابعاد القيادة الريادية وأبعاد الاستدامة التنظيمية بشكل إجمالي بقيمة (0.815) وهذه العلاقة تأثيرية طردية ، وفي الواقع هذا يدل على أن للقيادة الريادية دوراً بارزاً فى دعم وتعزيز سلوكيات الاستدامة التنظيمية بالجامعات محل الدراسة ، كما ساهمت أبعاد القيادة الريادية الخاضعة للدراسة بنسبة (66,9%) وفقاً لمعامل التحديد R^2 فى النموذج في تفسير التباين في المتغير التابع ، بينما النسبة الباقية والتي تبلغ (33,1%) ترجع إلى عوامل أخرى لم يتضمنها النموذج ، وأن أكثر الابعاد تأثيرا في الاستدامة التنظيمية الرؤية الاستراتيجية ثم الابداع ثم المبادأة ثم الاستعداد لتحمل المخاطر، وتتفق تلك النتائج مع الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين القيادة الريادية والاستدامة التنظيمية أو بعض أبعادهما (Al-Janabi et al, 2024; Miidom, et al, 2021 ;Ukeme et al,2022 ; Yang & Guan, 2019)

وهو ما يعنى أن نتائج الدراسة تسير في نفس اتجاه الدراسات السابقة وربما يكون الاختلاف في درجة تأثير أبعاد القيادة الريادية على الاستدامة التنظيمية (معامل التحديد) وهو ما قد يرجع الى اختلاف بيئة ومجال التطبيق أو بعض المتغيرات الحاكمة في البحث.

٨- قبول الفرض الثاني حيث اظهرت نتائج الدراسة الى وجود علاقة تأثيرية معنوية بين ابعاد القيادة الريادية ، وأبعاد القوة التنظيمية بشكل إجمالي بقيمة (0.898) وهذه العلاقة تأثيرية طردية وفي الواقع هذا يدل على أنه كلما زادت ممارسات وتطبيقات الإدارة داخل الجامعات محل الدراسة بتطبيق القيادة الريادية كلما ساهم ذلك في زيادة معدلات القوة التنظيمية ، كما ساهمت أبعاد القيادة الريادية الخاضعة للدراسة بنسبة (70.2%) مما يدل على أن المتغير المستقل القيادة الريادية يساهم في التغير في القوة التنظيمية بنسبة كبيرة وفقاً لمعامل التحديد R^2 في النموذج في تفسير التباين في المتغير الوسيط ، بينما النسبة الباقية والتي تبلغ (29.8%) ترجع إلى عوامل أخرى لم يتضمنها النموذج، وأن أكثر الابعاد تأثيرا في مصادر القوة التنظيمية هو الابداع ثم الرؤية الاستراتيجية ثم المبادأة ثم الاستعداد لتحمل المخاطر، وتتفق تلك النتائج مع الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين القيادة الريادية والقوة التنظيمية أو بعض أبعادهما الطراونة، ٢٠١٩، لطفي،٢٠١٨ ، Kuratko, 2015

وهو ما يعنى أن نتائج الدراسة تسير في نفس اتجاه الدراسات السابقة وربما يكون الاختلاف في درجة تأثير أبعاد القيادة الريادية على القوة التنظيمية (معامل التحديد) وهو ما قد يرجع الى اختلاف بيئة ومجال التطبيق أو بعض المتغيرات الحاكمة في البحث.

٩- قبول الفرض الثالث حيث اظهرت نتائج الدراسة الى وجود علاقة تأثيرية معنوية بين ابعاد القوة التنظيمية ، وأبعاد الاستدامة التنظيمية بشكل إجمالي بقيمة (0.631) وهذه العلاقة تأثيرية طردية وفي الواقع هذا يدل أنه كلما زادت ممارسات وتطبيقات الإدارة داخل الجامعات محل الدراسة بتطبيق القوة التنظيمية كلما ساهم ذلك في زيادة معدلات تحقيقها للاستدامة التنظيمية ، كما ساهمت أبعاد القوة التنظيمية الخاضعة للدراسة بنسبة (59,3%) مما يدل على أن المتغير الوسيط القوة التنظيمية يساهم في التغير في الاستدامة التنظيمية بنسبة كبيرة وفقاً لمعامل التحديد R^2 في النموذج في تفسير التباين في المتغير التابع، بينما النسبة الباقية والتي تبلغ (40.7%) ترجع إلى عوامل أخرى لم يتضمنها النموذج، وأن أكثر الابعاد تأثيرا في سلوكيات الاستدامة التنظيمية قوة المكافأة ثم قوة الخبرة ثم القوة المرجعية (الكاريزماتية) ثم القوة الشرعية (الرسمية) ، وتتفق تلك النتائج مع الدراسات السابقة التي تناولت العلاقة بين القيادة الريادية والقوة التنظيمية أو بعض أبعادهما (عطا وآخرون ،٢٠٢٢) ، وهو ما يعنى أن نتائج الدراسة تسير في نفس اتجاه الدراسات السابقة وربما يكون الاختلاف في درجة تأثير أبعاد القيادة الريادية على القوة التنظيمية (معامل التحديد) وهو ما قد يرجع الى اختلاف بيئة ومجال التطبيق أو بعض المتغيرات الحاكمة في البحث.

١٠- قبول الفرض الرابع للبحث، حيث تبين أن القوة التنظيمية تتوسط كلياً العلاقة التأثيرية بين أبعاد القيادة الريادية والاستدامة التنظيمية، وتبين وجود تأثير كلي إيجابي معنوي لأبعاد القيادة الريادية على الاستدامة الاقتصادية في ظل وجود القوة التنظيمية كمتغير وسيط

تاسعاً: توصيات البحث:

في ضوء النتائج التي توصل إليها البحث الحالي، ومن خلال الاطلاع على نتائج عديد من الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع البحث، وما قُدم من اقتراحات في ذلك الصدد، يمكن تقديم بعض التوصيات يمكن الآخذ بها في الجامعات محل الدراسة والجامعات المماثلة لها ، وذلك كما موضح فى الجدول رقم (١٥):

مجال التوصية	مضمون التوصية	متطلبات التنفيذ	جهة التنفيذ	الاطار الزمنى
القيادة الريادية	تعزيز الوعي بأهمية تطبيق القيادة الريادية في الجامعات الخاصة المصرية، حيث تساهم هذه القيادة في رفع مستوى إنتاجية الجامعات وتحسين صورتها وسمعتها الأكاديمية والبحثية والاجتماعية.	١. تضمين الخطط الاستراتيجية للجامعة والكليات والوحدات أفكارًا ورؤى ريادية مع تخصيص ميزانية لتنفيذها. ٢. تنظيم ندوات وورش عمل وبرامج تدريب مستمرة تهدف إلى تعزيز مهارات القيادة الريادية وتعزيز الإبداع لتحقيق الاستدامة في الجامعات. ٣. تحديد الوصف الوظيفي للأكاديميين مع التركيز على مجالات التعليم والبحث وخدمة المجتمع، بالإضافة إلى أبعاد وممارسات القيادة الريادية. ٤. تعزيز شعار الريادة بأساليب مبتكرة تركز على الإبداع والتنافسية. ٥. الاستفادة من تجارب جامعات ريادية ناجحة ، مثل جامعة فرجينيا، جامعة بنسلفانيا، وجامعة الملك سعود. ٦. تحسين المخرجات الأكاديمية والبحثية لضمان تنافسية الجامعة على المستويات المحلية والدولية.	القيادات الجامعية بالادارة العليا، إدارة الموراد البشرية ، وحدة التدريب والتطوير	خلال عام ٢٠٢٥ وبشكل دورى
	ترسيخ ونشر الثقافة الريادية بين جميع أعضاء المجتمع الجامعي وربطها بالأهداف الاستراتيجية للجامعات المصرية	١- تعزيز الوعي بممارسات القيادة الريادية من خلال الملصقات والندوات والمؤتمرات، وتوفير محتوى متنوع سواء مطبوع أو إلكتروني. ٢- اعتماد منهجية علمية لتقييم وتحسين أداء الأكاديميين من خلال ممارسات القيادة الريادية. ٣- تشجيع تبادل الخبرات بين الأكاديميين عبر المناقشات العلمية والزيارات المكتبية والعمل الجماعي. ٤- تطبيق نظام تحفيزي يتضمن حوافز مادية ومعنوية لتحسين الأداء وزيادة الإنتاج. ٥- تنفيذ برنامج تأهيلي لتطوير الأكاديميين من مستوى مدرس إلى أستاذ دكتور، مع تحديد المهارات والمعارف المطلوبة.	القيادات الجامعية بالادارة العليا، إدارة الموراد البشرية ، وحدة التدريب والتطوير	خلال عام ٢٠٢٥ وبشكل دورى
	التزام ودعم القيادات الجامعية للتغلب على مقاومة التغيير وضمان نجاح تطبيق القيادة الريادية بالجامعات المصرية ومن ثم تحقيق الاستدامة لهذه الجامعات	١- اختيار القيادات الجامعية التى تتميز بالقدرة على الإبداع والابتكار. ٢- ضرورة منح القيادات الجامعية الحرية في إدارة الأعمال الجامعية لتعزيز مهاراتهم في حل المشكلات واتخاذ القرارات. ٣- استقطاب واختيار القيادات الجامعية وفقًا لسمات القائد الريادي، مثل امتلاك رؤية مستقبلية والقدرة على اكتشاف الفرص واستثمارها.	القيادات الجامعية بالادارة العليا، إدارة الموراد البشرية	خلال عام ٢٠٢٥ وبشكل دورى
	تهيئة بيئة محفزة وداعمة للإبداع والابتكار في وظائف الجامعة الثلاث (التدريس، والبحث العلمي وخدمة المجتمع)	١- تبني هيكل تنظيمي مرن في الجامعات المصرية لتعزيز ريادتها وتحسين الاتصال. ٢- ضرورة توفير قنوات وآليات لدعم الأنشطة الريادية، مثل حاضنات الأعمال وبيوت الخبرة وحدائق العلوم والتكنولوجيا، وصناديق الاستثمار الجامعية، ومراكز ريادة الأعمال. ٣- تشجيع تفويض الصلاحيات بالقدر الذي يحقق نوعا من الاستقلالية والمرونة في التنفيذ؛ لأنه أكثر قدرة وسرعة في توليد الأفكار الابتكارية وأكثر قابلية لتنمية العمليات الإبداعية	القيادات الجامعية بالادارة العليا، إدارة الموراد البشرية	خلال عام ٢٠٢٥ وبشكل دورى
	دعم أنشطة البحث والتطوير من أجل تحقيق الاستدامة للجامعات	- تخصيص ميزانية إضافية للإنفاق على البحوث العلمية اللازمة لخدمة المجتمع. ٢- توفير قنوات اتصال جديدة بين الجامعات ومراكز البحث العلمي خاصة في مجال إنشاء حاضنات تكنولوجية . ٣- عقد شراكات استراتيجية مع المراكز البحثية والجامعات الرائدة وتعزيزها لدعم أنشطة البحث العلمي من أجل بحث سبل تطوير وتحسن أداء الجامعات واستدامتها	الإدراه المالية ، وحدة التدريب والتطوير	خلال عام ٢٠٢٥ وبشكل دورى

جدول رقم (١٥): الخطة التنفيذية لتوصيات البحث

مجال التوصية	مضمون التوصية	متطلبات التنفيذ	جهة التنفيذ	الاطار الزمنى
القوة التنظيمية	الاهتمام بمصادر القوة التنظيمية بشكل فعال بوصفها عاملا مؤثرا في دعم الاستدامة التنظيمية	١- وضع تصور مستقبلي واضح لاستثمار قوة الجامعة والفرص المتاحة بالمجتمع للتغلب على الآثار السلبية المترتبة عن نقاط الضعف الجامعية والتهديدات المجتمعية المتوقعة ووضع استراتيجات للتقليل منها ومنع حدوثها في المستقبل. ٢- الاهتمام بالقوة التنظيمية للقيادة بوصفها عاملاً موثراً في تحقيق الاستدامة التنظيمية، وتزويد القادة بالمعارف الحديثة المتعلقة بمصادر القوة التنظيمية. ٣- تقييم الهيكلية الإدارية واتباع اللامركزية لتمكين المشاركة في صنع التغيير. ٤- دعم مفهوم قوة المشاركة لا القوة الإجبارية ، وذلك من خلال برامج تدريبية وورش عمل ولقاءات مع أعضاء هيئة التدريس. ٥- حشد الجهود أتجاه إستثمار القوة التنظيمية في الجامعة لما يوفره من دعم حقيقي لتعزيز التنمية المستدامة	القيادات الجامعية بالادارة العليا	بصفة دائمة ومستمرة
	ضرورة تنمية مفهوم القوة الرسمية "الشرعية"	١- أهمية استكمال الأنظمة والتشريعات اللازمة لتمكين القادة من إصدار الأوامر وتوجيه المرؤوسين. ٢- تنظيم ندوات وورش عمل للقيادة الجامعية لتعزيز فهمهم لمفاهيم القوة الرسمية وكيفية استخدامها بشكل فعال ٣- عدم التوسع في استخدام القوة الرسمية ، وذلك لأن الاعتماد عليها قد يؤدي إلي إنخفاض مستوي الالتزام التنظيمي ومن ثم إنخفاض الولاء والإنتماء.	القيادات الجامعية بالادارة العليا ، إدارة التدريب والتطوير	بصفة دائمة ومستمرة
	زيادة الاهتمام بقوة المكافآت وتطوير نظم الحوافز والمكافآت بما يتلاءم مع احتياجات ورغبات أعضاء هيئة التدريس.	١- أن يكون مستوى الذكاء العاطفي احد شروط المفاضلة ومتطلبات الترقية إلى الوظائف القيادية العليا. ٢- تقديم المكافآت بأنواعها لأعضاء هيئة التدريس المتميزين من أجل تشجيعهم على توليد أفكار جديدة ومواكبة التطوير والتغيير. ٣- تفويض الصلاحيات رؤساء الأقسام التي تمكنهم من مكافأة المبدعين.	القيادات الجامعية بالادارة العليا ، الإدارة المالية	بصفة دائمة ومستمرة
	زيادة الاهتمام بقوة الخبرة	١- توافر الخبرة والميزات الشخصية الكاريزمية لدى القادة، ويشدد على ضرورة اعتماد معايير علمية واضحة في اختيارهم وترقيتهم وتدريبهم. ٢- تدوير القادة في وظائف متنوعة لاكتساب خبرات جديدة، بالإضافة إلى إشراكهم في لجان ومجموعات عمل تتسم بالتحدي. ٣- أهمية استقطاب الكفاءات والحفاظ عليها كمصدر قوة تنظيمية للجامعة	القيادات الجامعية بالادارة العليا ، إدارة التدريب والتطوير	بصفة دائمة ومستمرة
	العمل على زيادة الاهتمام بالقوة المرجعية.	١- تعزيز قيم الاحترام والتقدير داخل الجامعات لدورها في توليد قوة المرجعية للقادة. ٢- نشر ثقافة العمل المؤسسي القائم علي العمل الجماعي وفرق العمل لا علي العمل الفردي. ٣- اختيار القيادات الإدارية وفق معايير فنية وإدارية وأخلاقية ٥- تطوير هذه القيادات من خلال دورات تدريبية لزيادة كفاءتها وفعاليتها	القيادات الجامعية بالادارة العليا ، إدارة التدريب والتطوير	بصفة دائمة ومستمرة

الاستدامة التنظيمية	الاهتمام بتنفيذ ممارسات ومرتكزات الاستدامة التنظيمية (الاستدامة الاقتصادية، الاستدامة الاجتماعية ، الاستدامة البيئية ، الاستدامة البشرية)	١- الاهتمام بالتحسين المستمر للممارسات التنظيمية بالجامعة، وذلك من خلال إعادة النظر في الأهداف والخطط الموضوعة ومحاولة تحسينها بصورة مبتكرة تواكب احتياجات المستفيدين من الطلاب وأفراد المجتمع. ٢- ضمان تحقيق توازن بين التكاليف والدخل في الإنتاج والمخرجات لتحقيق الاستدامة الاقتصادية التنظيمية في الجامعات. ٣- عقد ندوات وورش عمل مكثفة، مما يتيح لأعضاء هيئة التدريس في الجامعات فرصة لتطوير مهاراتهم. كما ينبغي الاستعانة بالخبراء المتخصصين لإقامة ندوات توعية تهدف إلى الحفاظ على البيئة والموارد المتاحة في ظل أزمة التغير المناخي. ٤- تقديم البرامج التدريبية الداعمة لكافة ممارسات الاستدامة التنظيمية لأعضاء هيئة التدريس وتنفيذها من خلال خبراء متخصصين بهدف دعم أبعاد الاستدامة البيئية والاقتصادية والاجتماعية لكي يحصلوا على خبرات عملية لمساعدتهم على تطوير اقرانهم للعمل من خلال تشكيل فرق العمل. ٥- تحسين البنية التحتية لدعم سُبل تحقيق استدامة الجامعات، ويمكن ذلك من خلال توافر هياكل تنظيمية مرنة تواكب الظروف الطارئة في بيئات الأعمال المختلفة. ٦- تزويد اعضاء هيئة التدريس بعامل الأمن الوظيفي الذي يزيد من رضاهم عن الجامعة وبالتالي يقلل من معدل الدوران. ٧- دعم وتشجيع عمليات الإبداع والابتكار البيئي على كافة محاور العمل والإنتاج داخل وخارج المؤسسة بهدف تعزيز الاستدامة التنظيمية بأبعادها البيئية والاقتصادية والاجتماعية. ٨- تطوير الهياكل التنظيمية من خلال تشجيع وتقديم حوافز النقدية والمعنوية للموظفين لتطوير العمل بطرق مختصرة ومبسطة بما يتوافق مع تنمية المستقبلية. ٩- وضع خطه لجودة بيئة استراتيجية تستند على الاستدامة البيئية للحفاظ على قدرات الأجيال المستقبلية. ١٠- دعم وتشجيع عمليات الإبداع والابتكار البيئي على كافة محاور العمل والإنتاج داخل وخارج الجامعة بهدف تعزيز الاستدامة التنظيمية بأبعادها البيئية والاقتصادية والاجتماعية. ١١- زيادة الاهتمام وبشكل كبير بتنمية وتطوير الموارد البشرية من خلال الاتصال والتدريب بما يحقق أهدافها الاستراتيجية.	القيادات الجامعية بالادارة العليا ، إدارة الموارد البشرية ، إدارة الازمات ، إدارة الجودة ، والإدارة المالية ، وحدة التدريب والتطوير	بصفة دائمة ومستمرة

عاشرا: المحددات والمقترحات لبحوث مستقبلية:

اهتمت الدراسة الحالية بالكشف عن دور القوة التنظيمية في تحديد العلاقة التأثيرية بين القيادة الريادية والاستدامة التنظيمية وذلك وفقا لمجموعة من المحددات، ومن ثم أقترح إجراء بعض البحوث المستقبلية المتعلقة بموضوع هذا البحث، وذلك على النحو التالي:

- تمثلت الحدود الموضوعية لهذا البحث في تناول القيادة الريادية(كمتغير مستقل)،القوة التنظيمية (كمتغير وسيط)،والاستدامة التنظيمية (كمتغير تابع)، وذلك من خلال مجموعة من الأبعاد لقياس تلك المتغيرات، ومن ثم يمكن إجراء المزيد من البحوث في هذا المجال مثل إدخال مجموعة من

المتغيرات الرقابية في العلاقة بينهما مثل المتغيرات الديموغرافية وكذلك تناول تأثير القيادة الريادية على مجموعة من المتغيرات الأخرى مثل الثقة التنظيمية،، إدارة المواهب ، التماثل التنظيمي الاستغراق الوظيفي، الاستقامة التنظيمية، النجاح الاستراتيجي، التميز المؤسسي.

– اجراء الدراسة من خلال توسيط متغيرات اخرى كالعداله التنظيمية ، الولاء التنظيمى ، التميز التنظيمى ، نظم العمل عالية الأداء، الذكاء الاستراتيجي

– كما اقتصرت الدراسة الحالية على اعضاء هيئة التدريس بالجامعات الخاصة، ومن ثم يقترح الباحث اختبار العلاقة بين متغيرات البحث في قطاعات خدمية أخرى مثل الصحة، البنوك، الاتصالات، الهيئات الحكومية، البترول، هيئة البريد، وكذلك القطاعات الصناعية المختلفة مثل شركات صناعة الأدوية، الصناعات الغذائية، صناعة الأجهزة المنزلية.

(قائمة المراجع)

أولاً: المراجع العربية:

إدريس، ثابت عبد الرحمن (٢٠١٦)، بحوث التسويق :أساليب القياس تحليل البيانات واختبار الفروض، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة.

الأسمري، شروق بنت عبد الخالق والقرني، علي بن حسن (٢٠٢١) مصادر القوة التنظيمية السائدة لدى القيادات الأكاديمية بجامعة تبوك وعلاقتها بالإبداع المؤسسي من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس. العراق، جامعة بغداد، مجلة كلية التربية للبنات، ٣٢(٢).

الراوي ، ماجد حسين (٢٠٢٠)، دور القيادة الريادية في تعزيز القوة التنظيمية من خلال رأس المال البشري – دراسة في المنظمات الخدمية ، المجلة العراقية للعلوم الإدارية.

الرميدي، بسام سمير(٢٠١٩)، الدور الوسيط للتماثل التنظيمي في العلاقة بين القوة التنظيمية والسمعة التنظيمية :دراسة تطبيقية علي شركات السياحة المصرية، مجلة الباحث الاقتصادي، المجلد٧ ،العدد ١١ .

الزبيدي، سحر(٢٠١٧) ، القوة التنظيمية ودورها في تحقيق التوافق المهني لدى عينة من مدراء ومسؤولي الأقسام والشعب في كليات جامعة القادسية مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية، مجلد ١٤، العدد ٣.

الزغبى، أحمد محمود (٢٠٢٠) ، أثر القيادة الريادية على الاستدامة التنظيمية في منظمات الأعمال الأردنية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال ، مجلد ١٩ ، العدد ١.

السعيد، محمد عبد الله(٢٠٢٠) ، القيادة الريادية كمدخل لتعزيز الاستدامة التنظيمية ، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة ، المجدلد ٥٠ ، العدد ٤ ، كلية التجارة – جامعة عين شمس

السليم، سماهر ،محمد (٢٠٢٢) دراسة لابعاد القوة التنظيمية لدى مديريات المدارس الثانوية الحكومية في محافظة عنيزة ، مجلة البحوث التربوية والنفسية والاجتماعية، مج (٤) ، ع (١٩٣)، كلية التربية، جامعة الازهر.

السنوار ، عبير توفيق (٢٠١٨) علاقة القوة التنظيمية بالإبداع الإداري : دراسة ميدانية على مديري المدارس الحكومية في المحافظات الجنوبية في فلسطين رسالة ماجستير، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، جامعة الأزهر، فلسطين.

الطائي، عبد الحسين حسن (٢٠١٩) ، أثر أبعاد القيادة الريادية في تحقيق الاستدامة التنظيمية – دراسة ميدانية في الجامعات العراقية ، مجلة تنمية الرافدين – جامعة الموصل.

الطراونة، دعاء قتيبة أحمد (٢٠١٩) القيادة الريادية وأثرها على بناء القدرات التنظيمية: دراسة ميدانية في الجامعات الأردنية الرسمية في محافظات الجنوب، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة مؤتة، الأردن.

الطراونه، ردينا حماد أحمد(٢٠٢٢)، درجة توافر متطمبات التطوير التنظيمي في الجامعات الأردنية الخاصة من وجية نظر أعضاء بيئة التدريس(رسالة ماجستير)،جامعة الشرق الأوسط،الأردن.

العريفي، حصة (٢٠٢٣)، استراتيجية مقترحة لتطوير أداء القيادات بكليات المجتمع في ضوء مدخل القيادة الريادية ، كلية التربية (الأزهر) ، مجلة علمية محكمة للبحوث التربوية والنفسية والاجتماعية ، ٤٢(١٩٧).

العزايزي، خالدية مصطفى عطا عبد الرزاق ؛ مروان صباح حسن؛ شيماء عادل فاضل (٢٠٢٢) ، القوة التنظيمية وتأثيرها في تعزيز التنمية المستدامة: دراسة ميدانية للقيادات الإدارية في جامعة كركوك، مجلة القرطاس للعلوم الاقتصادية و التجارية. مج. ٢، ع.٢

القحطاني ، سالم سعيد (٢٠١٥)، القيادة الريادية وتطبيقاتها في الجامعات مجلة الإدارة العامة، المحلد (٥٥) العدد (٣)، معهد الإدارة العامة،السعودية.

الكعبي، عادل فاضل (٢٠٢١) ، أثر القيادة الريادية في بناء القوة التنظيمية – دراسة ميدانية في شركات الاتصالات العراقية ، جامعة بغداد – كلية الإدارة والاقتصاد.

المصري، مروان وليد (٢٠٢٢) ، القيادة الريادية وعلاقتها بالقوة التنظيمية في عصر التحول الرقمي :دراسة ميدانية في الأقسام الأكاديمية بجامعة الأقصى ، جامعة القدس المفتوحة – غزة – فلسطين

http://doi.org/10.47641/LSEDTC2022.23

المنطاوي، إيمان صلاح (٢٠١٩)، نموذج مقترح للقوة التنظيمية في المنظمات الصحية: دراسة تطبيقية علي المراكز الطبية المتخصصة بجامعة المنصورة ، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية التجارة، جامعة طنطا

حامد، عادل إمام ; على، أيمن حسن (٢٠٢٣)،" دور القوة التنظيمية للمدير في تحقيق التميز المؤسسى بالتطبيق على شركات البتروكيماويات بمحافظة الأسكندرية ، المجلة العلمية للبحوث التجارية ، العدد الأول ، يناير ، كلية التجارة– جامعة المنوفية.

سليمان، حنان حسن(٢٠٢٠)، تصور مقترح لتطوير إدارة التعليم العام المصري في ضوء بعض متطلبات الاستدامة التنظيمية، مجلة العلوم التربوية، ١(١)

طه، منى حسنين (٢٠٢٠) . دور القوة التنظيمية كمتغير وسيط في العلاقة بين القيادة الريادية وجودة الحياة الوظيفية: دراسة تطبيقية. مصر، جامعة مدينة السادات، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، ٨(٢).

عثمان، عثمان (٢٠١٧) الدور الوسيط للقوة التنظيمية في العلاقة بين تفويض الإداري، رسالة ماجستير، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.

عمرو، مرفت وليد يوسف (٢٠٢١) ، مدى توافر سمات القيادة الريادية لدى المشرفين التربويين في مديريات التربية والتعليم في محافظة الخليل من وجهة نظر المعلمين، رسالة ماجستير غير منشورة في الادارة التعليمية، جامعة الخليل، فلسطين.

عيد، ايمن عادل ،(٢٠٢٠) دور القوة التنظيمية فى إحداث التغيير التنظيمي: دراسة ميدانية على المنشات الفندقية، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والادارية، مج (٢) ، ع (١) كلية التجارة، جامعة مدينة السادات.

قادر، سؤزة محمد (٢٠٢٠) دور مصادر القوة التنظيمية في الحد من ظاهرة الصمت التنظيمي لدى الموظفين في شركة، كورك تيلكوم للاتصالات في محافظة السليمانية، مجلة لاى زانست العلمية، الجامعة اللبنانية الفرنسية، المجلد ، العدد ٣.

مكي، بسام (٢٠٢١)، الإدارة التربوية والمواهب العلمية :مقاربة لبناء نموذج بيئة جامعية مستدامة للابداع والابتكار :دراسة حالة الجامعة اللبنانية كلية الهندسة ، إطروحة دكتوراه منشورة، الجامعة اللبنانية المعهد العالي للدكتوراه في الآداب والعلوم الإنسانية الإجتماعية، لبنان ، تم استرجاعه من search.shamaa.org

ثانياً: المراجع الأجنبية:

Ahmad, N& Scholz, M., et al.(2021), Entrepreneurial Leadership and Organizational Sustainability: Mediating Role of Innovation Capability, Journal**:** Sustainability.

Ahmadi, H. B., Kusi-Sarpong, S., & Rezaei, J. (2017a). Assessing the social sustainability of supply chains using Best Worst Method. Resource Conservation & Recycling, 126, 99-106.

Al Khajeh, E. H. (2018), Impact of Leadership Styles on Organizational Sustainability, journal of Entrepreneurship & Organization Management, Vol.7, Issue2

Alaa Muhsin Khafeef, (2022), The Influence Of Organizational Power On The Achievement Of Entrepreneurship For Bussiness Organizational An Analytical Study Of The Views Of A Sample Of Mangers A In The Iraqi Ministry Journal Of Economics And Administrative Science Vol 23, No 131,Pp 59-82.

Alexandr, Alamo; Carlos, Antonio (2018). Organizational Sustainability Practices: A Study of the Firms Listed by the Corporate Sustainability Index,Sustainability Journal, Vol.10, No.226, pp.1-10.

Al-Fadhli, H. (2019),Organizational Power and Sustainability: Strategic Integration for Long-Term Performance, International Journal of Organizational Analysis, Emerald Publishing, //https://www.emerald.com/insight.

Al-Janabi Akram Salim Hasan ; Sahraa Anwer Hussein ; Hussam Ali Mhaibes ; Hakeem Hammood Flayyih ;" The Role of Entrepreneurial Leadership Strategy in Promoting Organizational Sustainability:A Descriptive and Analytical Study, Corporate & Business Strategy Review / Volume 5, Issue 3, 2024

Alrowwad, A., & Abualoush, S. (2020), The Impact of Organizational Power on Institutional Sustainability: Evidence from Nonprofit Organizations, Journal of Management and Sustainability, Vol. 10, No. 2 ,Canadian Center of Science and Education, https://doi.org/10.5539/jms.v10n2p36

AlSarrah, M., Ajmal, M., and Mertzanis,C.(2020), Identification of sustainability indicators in the civil aviation sector in Dubai: stakeholders perspective, Social Responsibility Journal,ahead-of-print (ahead-of-print), Issue April, doi: 10.1108/srj-06-2019-0203.

Amey, M. J., & Eddy, P. L. (2023). Creating strategic partnerships: A guide for educational institutions and their partners. Taylor & Francis.

Arham, A. (2014). The relationship between leadership behaviour, entrepreneurial orientation and organisational performance in Malaysian small and medium enterprises.

Attah, N. V. (2010). Environmental sustainability and sustainable growth: A global outlook.

Bagheri, A. (2017). The impact of entrepreneurial leadership on innovation work behavior and opportunity recognition in high-technology SMEs.The Journal of High Technology Management Research, 6(3), 2-8.

Bagheri, A., & Harrison, C. (2020). Entrepreneurial leadership measurement: a multi-dimensional construct. Journal of Small Business and Enterprise Development.

Dyllick, T & Hockerts, K. (2002), Beyond the business case for corporate sustainability, Business strategy and the environment, 11(2), 130-141. http://dx.doi.org/10.1002/bse.323

Fischer, T., Dietz, J., & Antonakis, J. (2016). Leadership process models: A review and synthesis. Journal of Management, 0149206316682830

Griffin, Ricky W & Moorhead, Gregory, (2014)," Organizational Behavior: Managing People and Organizations", 11thed, south western, Canada.

Gunawan, A. S., (2022), Do Demographic Variables Make a Difference in Entrepreneurial Leadership Style? Case Study Amongst Micro and Small in Creative Economy Entrepreneurs in Jakarta, Indonesia, International Journal of Asian Business and Information Management, 3 (2) , 1-6 .

Gupta, V., MacMillan, I. C., & Surie, G. (2004). Entrepreneurial leadership: developing and measuring a cross-cultural construct, Journal of business venturing, 19(2.

Gupta, V., MacMillan, I. C., & Surie, G. (2018). Entrepreneurial leadership and Organizational Power: Building, Journal of Business Venturing,15(1)

Hansmann, R., Mieg, H. A., & Frischknecht, P. (2012). Principal sustainability components: Empirical analysis of synergies between the three pillars of sustainability. International Journal of Sustainable Development & World Ecology, 19(5), 451–459. https://doi.org/10.1080/13504509.2012.696220

Imran, R., Ezzeldin, R., (2020),Entrepreneurial leadership: a missing link between perceived organizational support and organizational performance, World Journal of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development, 16 (4) , 377-388.

Indawati,N,Fazlurrahman,Hujjatullah,Kautsar,Achmad,Zainur,Rahman, 2018, " Food Industry Performance: Entrepreneurial Leadership and Human Capital Perspective" , International Journal of Mechanical Engineering and Technology(IJMET),V.9,Issue 6.

Jagdale, D., & Bhola, S. S. (2014). Entrepreneurial leadership and organizational performance with reference to rural small-scale engineering industry in Pune district. Golden Research Thoughts, 4.

Jundulloh, Rifki & Nasution, Yasmine (2024), the Influence of Entrepreneurial Leadership, Entrepreneurship Competence on Sustainable Organizational Performance: The Mediation Role of Innovation Capability in MSME, TIFBR, Vol. 18 No. 2.

Karam, A.A., Kitana, A.F., (2020), An Exploratory Study to Identify the Impact of Leadership Styles on Achieving Institutional Excellence in the Public Sector: UnitedArab Emirates, International Journal of Business and Management, 15 (6), 16-31.

Kilintzis, P., Samara, E., Carayannis, E. G., & Bakouros, Y. (2020). Business model innovation in Greece: Its effect on organizational sustainability. Journal of the Knowledge Economy, 11(3), 949-967.

Krume Nikoloski (2015), Charismatic leadership and power: using the power of charisma for better leadership in the enterprises), International Journal of Process Management – New Technologies vol. 3, no.2, 2015, Faculty Of Economics STIP, Republic of Macedonia, p21.

Lozano, Rodrigo ;(2015);" A Holistic Perspective on Corporate Sustainability Drivers"; Corp. Soc. Responsib. Environ. Mgmt. 22, pp32–44.

Machado, C. G., de Lima, E. P., da Costa, S. G., Angelis, J. J., & Mattioda, R. A. (2015). A maturity framework for sustainable 220 operations management. In 23rd International Conference on Production Research (ICPR 2015).

Miidom, Dumbor Frank; Okoro, Michael Chiedozie; Lelei, Ebidiseghabofa Justin," Entrepreneurial Leadership and Organizational Sustainability in Manufacturing Companies in Nigeria (Social Sustainability

Perspective), International Journal of Advanced Academic Research | ISSN: 2488-9849 Vol. 7, Issue 7, Series 3 (July, 2021) | www.ijaar.org.

Mubarak, E. (2014). Leadership behaviors and its effects on employees' happiness. International Journal of Scientific & Engineering Research, 5(10), 622.

Nguyen, P.V., Huynh, H.T.N., Lam,L.N.H., Le, T.B & Nguyen, N.H.X., (2021), The impact of entrepreneurial leadership on SMEs' performance the mediating effects of organizational factors, Heliyon, 7, 1-13.

Paek, B., & Heesang, L.; "Strategic Entrepreneurship and Competitive Advantage of Established Firms": Evidence from the Digital TV Industry, Int Entrep Manag J, LLC, 2017, p. 4.

Pihie, Z. A. L., Asuimiran, S., & Bagheri, A. (2014). Entrepreneurial leadership practices and school innovativeness. South African Journal of Education.

Rahimi, H., Kavosi, Z., Shojaei, P., & Kharazmi, E. (2017). Key performance indicators in hospital based on balanced scorecard model. Journal of Health Management & Informatics, 4(1), 17-24.

Rahimi, H., Kavosi, Z., Shojaei, P., & Kharazmi, E. (2017). Key performance indicators in hospital based on balanced scorecard model. Journal of Health Management & Informatics, 4(1), 17-24.

Robbins, S. P. and T. A. Judge, (2017), Organizational Behavior, Italy, 17th Ed, Pearson Education Limited, Italy.

Ronald A., Fostering Innovation in Higher Education through Entrepreneurial Leadership, Systems Computer Science and Informatics, Vol.13, No.6, 2015.

Ruhl, J. B. (2020). Beyond Green Infrastructure-Integrating the Ecosystem Services Framework into Urban Planning Law and Policy. JCULP, 4, 218.

Sawaean, F.A.A & Ali, K.A.M., (2020), the mediation effect of TQM practices on the relationship between entrepreneurial leadership and organizational performance of SMEs in Kuwait, Management Science Letters, 10, 789–800.

Schermerhorn, J., Hunt, J. &Osborn, R. (2000). "Organizational Behavior". John Wiley.

Tallberg، Jonas، (2007)، "Bargaining power in the European Council"، paper presented at the Tenth Biennial USA conference، Montreal، May 17-19.

Tien N. & Tyasari I., Sustainable Development of Higher Education: A Case of Business Universities in Vietnam, Journal of Hunan University (Natural Sciences), Vol. 47, No.12, Dec 2020.

Tiffany Strom (2020), Authentic Leadership & Relational Power Increasing Employee Performance: As Systematic Review of "Leadership & Power" As A Positive Dyadic Relationship, Journal Of Small Business Strategy, Vol 30, No.3

Turan, F. K. and Cetinkaya, S. (2021). The role of aesthetics and art in organizational sustainability: A conceptual model and exploratory study in higher education, Sustainable Development, Vol.30, Issue 1 , pp. 83-95.

Van Kleef, G. A., Homan, A. C., Beersma, B., & van Knippenberg, D. (2010). On angry leaders and agreeable followers: How leaders' emotions and followers' personalities shape motivation and team performance. Psychological Science, 21(12), 1827-1834

Visser, V. A., van Knippenberg, D., Van Kleef, G. A., & Wisse, B. (2013). How leader displays of happiness and sadness influence follower performance: Emotional contagion and creative versus analytical performance. The Leadership Quarterly, 24(1), 172-188.

Wales, Terry (2013). Organizational Sustainability: What Is It,And Why Does It Matter? Review of Enterprise and Management Studies.Vol.1, No.1, pp.38-49.

Widyani, A., Landra, N., Sudja, N., Ximenes, M., & Sarmawa, I., (2020), The role of ethical behavior and entrepreneurial leadership to improve organizational performance. Cogent Business & Management, 7(1),1-10.

Yusof, M., & Jain, K. K. (2012).Entrepreneurial Leadership and Academic Entrepreneurship in Malaysian Public Research Universities ,Bhavan's International Journal of Business,Vol.5,No.2.

أثر الإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف على العلاقة بين جودة المراجعة المدركة والقيمة السوقية للأسهم في الشركات المقيدة بالبورصة المصرية – دراسة تطبيقية

د. وليد أحمد محمد علي*

(*) **د.وليد احمد محمد على :** أستاذ المحاسبة والمراجعة المساعد كلية تكنولوجيا الإدارة ونظم المعلومات جامعة بورسعيد.

Email : dr.walid79@gmail.com

الملخص

الهدف: قياس أثر الإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف على العلاقة بين جودة المراجعة المدركة والقيمة السوقية للأسهم في الشركات المقيدة بالبورصة المصرية.

التصميم والمنهجية : اعتمد الباحث على أسلوب تحليل المحتوى في فحص التقارير المالية لعينة مكونة من (٨٢) شركة من الشركات المقيدة بالبورصة المصرية خلال الفترة من (**٢٠١٩-٢٠٢٣**)، وقد بلغت مشاهدات العينة (**٣٥٢**) مشاهدة بغرض اختبار فروض البحث، وقد تم استخدام بعض الأساليب الاحصائية المناسبة وتطبيقها من خلال برنامج (**Spss**) V.24 في تحليل النتائج واختبار الفروض.

النتائج والتوصيات: أشارت النتائج إلى وجود تأثير معنوي ذات دلالة إحصائية للإفصاح عن مخاطر التغيرات في أسعار الصرف على العلاقة بين جودة المراجعة المدركة والقيمة السوقية للأسهم، كما أوصى الباحث بأنه يتعين على مدراء ومسئولي المنشآت إعداد الرؤى الإستراتيجية لمواجهة مخاطر تقلبات أسعار الصرف، حتى لا يؤدي إغفال التعامل مع تلك المخاطر إلى حدوث خسائر مباشرة وغير مباشرة، بالإضافة إلى ضرورة التركيز على العوامل التي تفعل جودة المراجعة المدركة وذلك لضمان جودة التقارير المالية وترشيد قرارات المستثمرين، لما لها من تأثير على القيمة السوقية لأسهم الشركة.

الأصالة والإضافة العلمية: يُعد البحث من أوائل الدراسات العربية التي تناولت قياس أثر الإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف على العلاقة بين جودة المراجعة المدركة والقيمة السوقية للأسهم في الشركات المقيدة بالبورصة المصرية، بالإضافة إلى تقديم دليل تطبيقي من البيئة المصرية في ضوء اهتمامات الجهات المعنية بمتغيرات البحث، وهو ما قد يساهم في دعم وتعزيز رؤية المحاسبة والمراجعة في هذا الشأن.

الكلمات المفتاحية: الإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف – جودة المراجعة المدركة – القيمة السوقية للأسهم.

The Impact of Disclosure of Exchange Rate Risk on the Relationship between Perceived Audit Quality and Market Value of Shares in Companies Listed on the Egyptian Stock Exchange. (An Applied Study)

Abstract :

Objective: measuring the impact of disclosure of exchange rate risk on the relationship between perceived audit quality and market value of shares in companies listed on the Egyptian Stock Exchange.

Design and Methodology: The researcher relied on the content analysis method in examining the financial reports of a sample of (82) companies listed on the Egyptian Stock Exchange during the period from (2019-2023), and the sample observations amounted to (**352**) observations for the purpose of testing the research hypotheses, and some appropriate statistical methods were used and applied through the (**Spss**) V.24 program in analyzing the results and testing the hypotheses.

Results and Recommendations: The results indicated that there is a statistically significant moral effect of disclosing the risks of changes in exchange rates on the relationship between perceived audit quality and the market value of shares. The researcher also recommended that managers and officials of establishments should prepare strategic visions to confront the risks of exchange rate fluctuations, so that neglecting to deal with these risks does not lead to direct and indirect losses, in addition to the need to focus on the factors that activate the perceived audit quality in order to ensure the quality of financial reports and rationalize investors' decisions, due to their impact on the market value of the company's shares.

Originality and Scientific Addition: The research is one of the first Arab studies that addressed measuring the impact of disclosing the risks of changes in exchange rates on the relationship between perceived audit quality and the market value of shares in companies listed on the Egyptian Stock Exchange, in addition to providing an applied guide from the Egyptian environment in light of the interests of the parties concerned with the research variables, which may contribute to supporting and enhancing the vision of accounting and auditing in this regard.

Keywords: Disclosure of the Risks of Changes in Exchange Rates - Perceived Audit Quality - Market Value of Shares.

المحور الأول – الإطار العام للبحث:

١/١ مقدمة:

لقد حظى موضوع الإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف بإهتمام بالغ في الآونة الأخيرة، حيث أدى عدم الإستقرار السياسي والإقتصادي في الآونة الأخيرة إلى إنخفاض قيمة العملة الوطنية مقابل العملات الأجنبية للدول المتقدمة وخاصة الدولار واليورو، ولقد ترتب على قرارات البنك المركزي فيما يتعلق بتحرير سعر الصرف إلى وجود مجموعة من المتغيرات كإنعكاس لإنخفاض قيمة العملة وخاصة فيما يتعلق بالتدفقات النقدية، وذلك نظراً لإنخفاض قدرة قائمة الدخل على توفية معلومات حول فرص الربحية الطبيعية للمنشأة وإتجاه المستثمرين نحو البحث عن مصادر أخرى للمعلومات لإتخاذ القرارات الإستثمارية الرشيدة والوقوف على القيمة السوقية الحقيقية لأسعار أسهم الشركات.

وإنطلاقاً من إهتمام الأدب والفكر المحاسبي بشأن جودة المراجعة المدركة والتي تعد أحد مظاهر جودة المراجعة بصفة عامة، والتي يمكن أن تلعب دوراً كبيراً في تحقيق جودة القوائم المالية وذلك نظراً لما تحتويه من معلومات يمكن الإعتماد عليها في إتخاذ القرارات السليمة من قِبل أصحاب المصالح (**Blum et al.,2022**)، فقد سعى المستثمرين نحو التوجه إلى معرفة مدى إنعكاس جودة المراجعة المدركة على القيمة السوقية لأسهم الشركات وخاصة في ظل مخاطر التغيرات في أسعار الصرف.

وبناءً على ما تقدم يحاول الباحث في هذا البحث دراسة أثر الإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف على العلاقة بين جودة المراجعة المدركة والقيمة السوقية لأسهم الشركات.

١/٢ مشكلة البحث:

أدى ارتفاع الأسعار العالميه للسلع الأساسية على المستوى العالمي إلى إرتفاع معدلات التضخم العالمية، بشكل غير مسبوق، بالإضافة إلى تقلبات الأسواق المالية في الدول الناشئة، وقيام البنوك المركزية بزيادة أسعار الفائدة عالمياً إلى ظهور مخاطر التغيرات في أسعار الصرف الأجنبيى وإنخفاض تدفقات النقد الأجنبي من الإستثمار الأجنبي المباشر (**رفعت ومختار، ٢٠٢٤ ؛ He et al., 2021**)

وفي ضوء ذلك فقد أصبح قياس آثار التغيرات في أسعار صرف العملات الأجنبية من الأمور الهامه التي يجب أخذها في الإعتبار لكافة المنشآت الإقتصادية، حيث تواجه تلك المنشآت عدة مخاطر في إطار تعاملاتها الدولية التجارية، ومن أهم هذه المخاطر هو خطر التقلبات في أسعار صرف العملات الأجنبية، الأمر الذي يترتب عليه إيجاد مجموعة من الأساليب الداخلية والخارجية لمواجهة هذه المخاطر أو الحد منها.

وفي هذا السياق يعرف سعر الصرف على أنه قيمة العملة بالعملات الأجنبية والذي يتحدد بتفاعل العرض والطلب عليها في السوق بوحدات عملة أخرى أو ما تساويه من وحدات عملة أخرى، ويفضل الكثير النظر إلى سعر الصرف بالصيغة التي تعبر عن عدد الوحدات من العملة الوطنية التي تعادل الوحدة الواحدة من العملة الأجنبية وليس عدد الوحدات من العملات الأجنبية التي تعادل وحدة من العملة الأجنبية **(حمد وعلي، ٢٠٢٤)**، ويتأثر سعر الصرف بالعديد من العوامل مثل الطلب والعرض والسياسات النقدية والمالية والأوضاع السياسية والأمنية والتضخم والنمو الإقتصادي وغيرها، كما يمكن تصنيف سعر الصرف إلى سعر صرف رسمي أو سوقي و فعلي أو مستقبلي أو ثابت أو متغير أو محدد

وفي ذات السياق تعرف مخاطر سعر الصرف بأنها المخاطر المرتبطة بعدم التأكد من التغير في قيمة العملات الأجنبية التي تحدث عند تبديل أو تحويل عملة بعملة أخرى، وأن المصدر للمخاطر يحدث فقط عندما يمتلك المستثمر أصول خارجية يكون مخصص لها عملات أجنبية، وعليه فإن تجنب المستثمر لمثل هذه الأصول يعني أن المستثمر قد تجنب هذا المصدر من المخاطرة **(فالي، ٢٠٢٣)**، والجدير بالذكر أن أهم المخاطر المتعلقة بأسعار صرف العملات الأجنبية تكمن في: مخاطر الصفقات، مخاطر التحويل، والمخاطر الإقتصادية، وتؤثر تلك المخاطر على صافي تدفقات الإستثمار في شتى المجالات وذلك نظراً لتأثير تلك المخاطر على قرارات المستثمرين والقيمة السوقية للسهم.

والجدير بالذكر أن جودة المراجعة تمثل احد المجالات الرئيسية التي نالت إهتمام الكثير من المشاركين في بيئة الاعمال، وذلك نظراً لتأثير جودة المراجعة على أسعار الأسهم كمؤشر لقيمة الشركة، وتنقسم جودة المراجعة إلى مستويين من الجودة: **جودة المراجعة الحقيقية Actual**

(Audit Quality (AAQ، وجودة المراجعة المدركة (Perceived Audit Quality (PAQ، حيث تشير جودة المراجعة الحقيقية **(AAQ)** إلى مدى قدرة مراقب الحسابات على الوفاء بمسئولياته المهنية ومدى إلتزامه بالمعايير المهنية وقواعد وآداب سلوك المهنة، ويمكن الإستدلال عن ذلك بمدى سلامة رأي مراقب الحسابات في التقرير عن التحريفات الجوهرية **(Xu et al., 2024; الغندور، 2023)**، بينما تشير جودة المراجعة المدركة **(PAQ)** إلى مستوى المراجعة المتوقع من وجهة نظر أصحاب المصالح، وهذا يعني أن الجودة المدركة تعتمد على مدى ثقة المستثمرين والمستفيدين في القوائم المالية التي يقدمها المراجع ومدى قدرة المراجعة على الإدلاء بصحة محتويات تلك القوائم. **(Chen, 2022)**

وتعتبر جودة المراجعة المدركة أحد المؤشرات الرئيسية لمدي موثوقية البيانات المالية التي تسهم في تحسين نوعية التقاير المالية وتحديد المخاطر المحتملة التي يمكن أن تؤثر علي أسعار الأسهم وقيمة وأداء الشركات والتي تعد مخاطر أسعار الصرف أحد تلك المخاطر **(Nguyen, et al., 2021)**، والجدير بالذكرأن المراجعة المدركة **(PAQ)** تؤثر بشكل مباشر علي استقرار الاسواق المالية وعوائد الأسهم وتعكس مدي دقة وشفافية البيانات المالية التي تقدمها الشركات **(Thu, et al., 2018)** وهي عامل لتحديد مستويات الثقة لدي المستثمرين، حيث يميل المستثمرون إلي وضع ثقة أكبر في البيانات المالية للشركات عندما تكون جودة المراجعة عالية، مما يؤدي الي استقرار اكبر في عوائد الاسهم وتقليل التقلبات **(رميلي، ٢٠١٨)**، حيث تضمن **(PAQ)** للمستثمرين أن البيانات المالية للشركة تمت مراجعتها بدقة وتعكس بشكل صحيح وضعها المالي. وتساعد في تقليل المخاطر المتعلقة بالاستثمار وخاصة مخاطر أسعر الصرف. **(Hamza et al., 2023)**

وفي إطار ما تقدم وبمراجعة الأدب المحاسبي في هذا الشأن وجد الباحث أن هناك اهتمام بالغ بموضوع الإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف، كما إتضح للباحث أن هناك علاقة وثيقة بين جودة المراجعة المدركة والقيمة السوقية لأسهم الشركات، لذلك دعت الحاجة إلى قياس الإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف على العلاقة بين جودة المراجعة المدركة والقيمة السوقية لأسهم الشركات.

وفي إطار ما تقدم يمكن صياغة التساؤل الرئيسي للبحث على النحو التالي: **ما هو أثر الإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف على العلاقة بين جودة المراجعة المدركة والقيمة السوقية لأسهم الشركات؟**، وينبثق من هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية:

١/٢/١ ما المقصود بكل من الإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف – جودة المراجعة المدركة – القيمة السوقية لأسهم الشركات؟

١/٢/٢ إلى أي مدى يؤثر الإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف على جودة المراجعة المدركة؟

١/٢/٣ ما هو تأثير جودة المراجعة المدركة على القيمة السوقية لأسهم الشركات ؟

١/٢/٤ هل يمكن أن يؤثر الإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف على العلاقة بين جودة المراجعة المدركة والقيمة السوقية لأسهم الشركات ؟

١/٣ أهداف البحث:

١/٣/١ توضيح المقصود بكل من الإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف – جودة المراجعة المدركة – القيمة السوقية لأسهم الشركات.

١/٣/٢ بيان تأثير الإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف على جودة المراجعة المدركة.

١/٣/٣ إستعراض تأثير جودة المراجعة المدركة على القيمة السوقية لأسهم الشركات.

١/٣/٤ قياس تأثير الإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف على العلاقة بين جودة المراجعة المدركة والقيمة السوقية لأسهم الشركات.

١/٤ أهمية البحث:

يستمد البحث أهميته العلمية والعملية من عدة عوامل وإعتبارات من أهمها ما يلي:

١/٤/١ الأهمية العلمية:

١/٤/١/١ يعتبر موضوع الإفصاح عن مخاطر التغيرات في أسعار الصرف من المواضيع الهامة والتي زاد الإهتمام بها في السنوات الأخيرة، وخاصة بعد تحرير أسعار صرف العملات الأجنبية طبقاً لتعليمات البنك المركزي في نوفمبر ٢٠١٦.

١/٤/١/٢ ندرة الدراسات العربية والأجنبية وخاصة في البيئة المصرية التي تناولت الإفصاح عن مخاطر أسعار الصرف على العلاقة بين جودة المراجعة المدركة والقيمة السوقية لأسهم الشركات، وذلك من خلال إضافة دراسة جديدة تشتمل على مجموعة من المتغيرات التي تدعم البحث العلمي وتساهم في إثراء المعرفة المحاسبية.

١/٤/١/٣ يحاول الباحث إرساء الأطر المنهجية والضوابط الموضوعية للإفصاح عن مخاطر أسعار الصرف على العلاقة بين جودة المراجعة المدركة والقيمة السوقية لأسهم الشركات.

١/٤/٢ الأهمية العملية:

١/٤/٢/١ يعد هذا البحث ذو أهمية كبرى للبنك المركزي المصري والذي يعتبر الجهة الرقابية المسئولة عن الإستقرار المالي، بحيث تمكنه من وضع عدة ضوابط وإجراءات وتعليمات خاصة بالبنوك التجارية المصرية من أجل ضمان تطبيق متطلبات الإفصاح عن مخاطر اسعار الصرف للمستفيدين وأصحاب المصالح المختلفة.

١/٤/٢/٢ تمكين إدارة المخاطر بالبنوك التجارية المصرية من قياس وتقييم تغيرات أسعار الصرف ومدى تأثيرها على العلاقة بين جودة المراجعة المدركة والقيمة السوقية لأسهم الشركات.

١/٤/٢/٣ يساهم هذا البحث في دعم جهود مكاتب المحاسبة نحو تفعيل آليات جودة المراجعة وخاصة فيما يتعلق بجودة المراجعة المدركة، نظراً لأهميتها في ترشيد القرارات المستثمرين.

١/٥ منهج البحث:

١/٥/١ **المنهج الإستنباطي:** وذلك بهدف دراسة الأدبيات المحاسبية السابقة التي يتضمنها الفكر المحاسبي والمتعلقة بموضوع البحث وكيفية الإستفادة منها في معالجة مشكلة البحث وتحقيق أهدافه.

١/٥/٢ **المنهج الإستقرائي:** يتمثل في إجراء دراسة تطبيقية من خلال البيانات التي تتعلق بمؤشرات قياس المتغير المستقل والتابع والمُعدل ومجموعة من المتغيرات الرقابية من واقع القوائم والتقارير المالية السنوية للبنوك التجارية محل الدراسة.

١/٦ خطة البحث:

المحور الأول: الإطار العام للبحث.

المحور الثاني: الإطار النظري لمتغيرات البحث.

المحور الثالث: تأثير الإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف على جودة المراجعة المدركة.

المحور الرابع: تأثير جودة المراجعة المدركة على القيمة السوقية لأسهم الشركات.

المحور الخامس: تأثير الإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف على العلاقة بين جودة المراجعة المدركة والقيمة السوقية لأسهم الشركات.

المحور السادس: الدراسة التطبيقية.

النتائج والتوصيات والتوجهات المستقبلية للبحث.

قائمة المراجع.

المحور الثاني: الإطار النظري لمتغيرات البحث.

سوف يقوم الباحث في هذا الجزء من البحث بإستعراض مفاهيم البحث على النحو التالي:

٢/١ الإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف:

٢/١/١ مفهوم مخاطر تغيرات أسعار الصرف:

عرف مجلس معايير المحاسبة الدولية سعر الصرف بأنه المعدل بين وحدة من عملة معينة والكمية أو المقدار من عملة أخرى، بينما عرفته دراسة (**النقيب، ٢٠٢٤**) بأنه قيمة تحويل العملة المحلية لدولة ما مقابل العملة الأجنبية لدولة أخرى، ويتم تحديد سعر الصرف في ضوء معايير العرض والطلب في سوق الصرف الأجنبي، والذي يشمل التدفقات النقدية الداخلة والخارجة بين الدول.

وفي هذا الشأن يعد سعر الصرف من المؤشرات الإقتصادية الهامة التي تحتل مركزاً هاماً في السياسة النقدية للدول، حيث انه يستخدم كمؤشر لقياس التنافسية من خلال تأثيره على النمو الإقتصادي كالتجارة الدولية والإستثمار وأسعار الأسهم، فضلاً عن أنه يعتبر وسيلة هامة وأداة تربط أسعار السلع المحلية بأسعار السلع الأجنبية، حيث أن التغير في سعر الصرف سوف يؤثر على مستوى التنافسية للمنشآت وتعظيم عوائد مستوى الأرباح لتلك المنشآت (**Kuchin et al., 2019**)، والجدير بالذكر أنه نظراً لإرتفاع الأسعار العالمية للسلع الأساسية وإرتفاع معدلات التضخم على المستوى العالمي بشكل كبير، بالإضافة إلى تقلبات الأسواق المالية في الدول الناشئة وقيام البنوك المركزية بزيادة أسعار الفائدة عالمياً، فقد أدى ذلك إلى ظهور مخاطر التغيرات في أسعار الصرف الأجنبي وإنخفاض تدفقات النقد الأجنبي من الإستثمار الأجنبي المباشر (**He et al., 2021**).

وتعرف مخاطر أسعار الصرف بأنها بأنها المخاطر المرتبطة بعدم التأكد من التغير في قيمة العملات الأجنبية التي تحدث عند تبديل أو تحويل عملة بعملة أخرى وأن المصدر للمخاطر يحدث فقط عندما يمتلك المستثمر أصول خارجية يكون مخصص لها عملات أجنبية وعليه فإن تجنب المستثمر لمثل هذه الأصول يعني أن المستثمر قد تجنب هذا المصدر من المخاطرة (**Saidi et al, 2021**).

وفي إطار متصل فقد تناولت دراسة **(زكي، ٢٠١٧)** أثر تحرير أسعار الصرف الأجنبية على الدور التقديمي للمعلومات المحاسبية بالتطبيق على مصر وتتمثل المعلومات المحاسبية بالتطبيق على مصر، وتتمثل المعلومات المحاسبية التي تم دراستها في الأرباح والقيمة الدفترية لحقوق الملكية والتدفقات النقدية التشغيلية وذلك للشركات المقيدة بالبورصة المصرية خلال الفترة **(٢٠١٢ وحتى ٢٠١٦)**، وقد أظهرت الدراسة إنخفاض المقدرة التقييمية للأرباح في ظل تحرير أسعار صرف العملات الأجنبية، ويمكن أن يرجع ذلك إلى زيادة عدم التأكد وزيادة المخاطر المرتبطة بتقلبات أسعار صرف العملات الأجنبية مما يؤثر على نتائج أعمال الوحدات الإقتصادية خلال الفترة المالية التي يقع ضمنها تحرير أسعار صرف العملات الأجنبية.

في حين ناقشت ناقشت دراسة **(محمد وآخرون، ٢٠٢٢)** التحقق من مدى تأثير تقلبات أسعار الصرف على عائد الأسهم وذلك خلال الفترة من **(٢٠١٢ وحتى ٢٠١٩)** بالتطبيق على البورصة المصرية هذا وتم قياس عائد الأسهم من خلال عائد مؤشر البورصة المصرية الرئيسي **EGX 30** كذلك تم قياس تقلبات سعر الصرف من خلال قياس تقلبات سعر صرف الجنيه المصري مقابل الدولار الأمريكي وذلك بالإضافة للتحقق من تأثير كل من سعر الفائدة ومعدل التضخم كمتغيرات حاكمة، وقد إستخدم الباحث أختبار الإنحدار المتعدد لآختبار فروض الدراسة وأشارت النتائج لوجود تأثير معنوي لتقلبات سعر الصرف في الفترة التي سبقت تحرير سعر الصرف في نوفمبر ٢٠١٠ عند مستوى **٥%**، في حين لم تتوصل الدراسة لتأثير معنوي لأي من المتغيرات المفسرة على عائد الأسهم في الفترة التي تلت تحرير سعر الصرف.

وقد قامت دراسة **(Elewa et al., 2023)** بمحاولة قياس تأثير التغير الحاد في سعر صرف العملة والتضخم على توليد القوة النقدية في ضوء معايير المحاسبة المصرية في ظل تطور الصناعة المصرية وتتكون المنهجية من الفحص الدقيق للأدلة الرقمية وتحليل التغيرات في ضوء المعايير واللوائح المحاسبية ذات الصلة، وإستخدمت الدراسة بيانات رقمية من ٣٨ شركة غير مالية لمدة ٥ سنوات تقابل ١٩٠ ملاحظة سنوية للشركة خلال الفترة (٢٠١٧ – ٢٠٢١) وذلك بالتطبيق مع الشركات المدرجة في مؤشر **EGX100** ولها قوائم مالية سنوية ولم تتوقف خلال فترة الدراسة وتعمل نقداً ومقيدة بالعملة بالجنية المصري ولها بيانات كاملة وتطبق الدراسة الإنحدارات المتعددة،

كما تم تطبيق التأثيرات الثابتة والتأثيرات العشوائية والنماذج المجمعة تتضمن الدراسة المتغيرات التابعة للطاقة المولدة للنقد، كما تتضمن الدراسة المتغيرات المستقلة وأسعار الصرف ومعدلات التضخم وتشير النتائج إلى وجود علاقة معنوية بين التضخم وأسعار الصرف وتوليد القوة النقدية كما تقدم النتائج تصورات جديدة للمستثمرين وصانعي السياسات المهتمين بأسعار الصرف والتضخم.

وقد بحثت دراسة **(محمود، ٢٠٢٣)** إختبار محددات التعرض لمخاطر تقلبات أسعار صرف العملات الأجنبية وإختبار تأثير مخاطر تقلبات أسعار صرف العملات الأجنبية على تكلفة رأس المال للشركات من منظور محاسبي، وذلك بالتطبيق على أحد أسواق رأس المال الناشئة وهو سوق رأس المال المصري خلال الفترة من (**٢٠١٧ حتى ٢٠٢٢**)، وذلك بعد إتخاذ الحكومة المصرية قرار تعويم أسعار صرف العملات الأجنبية وذلك بإستخدام عينة من الشركات المقيدة بالبورصة المصرية وقد توصلت الدراسة إلى وجود تأثير معنوي لكل من حجم الشركة والمعاملات بعملة أجنبية، وكذلك إستخدام الشركة لإستراتيجيات التحوط على تعرض الشركات لمخاطر تقلبات أسعار الصرف للعملات الأجنبية، بينما لم تجد الدراسة تأثيراً معنوياً لدرجة السيولة ونسبة الرفع المالي على مخاطر التعرض لتقلبات أسعار الصرف للعملات الأجنبية، وأخيراً أظهرت نتائج الدراسة وجود تأثير إيجابي ومعنوي لمخاطر تقلبات أسعار صرف العملات الأجنبية على تكلفة رأس المال للشركات.

بينما سعت دراسة **(Ghadban & Hussein, 2024)** التعرف لتأثير سعر صرف الدولار على أداء البنوك التجارية العراقية من عام **(2016: ٢٠٢٠)** وتستخدم بيانات ثانوية من ١٠ بنوك تمثل **٨٠%** من إجمالي أصول العراق، وتظهر النتائج تأثيراً سلبياً لإرتفاع الدولار على ربحية البنوك والسيولة وجودة الإئتمان والكفاءة التشغيلية، وعلى العكس من ذلك فإن إنخفاض سعر الدولار يؤدي إلى زيادة ربحية البنوك والسيولة وجودة المحفظة الإئتمانية وكفاءة إستخدام الموارد، وتشمل التوصيات تنويع مصادر الإيرادات وزيادة نسب التغطية وإعادة هيكلة المحافظ الإئتمانية وتطوير نظم المعلومات والرقابة المالية.

وقد إستعرضت دراسة **(Hussain et al., 2024)** آثار سعر الصرف وصافي الصادرات على ربحية مؤسسات التصنيع في بورصة باكستان عندما يتم فحص المحاسبة على أساس الأنشطة بإستخدام تقنيات تقاطع البيانات، فإن الهدف الرئيسي هو فحص إتجاه وحجم التأثير المعتدل لتقلبات

أسعار الصرف على صافي الصادرات والعائد على الأصول وذلك بالتطبيق على **٢٤٩** شركة تصنيع في بورصة باكستان في الفترة من **١٩٩٩: ٢٠١٩** بإستخدام أسلوب الحدث ويرتبط عدد أيام المدينين وأيام الدائنين ودورة التحويل النقدي وعائد الشركة على الأصول بشكل إيجابي، في حين أن أيام دوران المخزون والرافعة المالية وصافي الصادرات وسعر الصرف والعائد على الأصول كلها سلبية كما أن حجم وعمر الأعمال التجارية لهما علاقة إيجابية كبيرة بالربحية ولكن هناك علاقة سلبية مع العائد على الأصول **(ROA)**، وتشير هذه الدراسة إلى أن المحاسبة على أساس النشاط تعمل على تحسين أداء الشركة ومع الإعتراف بالترابط فإن صافي الصادرات بسبب إنخفاض سعر العملة له آثار سلبية.

وتناوت دراسة **(Ariff & Zarei, 2022)** تأثير مخاطر تقلبات أسعار الصرف على أسعار الأسهم بإستخدام عينة من الشركات المدرجة في البورصة الأسترالية خلال الفترة من **٢٠٠٠ – ٢٠١٩**، وتوصلت الدراسة إلى أن رد فعل أسعار الأسهم لتقلبات أسعار الصرف كان أكبر بالنسبة للشركات ذات المعاملات الأجنبية، حيث أن هذه الشركات تتعرض بشكل مباشر لتقلبات أسعار صرف العملات الأجنبية إلا أن الشركات المحلية التي ليس لديها معاملات أجنبية تتعرض لمخاطر تقلبات أسعار الصرف أو تتعرض بصورة غير مباشرة من خلال مصادر أخرة مثل تكلفة السلع الوسيطة إذا إنخفضت قيمة العملة.

٢/١/٢ طبيعة وأنواع مخاطر التغيرات في أسعار الصرف الأجنبية:

أكدت دراسة كل من **(فالي، ٢٠٢٣ ;Akani 2024)** على أن هناك ثلاثة مخاطر متعلقة بأسعار سعر صرف العملات الأجنبية متمثلة في مخاطر الصفقات ومخاطر التحويل والمخاطر الإقتصادية وذلك على النحو التالي:

- **مخاطر الصفقات:** وهي عبارة عن المخاطر الناجمة عن تكلفة المعاملات أو الحصيلة المترتبة على المعاملات عند تقيمها بالعملة المحلية، ويكون ذلك نتيجة حدوث تغيير في أسعار الصرف وتتولد هذه المخاطر عندما توافق شركة ما علي إستكمال عملية مقومة بالعملة الأجنبية في تاريخ مستقبلي لاحق، وهذه المخاطر هي في الأساس مخاطر التدفقات النقدية وتتمثل مخاطر الصفقات في أن الدخل النقدي من العملة المحلية قد

يصبح أقل من المتوقع أو أن تصبح المدفوعات النقدية بالعملة المحلية أعلي مما كان متوقعاً.

- **مخاطر التحويل:** ويطلق عليها أحياناً بالمخاطر المحاسبية **Accounting Risk** وهي تقيس التغيرات المحتملة بملكية المالكين التي تنشأ من الحاجة إلى تحويل الكشوفات المالية بالعملة الأجنبية للفروع الأجنبية إلى عملة موحدة لتوحيد الحسابات، وبالتالي إمكانية إعداد الكشوفات المالية الموحدة على المستوى العالمي، وقد عرفت على أنها المخاطر التي تعرض لها قيم الأصول والإلتزامات والمصاريف والأرباح بالعملة الأجنبية عند تحويلها بأسعار صرف محددة إلى العملة المحلية في تاريخ مستقبلي محدد.
- **المخاطر الإقتصادية:** وتتمثل بشكل أساسي في المخاطر التي تتعرض لها القيمة الحالية للشركة الناتجة عن تحركات أسعار الصرف، حيث تتعلق المخاطر الإقتصادية بتأثير تغيرات أسعار الصرف على إيرادات المبيعات المحلية والصادرات ونفقات التشغيل، وعادة ما يتم تطبيق المخاطر الإقتصادية على القيمة الحالية لعمليات التدفق النقدي المستقبلية للشركة الأم والشركات التابعة الأجنبية.

ويرى الباحث أن مخاطر تقلبات أسعار الصرف تعد من المخاطر السوقية التي تواجه الشركات الدولية والمحلية حيث تنشأ هذه المخاطر نتيجة التغيرات المفاجئة وغير المتوقعة في أسعار صرف العملات الأجنبية، مما قد يتسبب في خسائر مباشرة وغير مباشرة، تشمل الخسائر المباشرة والتعرض غير المحمي، بينما تتعلق الخسائر غير المباشرة بتدفقات نقدية تتعلق بالأصول والإلتزامات المقومة بالعملات الأجنبية، مما يؤثر على صافي الأرباح وقيمة الشركة الشركات، كما تؤثر هذه المخاطر أيضاً على أسعار الأسهم.

وفيما يتعلق بكيفية الإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف فقد أصدار مجلي معايير المحاسبة الدولية (**FASB**) المعيار رقم (٨) لتنظيم ترجمة المعاملات بالعملة الأجنبية وترجمة القوائم المالية المعدة بعملة أجنبية، وتبع إنهيار نظام معدل تبادل العملة الثابت توجيه إنتقادات شديدة للمعيار رقم (٨) المشار إليه بسبب معالجته أرباح وخسائر تغيرات سعر الصرف بإعتبارها أحد مكونات صافي الدخل، ولقد إستجاب مجلس معايير المحاسبة المالية لهذه الإنتقادات وقام

بإلغاء المعيار رقم (٨) وإصدار المعيار رقم (٥٢) بعنوان المحاسبة عن ترجمة العملة الأجنبية **(محمود وفؤاد، ٢٠٢٤)**.

والجدير بالذكر أن عمليات الإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف بموجب معايير المحاسبة الدولية قد تساعد المستثمرين الذين يتطلعون للمستقبل ويبحثون عن معلومات حول المخاطر المتوقعة والعائد من العمليات الخارجية للمنشآت وكيف تؤثر معاملات المنشآة وعملياتها بالعملات الأجنبية ومدى تعرضهم للخطر على المدي القصير والطويل، حيث أن الأرباح التي يتم الإبلاغ عنها من المنشأة ذات حساسية للتغيرات في سعر الصرف إذ قد يكون لدى المنشآة معاملات مقتوحة بعملة أجنبية وتتمثل عناصر الإفصاح وفقاً لمعيار **IAS21** في الآتي:

- فروق أسعار الصرف التي تمت معالجتها ضمن قائمة الدخل.
- صافي فروق أسعار الصرف التي تم إدراجها ضمن حقوق الملكية مع بيان رصيد أول المدة وآخر المدة والحركة خلال العام.
- فروق أسعار الصرف المضافة على القيمة الدفترية للأصل طبقاً للمعالجة المحاسبية البديلة في هذا المعيار.
- في حالة إختلاف عملة القيد عن العملة النقدية للدولة الذي يوجد فيه المركز الرئيسي للمنشآة الأم يجب الإفصاح عن سبب إستخدام العملة النقدية وسبب أي تغير في عملة القيد.
- الطريقة المختارة لترجمة شهرة المحل الناشئة عن تملك كيان أجنبي.
- في حالة تغيير تصنيف العملية الأجنبية يجب الإفصاح عن الأمور التالية (طبيعة التغير في التصنيف وسبب التغيير وأثر التغيير في التصنيف علي حقوق الملكية والأثر على صافي الربح أو خسارة كل فترة مالية سابقة تم عرضها كما لو أن التغيير في التصنيف قد حدث في بداية أول فترة معروضة).
- أثر التغيرات الكبيرة في أسعار الصرف واللاحقة لتاريخ القوائم المالية على البنود ذات الطبيعة النقدية لعملية أجنبية أو على القوائم المالية لعملية أجنبية.
- سياسة المنشآة الأم في إدارة مخاطر العملية الأجنبية.

- في حالة تطبيق المعيار لأول مرة يجب الإفصاح بصور مستقلة عن الرصيد المتجمع في أول الفترة لفروق أسعار الصرف المؤجلة والمدرجة ضمن حقوق الملكية.

وعلى الصعيد المحلي وطبقاً لمعيار المحاسبة المصري رقم (١٣) المعدل والخاص بآثار التغيرات في أسعار صرف العملات الأجنبية الذي صدر في عام ٢٠١٥ والملحق الخاص بهذا المعيار لعام ٢٠٢٢، ويتعلق هذا المعيار بالمحاسبة عن مخاطر المعاملات التي تتم بعملات أجنبية، بالإضافة إلى ترجمة القوائم المالية الخاصة بنشاط الفروع بالخارج من العملة الأجنبية إلى عملة إعداد التقارير بهدف تضمينها بالقوائم المالية الموحدة للمنشآة، ووفقاً لمعيار المحاسبة المصري رقم (١٣) تتمثل متطلبات الإفصاح عن تغيرات أسعار الصرف في الآتي: **(إبراهيم وآخرون، ٢٠٢١)**

- ضرورة الإفصاح عن فروق أسعار صرف العملات الأجنبية سواء تمت معالجتها بقائمة نتيجة الأعمال أو بقائمة المركز المالي بناء على طبيعة تصنيف العملية الأجنبية.
- الإفصاح عن أي تغيير في تصنيف العملية الأجنبية، حيث يجب الإفصاح عن كل من طبيعة التغيير في التصنيف وسبب التغيير وأثر التغيير في التصنيف على حقوق المساهمين وأخيراً الأثر على صافي الربح أو الخسارة.
- عندما لا تكون عملة القيد بالمركز الرئيسي هي الجنيه المصري يجب الإفصاح عن سبب إستخدام عملة مختلفة وكذلك يجب الإفصاح عن سبب أي تغيير في عملة القيد.

وإستنتاجاً لما سبق يؤكد الباحث على أن المعايير المحاسبية الدولية والمحلية قد أولت إهتماماً كبيراً بكيفية الإفصاح عن مخاطر أسعار الصرف، وذلك لما لها من أهمية كبيرة في التأثير على الإقتصاد القومي بشكل عامة وترشيد قرارات المستثمرين بشكل خاص.

٢/٢ جودة المراجعة المدركة (المفهوم – الأهداف – الخصائص):

٢/٢/١ مفهوم جودة المراجعة المدركة:

يعد مجال جودة المراجعة **Auditing Quality (AQ)** من أهم المجالات التي تشغل كافة المشاركين في بيئة الأعمال نتيجة إختلاف إدراك كل منهم لها في إضفاء الثقة على معلومات القوائم والتقارير المالية، حيث أكدت دراسة **(Salih et al., 2020)** عل أن جودة المراجعة تتمثل

في الإلتزام بمعايير المراجعة المهنية والقواعد والأخلاقيات المهنية وإرشادات المراجعة بالإضافة إلى القواعد والإجراءات الصادرة عن الهيئات المهنية التي تنظم مهنة المراجعة والحفاظ على إستقلالية ونزاهة المدقق، كما أكدت دراسة (**Blum et al., 2022**) على أن جودة المراجعة تكمن في قدرة المراجعة على توفير تأكيد لأصحاب المصلحة يمكنهم من الوثوق في المعلومات المحاسبية المقدمة عبر القوائم المالية.

ووفقاً لما جاء في تعريف مكتب المساءلة الحكومي الأمريكي **US Government Accountability Office (UGAO)** والذي عبر عن جودة المراجعة بأنها عملية مراجعة تتم وفقا لمعايير المراجعة المعترف بها **Generally Accepted Auditing Standards (GAAS)** لتوفير تأكيد معقول بأن القوائم المالية التي تم مراجعتها والإفصاحات المرتبطة بها قد عرضت وفقاً للمبادىء المحاسبية المقبولة عموماً وأنها خالية من التحريفات الجوهرية سواء الناتجة عن الأخطاء أو الغش (**صالح، ٢٠٢٣**).

أما مجلس الرقابة على أعمال مراقبي حسابات الشركات المدرجة في البورصة الأمريكية **Public Company Accounting Oversight Board (PCAOB)** فقد عرف جودة المراجعة بأنها عملية مراجعة تلبي إحتياجات المستثمرين من خلال إجراءات مراجعة مستقلة وموثوقة والتواصل الفعال مع لجان المراجعة بشأن القوائم المالية والإيضاحات المتممة لها مع التركيز على الرقابة الداخلية والتنبيهات حول قدرة الشركة على الإستمرار في المستقبل (**PCAOB, 2015**)

والجدير بالذكر أنه عند النظر إلى مفهوم جودة المراجعة يمكن التفرقة بين نوعين من تلك الجودة، حيث يتمثل **النوع الأول** في جودة المراجعة الحقيقية **Actual Audit Quality (AAQ)** والذي يعبر عن مدى وفاء المراجع بمسؤولياته المهنية وإلتزامه بالمعايير المهنية وقواعد وأخلاقيات المهنة يتم تقييمها من خلال سلامة رأي المراجع في التقرير بشأن التحريفات الجوهرية (**Akhalumeh et al., 2017; الوكيل، ٢٠٢٢**)، بينما يتمثل **النوع الثاني** في جودة المراجعة المدركة **Perceived Audit Quality (PAQ)** حيث تشير جودة المراجعة المدركة إلى المستوى المتوقع من الجودة من وجهة نظر أصحاب المصالح وهذا يعني أن الجودة المدركة تعتمد على مدى

ثقة المستثمرين والمستفيدين في القوائم المالية التي يقدمها المراجع وكفاءته في إكتشاف التحريفات الجوهرية ويمكن قياسها من خلال حجم مكتب المراجعة وخبرته وتخصصه الصناعي والتدوير الدوري الإلزامي والحصة السوقية لمكتب المراجعة.

وقد أكدت دراسة (**Nguyen, et al., 2021; إسماعيل، ٢٠٢٤**) على أن جودة المراجعة المدركة تعتبر أحد المؤشرات الرئيسية لمدي موثوقية البيانات المالية التي تسهم في تحسين نوعية التقاير المالية وتحديد المخاطر المحتملة التي يمكن أن تؤثر علي أسعار الأسهم وقيمة وأداء الشركات، وبما إن الالتزام بمعايير الدولية للتقارير المالية يساعد في توحيد أساليب المحاسبة والإفصاح عن المعلومات المالية، مما يقدم للمستثمرين والمحللين أساسًا متينًا لتقييم الأداء المالي للشركات بطريقة مقارنة وعادلة،عند تطبيق هذه المعايير يمكن للمستثمرين الأعتماد علي جودة المراجعة المدركة كمؤشر موثوق للأداء المالي المستقبلي للشركة، هذا بدوره يؤثر علي تقلبات عوائد الأسهم، حيث أن تحسين جودة المراجعة يمكن أن يقلل من مستوي عدم اليقين والمخاطر المدركة من قبل المستثمرين، مما يؤدي إلي تقلبات أقل في عوائد الأسهم واستقرار أفضل للسوق.

وتعد جودة المراجعة المدركة مدخلاً إيجابياً نحو النزاهة المالية وزيادة الثقة بين مكتب المراجعة ومختلف الأطراف المعنية في الشركة (**Bradbury et al., 2023**)، لذلك فمن الضروري إيجاد التوافق والإنسجام بين الشركات ومكاتب المراجعة بهدف دعم معايير الجودة والشفافية بما يسهم في دعم البيئة الاستثمارية.

ويرى الباحث أن جودة المراجعة المدركة تُعني مدى إدراك الأطراف المعنية لكفاءة وفعالية عملية المراجعة في ضوء الإستقلالية والمهنية والشفافية التي يتمتع بها المراجعون ومدى إدراك تلك المكاتب لأهمية هذا النوع من المراجعة وتأثيره القوي على سمعتها وقدرتها بما يؤثر بشكل مباشر على مستوى ثقة المستثمرين والشركاء والأطراف المعنية في المعلومات المتاحة.

٢/٢/٢ خصائص جودة المراجعة المدركة:

أكدت دراسة كل من (**Nguyen, et al., 2021; Friedrich et al., 2024**) على أن هناك مجموعة من الخصائص يجب أن تتوافر بشكل مناسب لكي تتم عملية المراجعة المدركة بجودة عالية، وتتمثل تلك الخصائص في الآتي:

- الكفاءة المهنية للمراجع مع توافر المهارات والخبرات اللازمة والالتزام بالمعايير المهنية والاخلاقية.
- الموضوعية والاستقلالية وإبداء الرأي بشكل موضوعي بعيدًا عن أي تأثيرات خارجية.
- الشفافية والتواصل الفعال حول النتائج المقدمة المتعلقة بالتقارير المالية.
- الملائمة والتوقيت المناسب لتقديم خدمات المراجعة بما يتوافق مع احتياجات الشركة ومتطلبات الجهات المستفيدة.
- الاستجابة والتحسين المستمر في مهام عمل المراجعة والعمل الدائم نحو تطوير جودة الخدمات وكيفية التعامل مع المشكلات.

٢/٢/٣ أهداف جودة المراجعة المدركة:

أكدت دراسة كل من **(Safari et al., 2021; إسماعيل، ٢٠٢٤)** على أن أهداف المراجعة المدركة يمكن أن تعمل على تلبية توقعات الشركة والمستفيدين من خدمات المراجعة وتقديم خدمات تتناسب مع احتياجاتهم، كذلك تهدف جودة المراجعة المدركة إلى إتخاذ الإجراءات التصحيحية اللازمة لتحسين الجودة المطلوبة بما يتناسب مع إحتياجات أصحاب المصالح، هذا بالإضافة إلى الالتزام بالمعايير والقواعد المهنية وذلك لضمان التزام المراجع بالمعايير والقواعد الأخلاقية المهنية المتعارف عليها، علاوة على تعزيز قدرة المراجع على عرض خدماته بالجودة المناسبة بما يدعم الطلب على مكاتب المراجعة.

ويرى الباحث أن جودة المراجعة المدركة تزيد من كفاءة أنظمة الرقابة المستخدمة في عملية المراجعة، كما أن إدراك المستفيدين لجودة خدمات المراجعة وثقتهم في نتائجها تساهم بشكل كبير في ترشيد القرارات الإستثمارية.

٢/٣ القيمة السوقية للسهم (المفهوم – العوامل المؤثرة):

٢/٣/١ مفهوم القيمة السوقية للسهم:

تسعى الشركات إلى تحقيق البقاء والنمو والإستمرارية في دنيا الأعمال، وهذا يتوقف على مدى قدرة الإدارة على وضع الخطط والإستراتيجيات التي تهدف إلى تعظيم القيمة السوقية للشركات أي تعظيم قيمة السهم السوقية بسوق الأوراق المالية.

وتعد القيمة السوقية للسهم من أهم المعلومات التي ينظر إليها المستثمرين والمساهمين والمحللين الماليين، حيث أن القيمة السوقية للسهم تعكس نظرة سوق المال لفرص نجاح الشركة والإمكانيات المتاحة لها بالمستقبل (**النعيمي، ٢٠١٨**).

وطبقاً لما جاء بدراسة (**العامري وكاظم، ٢٠١٨**) فإن القيمة السوقية للسهم تتمثل في سعر بيع الأسهم في سوق التداول الناتج عن تلاقي مستويات العرض (عدد الأسهم المعروضة للبيع من قبل المتعاملين بسوق التداول عند المستويات السعرية المختلفة) مع الطلب (عدد الأسهم المطلوب شرائها من قبل المتعاملين بسوق التداول عند المستويات السعرية المختلفة) بما يمثل إجماعاً لحظياً حول قيمة السهم داخل السوق المالي، وتتوقف القيمة السوقية على تدفقات المكاسب المتوقعة التي ستحدث في المستقبل مع الأخذ في الإعتبار المخاطر الخاصة بتلك المكاسب.

هذا وقد أكدت دراسة كل من (**Kuo et al., 2022; Ayem & Menge, 2022; نويجي، ٢٠١٧؛ عيد، ٢٠٢٣**) على أن القيمة السوقية لأسهم الشركة تمثل عدة معاني مختلفة، **الأول** منها يكمن في القيمة التي يتداول بها الأسهم في سوق رأس المال والتي تمثل سعر التوازن بين عروض بيع الأسهم وطلبات شرائها في ضوء المعلومات التي توفرها القوائم والتقارير المالية عن الشركة، بينما المعنى **الثاني** يكمن في القيمة التي يحكم بها ذوي المعرفة والخبرة بناءً على الخصائص الضمنية للشركة فهي قيمة تحدد بموجب رأي خبراء مستقلين بصرف النظر عن الحاجة للاستثمار، كما أنها تتم بناء على الخصائص الضمنية للشركة المتمثلة في القدرة على تحقيق أرباح والخطر المرتبط بالاستثمار فيها، ويأتي المعنى **الثالث** في القيمة العادلة، وهي القيمة التي يمكن أن يتم بموجبها تبادل أصول الشركة أو سداد التزاماتها بين جهات مطلعة وراغبة في اجراء معاملة المباشرة فيما بينهم، فهي قيمة تحدد بموجب ظروف عرض وطلب بين طرفين محايدين، وقد جاء مفهوم القيمة العادلة لتضييق الفجوة بين القيمة الاقتصادية والقيمة المحاسبية، ومن ثم ساعدت في أن تتلاقي المفاهيم حول القيمة بين المحاسبين والاقتصاديين.

وفي هذا السياق فقد أكدت دراسة (**Dang et al., 2022**) على أن هناك إنعكاس إيجابي للقيمة السوقية لأسهم الشركة على المجتمع ككل، حيث أن كفاءة تشغيل موارد الشركة والعمل على

جودة منتجاتها وتطويرها المستمر، بما يناسب احتياجات المستهلكين المتغيرة ينعكس إيجاباً في النهاية على مصلحة الاقتصاد القومي بالكامل.

٢/٣/٢ العوامل المؤثرة على القيمة السوقية للسهم:

أكدت دراسة كل من **(Mehrabadia et al., 2021; Sukesti et al., 2021; الغندور، ٢٠٢٣)** على أن القيمة السوقية للسهم تتأثر بمدى قدرة الشركة على الإستمرار في تحقيق الأرباح حيث يستند المستثمرين والمحللين الماليين عند التفكير في إقتناء أسهم الشركة على قوة المركز المالي للشركة، ومدى قدرتها على تحقيق أرباح مستقبلية، الأمر الذي يترتب عليه زيادة الطلب على أسهم تلك الشركة وإرتفاع القيمة السوقية للسهم، وبالتالي فإن هناك علاقة طردية بين كل من قوة المركز المالي والأرباح المستقبلية والقيمة السوقية للسهم، كما تتأثر أيضاً القيمة السوقية للسهم بتوقيت تحقق الأرباح، حيث يعد توقيت توزيع الأرباح من العوامل الهامة التي تأثر على القيمة السوقية للسهم، فعندما يتوقع المستثمرون والمساهمين والمحللون الماليين توزيع الأرباح الفوري يؤدي ذلك إلى زيادة القيمة السوقية للسهم، وعلى العكس عند التأخر في توزيع الأرباح فإن ذلك يؤدي إلى إنخفاض القيمة السوقية للسهم.

وفي هذا الإطار فقد أكدت دراسة كل من **(Xiang & Dai, 2019 ;Ma 2021)** على أن العوامل التي تؤثر على القيمة السوقية للسهم تعد محركات لقوي العرض والطلب، حيث ترتبط تلك العوامل بشكل مباشر بمدى سعي المساهمين والمستثمرين نحو حيازة أسهم الشركة (أي شرائها) أو التخلص منها (أي بيعها)، فزيادة الطلب والرغبة في إقتناء أسهم الشركات يؤثر على القيمة السوقية للسهم، حيث أن الزيادة في أرباح الشركة تؤدي إلى زيادة الطلب على شراء الأسهم، مما يترتب عليه زيادة القيمة السوقية نتيجة زيادة الطلب على شراء تلك الأسهم.

وفي هذا السياق يرى الباحث أن القيمة السوقية للأسهم قد تتأثر بالعديد من العوامل مثل: توقعات المستثمرين لربح الشركة في المستقبل وبالتالي التنبؤ بربحية السهم، التنبؤ بمقدار الأرباح المتوقع توزيعها، هذا بالإضافة إلى الظروف الإقتصادية والسياسية المتوقعة، علاوة على عنصر الإشاعات التي يمكن أن تظهر في سوق الأوراق المالية، وعدم الإعتماد علي التحليل السليم بالإضافة للظروف العامة السائدة في السوق

المحور الثالث: تأثير الإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف على جودة المراجعة المدركة.

يعد الإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف من الأمور الهامة التي يمكن أن تؤثر على جودة المراجعة المدركة، حيث أنه عندما تتم عملية المراجعة بشكل عام بالجودة المطلوبة والمراجعة المدركة بشكل خاص فإن ذلك يساهم في جودة القوائم والتقارير المالية بما يدعم القرارات الإستثمارية والحد من المخاطر الإقتصادية.

وفي هذا الشأن فقد أشارت دراسة كل من **(Chang et al., 2024; محمد، ٢٠٢١ ؛ إبراهيم وآخرون، ٢٠٢٢)** إلى أن هناك مجموعة من المحددات ذات علاقة بالإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف وجودة المراجعة المدركة تتمثل في الآتي:

٣/١ **شفافية ومصداقية القوائم المالية:** فعندما تقوم الشركات بالإفصاح بشكل كامل عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف، فإن ذلك يزيد من مستوى الشفافية في التقارير المالية، بما يساعد المراجعين على فهم أعمق للمخاطر التي قد تؤثر على الوضع المالي للشركة، وبالتالي يمكنهم تقييم جودة القوائم المالية بشكل أكثر دقة، كما أن الإفصاح الواضح عن تلك المخاطر يجعل عملية المراجعة أكثر دقة في تحديد ما إذا كانت الشركة قد طبقت السياسات المحاسبية المناسبة لتحديد وتخفيف تلك المخاطر من عدمه.

٣/٢ **تحسين قدرة المراجعين على التقييم:** حيث أن الافصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف يمكن أن يتيح للمراجعين فهماً أكثر عمقاً لآثار هذه المخاطر على الأرصدة المالية في الشركة، وبالتالي يمكن للمراجعين إجراء تقييم دقيق لكيفية تأثير هذه التغيرات على الأداء المالي والربحية، هذا بالإضافة إلى تمكين المراجعين من تحديد ما إذا كانت المعايير المحاسبية مثل **IFRS** أو **GAAP** قد تم تطبيقها بشكل صحيح في تقييم تأثير أسعار الصرف من عدمه.

٣/٣ **تقليل المخاطر القانونية والمالية:** عند الإفصاح عن المخاطر المرتبطة بتغيرات أسعار الصرف فإن هذا الشأن يقلل من احتمالية حدوث مفاجآت في القوائم المالية، والحد من وجود مشاكل قانونية أو مالية في المستقبل بما يدعم أداء جيد لعملية المراجعة المدركة لكي تصبح أكثر قدرة على تحري الدقة في القوائم المالية.

٣/٤ **التأثير على تقييم المخاطر:** حيث أن المراجعين الذين يحصلون على تفاصيل دقيقة حول مخاطر تغيرات أسعار الصرف يصبح لديهم تصور أفضل حول المخاطر التي يمكن أن تؤثر

على استدامة الأرباح أو التدفقات النقدية للشركة. بذلك، يصبحون قادرين على تقديم تقييمات أكثر دقة حول جودة الرقابة الداخلية وآلية اتخاذ القرارات المالية.

٣/٥ **التأثير على قرارات وإستراتيجيات عملية المراجعة:** حيث أن الإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف يمكن أن يؤثر في استراتيجيات المراجعة نفسها،الأمر الذي يترتب عليه إستدعاء المراجعين لمزيد من إجراء فحوصات إضافية أو إجراء اختبارات للتحقق من مدى تأثير تلك المخاطر على القيمة العادلة للأصول والخصوم، هذا بالإضافة إلى تحسين الإجراءات المتعلقة بالتحوط أو ضبط السياسات المحاسبية الخاصة بتقلبات أسعار الصرف.

٣/٦ **زيادة قدرة المراجعين على التفاعل مع الإدارة:** حيث أن الإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف يوفر معلومات ذات قيمة للمراجعين لمناقشتها مع الإدارة مما يعزز التفاعل بين المراجع والإدارة، ويدعم التحقق من أساليب التنبؤ والتحليل المعتمدة لتقييم تأثير تقلبات العملات، حيث يساعد هذا الأمر المراجعون في تحديد ما إذا كانت التحليلات المالية المقدمة من الإدارة دقيقة وشاملة، بما في ذلك فهم العوامل الخارجية المؤثرة على الشركة، الأمر الذي يترتب عليه زيادة جودة المراجعة المدركة من خلال منح المراجعين صورة أكثر شمولية عن أساليب الإدارة في التعامل مع المخاطر، وهو ما يعزز من نزاهة عملية المراجعة.

٣/٧ **تحسين استجابة المستثمرين وأصحاب المصلحة:** يُعد الإفصاح الشفاف عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف أداة هامة لزيادة ثقة المستثمرين في إدارة المخاطر المالية في الشركة، فالمستثمرون يحتاجون إلى معرفة التأثير المحتمل لتقلبات أسعار الصرف على أداء الشركة من أجل اتخاذ قرارات مستنيرة من خلال وجود بيانات موثوقة وشاملة حول هذه المخاطر في التقارير المالية، بما يدعم جودة القرار الإستثماري.

ويرى الباحث أن الإفصاح الكامل والواضح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف له تأثير إيجابي كبير على جودة المراجعة المدركة، حيث يسهم في تحسين دقة المراجعة وزيادة الشفافية، ويعزز قدرة المراجعين على فهم المخاطر المالية التي قد تؤثر على الوضع المالي للشركة، هذا يؤدي في النهاية إلى تقارير مالية أكثر موثوقية وأدوات تحكم أكثر فعالية، مما يزيد من الثقة في المعلومات المالية المقدمة.

وبناء على ما سبق يمكن صياغة الفرض الأول للبحث على النحو التالي:

الفرض الأول: "يوجد تأثير معنوي للإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف على جودة المراجعة المدركة".

المحور الرابع: تأثير جودة المراجعة المدركة على القيمة السوقية لأسهم الشركات.

اتفقت دراسة كل من (**Birjandi et al., 2015; زكي، ٢٠١٨**) على أن جودة المراجعة المدركة تساهم بشكل كبير في تفسير التغيرات في أسعار وعوائد الأسهم وتخفيض المستوى الفعلي لخطر المعلومات ودعم الإستقرار المالي وهو ما ينعكس على تلبية إحتياجات المستثمرين الحاليين والمرتقبين بما يدعم ترشيد عملية إتخاذ القرار الإستثماري.

وفي هذا الإطار فقد اختبرت دراسة (**علي، ٢٠٢٠**) العلاقة بين الجودة المراجعة المدركة واسعار الأسهم كمؤشر لقيمة الشركة من جهه، ومدي اختلاف هذه العلاقة باختلاف كل من حجم الشركة، درجة الرفع المالي، درجة تعقيد العمليات من جهة أخري، وذلك من خلال دراسة تطبيقية ونظرية علي عينة من الشركات المقيدة بالبورصة المصرية، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج تؤكد على ان جودة المراجعة المدركة تؤثر علي أسعار الأسهم كمؤشر لقيمة الشركة ويختلف هذا التأثير باختلاف حجم الشركة في حين انه لا يختلف باختلاف كل من درجة الرفع المالي ودرجة تعقيد العمليات، وأوصت الدراسة بضرورة سعي مكاتب المحاسبة والمراجعة للشراكة مع منشأت المحاسبة والمراجعة الأجنبية وبالتالي يكون حافزًا للارتقاء بجودة المراجعة.

وفي سياق متصل فقد هدفت دراسة (**الوكيل، ٢٠٢٢**) الي اختبار اثر جودة المراجعة المدركة علي قيمة الشركة سواء بشكل مباشر أو بشكل غير مباشر من خلال إعادة إصدار القوائم المالية كمتغير وسيط واعتمدت الدراسة علي مدخل تحليل المحتوي في فحص التقارير المالية لعينة من الشركات المقيدة بالبورصة المصرية، وتوصلت نتائج الدراسة الي وجود علاقة معنوية عكسية بين جودة المراجعة المدركة وإعادة إصدار القوائم المالية، كذلك توجد علاقة عكسية بين إصدار القوائم المالية وقيمة الشركة، وأوصت الدراسة بضرورة وضع معيار ينظم مستوي الإفصاح المطلوب فيا يتعلق بالمعلومات المتعلقة بإعادة إصدار القوائم المالية من حيث كمية ونوعية وتوقيت الإفصاح.

وطبقاً لما جاء بدراسة (**Thu, et al., 2018**) تؤثر جودة المراجعة المدركة بشكل مباشر علي استقرار الاسواق المالية وعوائد الأسهم، وتعكس مدي دقة وشفافية البيانات المالية التي تقدمها الشركات وهي عامل لتحديد مستويات الثقة لدي المستثمرين، حيث يميل المستثمرون إلي وضع ثقة أكبر في البيانات المالية للشركات عندما تكون جودة المراجعة عالية مما يؤدي الي استقرار اكبر في عوائد الاسهم وتقليل التقلبات، كما أكدت دراسة (**رميلي، ٢٠١٨**) على أن جودة المراجعة المدركة ذات قيمة عالية للمستثمرين حيث أنها تؤكد أن البيانات المالية للشركة تمت مراجعتها بدقة، وتعكس بشكل صحيح وضع الشركة المالي وتساعد في تقليل المخاطر المتعلقة بالاستثمار، مما يجعل الأسهم اكثر جاذبية للمستثمرين.

وفي ذات الإطار فقد أكدت دراسة **(Hamza et al., 2023; Bayo et al., 2023)** على أن جودة المراجعة المدركة تساهم في الحد من ممارسات التلاعب بالارباح مما يعزز من استقرار الاسواق المالية، وجذب المزيد من الإستثمارات، وتحقيق عوائد أعلي للأسهم، كما أن إنخفاض جودة هذا النوع من المراجعة يستدعي حالة لدى المراجعين من زيادة عدم اليقين في تقلبان أسعار الأسهم كما هو الحال في معظم الأسواق الناشئة، كما توصلت دراسة (**Louis et al., 2019)** إلى وجود علاقة طردية بين جودة المراجعة المدركة وقيمة الشركة، حيث أوضحت الدراسة أن تصور المستثمرين السلبي لجودة المراجعة يزيد بشكل كبير من تكلفة رأس المال، وبالتالي فإن إنخفاض جودة المراجعة المدركة يزيد من تكلفة رأس المال بما ينعكس على القيمة السوقية للسهم.

وفي هذا الإطار فقد هدفت دراسة **(منصور، ٢٠٢١)** إلى إختبار أثر جودة المراجعة المدركة على كفاءة الإستثمار بإعتباره من أهم آليات قيمة الشركة، وقد قامت الدراسة بإختبار خمسة متغيرات معدلة على هذه العلاقة وهي التخصص الصناعي للمراجع وسمعة المراجع وحجم مكتب المراجعة ومدة المراجعة والقطاع الصناعي لعميل المراجعة، وذلك بالتطبيق على عينة مكونة من ٩٦ شركة من الشركات غير المالية المقيدة بالبورصة المصرية خلال الفترة من ٢٠١٢ حتى ٢٠١٩، وقد توصلت الدراسة إلى وجود علاقة طردية معنوية بين جودة المراجعة المدركة وكفاءة الإستثمار، كما أشارت الدراسة إلى وجود تأثير لكل من تخصص المراجع وسمعته وحجم مكتب المراجعة كمتغيرات معدلة على العلاقة بين جودة المراجعة المدركة وكفاءة الإستثمار، في حين لا يوجد تأثير لكل من مدة المراجعة والقطاع الصناعي لعميل المراجعة كمتغيرين معدلين على هذه العلاقة.

ويرى الباحث أن جودة المراجعة المدركة لها تأثير هام على القيمة السوقية للأسهم وذلك من خلال تحسين شفافية المعلومات وزيادة درجة الثقة فيها، بما يدعم عدم تماثل المعلومات بين الإدارة والمستثمرين، علاوة على الحد من مخاطر الاحتيال والاخطاء الناتجة من جودة المراجعة المدركة تعزز الثقة لدى المستثمرين في البيانات المالية للشركة بما ينعكس بشكل إيجابي على القيمة السوقية لأسهم تلك الشركة.

وبناء على ما سبق يمكن صياغة الفرض الثاني للبحث على النحو التالي:

الفرض الثاني: "**يوجد تأثير معنوي لجودة المراجعة المدركة على القيمة السوقية لأسهم الشركات**".

المحور الخامس: تأثير الإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف على العلاقة بين جودة المراجعة المدركة والقيمة السوقية لأسهم الشركات.

يعتبر الإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف عنصرًا مهمًا في تحليلات التقارير المالية، خاصة بالنسبة للشركات التي تعتمد على الأنشطة الدولية أو تعمل في أسواق متعددة العملات، حيث يمكن أن يؤثر هذا الإفصاح بشكل مباشر على العلاقة بين جودة المراجعة المدركة والقيمة السوقية لأسهم تلك الشركات.

والجدير بالذكر وطبقاً لما أكدت عليه دراسة كل من (**Almaharmeh et al., 2021; Mardessi, 2022**) أن تأثير تغيرات أسعار الصرف على المركز المالية للشركات يعد جزء أساسي في فهم التأثير المالي لتغير سعر الصرف والذي يظهر في إنخفاض صافي ثروة الشركة بسبب زيادة إلتزاماتها مقارنة بأصولها، بالإضافة إلى ذلك يظهر هذا الإنخفاض في بيان التدفقات النقدية حيث يتطلب دفع فوائد إضافية للإقتراض ويجب على المراجع التأكد من صحة المعالجات المالية وضمان تطابقها مع المعايير المحاسبية.

وفي ضوء معيار المحاسبة الدولي رقم ٢١ وقرار وزيرة الاستثمار رقم ١٦ لسنة ٢٠١٧ بإضافة ملحق (أ) لمعيار المحاسبة المصرى رقم (١٣) والخاص بآثار التغييرات فى أسعار صرف العملات الأجنبية، حيث نادت تلك المعايير بضرورة كيفية تعديل البيانات المالية للتغيرات في أسعار الصرف، مع توفير إرشادات حول كيفية الإبلاغ عن المكاسب والخسائر المحققة وغير المحققة المتعلقة بالمعاملات بالعملات الأجنبية، وبإتباع هذه الإرشادات يمكن للشركات تقديم معلومات دقيقة للمستثمرين حول أدائها المالي الحالي والتاريخي.

وفي هذا الشأن وطبقاً لما جاء بدراسة كل من (**Bradbury et al., 2023; Safari et al., 2021 شحاته وآخرون، ٢٠٢٢ ؛ إسماعيل، ٢٠٢٤**) فإنه يجب أن يبذل المراجعون المزيد من الجهد والوقت لتقييم أدلة المراجعة المتعلقة بالإفصاح وتقييم الأصول والإلتزامات المقومة بالعملات الأجنبية، كما يتعين عليهم تقييم الوضع المالي للشركة عند تعويم سعر الصرف لإبداء الرأي بشأن تأثير تقلبات الأسعار، والتي من المتوقع أن يؤثر تخصص المراجع الصناعي وحجم

مكتب المراجعة بشكل كبير على دقة رأي المراجع في الحد من مخاطر تقلبات سعر الصرف، مما يؤثر بشكل إيجابي على القيمة السوقية للأسهم.

وفي ذات الإطار فقد ناقشت دراسة (**Nicolas et al., 2022**) كيفية تأثير جودة المراجعة المدركة على الحد من مخاطر المعلومات مما يتيح للمراجع فهماً أفضل لأداء الشركة، والتي يترتب عليها إحداث وفرة في كمية المعلومات المستخدمة في عملية المراجعة، مما يحسن من جودة تقارير المراجعة وقابليتها للفهم، كما أن الإلتزام بالمعايير المطلوبة في شركات المراجعة يساهم بشكل كبير في قيام المراجع سيبذل جهداً كبيراً في فحص البيانات المالية، مما يعزز ثقة العملاء ويساعد في إدارة مخاطر تقلبات سعر الصرف وفقاً للمعايير المنصوص عليها وبالتالي زيادة القيمة السوقية للسهم.

والجدير بالذكر أن إفصاح الشركات عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف يعد أيضًا مؤشرًا على مستوى الحوكمة الجيدة في الشركة، حيث أن الشركات التي تسعى للإفصاح الكامل عن مخاطرها المالية بما في ذلك تقلبات العملات تظهر أنها تتبع سياسات حوكمة صارمة وشفافة، مما يعزز ثقة المستثمرين ويجعلهم يميلون إلى تقييم الأسهم بشكل إيجابي مما يؤثر في النهاية على قيمة الأسهم السوقية.

هذا وقد تناولت دراسة كل من (**Friedrich et al., 2024; Khan et al., 2023**) العلاقة التفاعلية بين الإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف والتغيرات البيئية الاقتصادية الكلية مثل التقلبات في السياسات النقدية أو الأزمات الاقتصادية العالمية، وفي مثل هذه الحالات تساعد المراجعة المدركة ذات الجودة العالية في إظهار قدرة الشركة على التكيف مع هذه المتغيرات بشكل فعال، بما ينعكس على القيمة السوقية للأسهم.

ويرى الباحث أن المستثمرون يتخذون قراراتهم بناءً على قدرة الشركة على إدارة المخاطر بما في ذلك مخاطر تغيرات أسعار الصرف في ظل وجود مراجعة تتميز بالدقة والجودة، بما يجعل المستثمرين أكثر قدرة على اتخاذ قرارات استثمارية مستنيرة، مما قد يؤدي إلى زيادة الطلب على الأسهم ورفع قيمتها السوقية.

كما يؤكد الباحث على أن تغيرات أسعار العملة والأزمات المالية العالمية وتقلبات أسعار النفط أصبح يمثل تحديات كبيرة للشركات، حيث تسعى تلك الشركات بشكل كبير إلى الإفصاح الكامل والمفصل عن تلك التحديات، وفي الوقت نفسه عندما تكون المراجعة المدركة لدى هذه الشركات ذات جودة عالية فإن هذا الأمر يعزز من مصداقية الإفصاحات، ويقلل من حجم الفجوات في التوقعات المالية بما يؤدي إلى ثقة المستثمرين والمحللين الماليين في تلك الشركات بما يترتب عليه إستقرار في قيمة الأسهم وزيادة الطلب عليها.

وبناء على ما سبق يمكن صياغة الفرض الثالث للبحث على النحو التالي:

الفرض الثالث: "يوجد تأثير معنوي للإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف على العلاقة بين جودة المراجعة المدركة والقيمة السوقية لأسهم الشركات ".

المحور السادس – الدراسة التطبيقية.

٦/١ هدف ومنهجية الدراسة:

تهدف الدراسة التطبيقية إلي قياس أثر الإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف على العلاقة بين جودة المراجعة المدركة والقيمة السوقية للأسهم في الشركات المقيدة بالبورصة المصرية للشركات غير المالية المدرجة في البورصة المصرية لعينة الشركات، ولتحقيق هذا الهدف سوف يعرض الباحث كل من مجتمع وعينة الدراسة ونموذج الدراسة وتوصيف وقياس متغيرات الدراسة وأدوات وإجراءات الدراسة التطبيقية والأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات وذلك على النحو التالي:

٦/٢ مجتمع وعينه الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من كافة الشركات المقيدة ببورصة الأوراق المالية المصرية خلال الفترة من عام ٢٠١٩ إلى عام ٢٠٢٣، وقد تم تجميع بيانات الدراسة بداية من عام ٢٠١٩ نظراً للتغيرات السريعة والمتلاحقة في أسعار الصرف التي ظهرت بوضوح في البيئة المصرية، مما انعكس على بورصة الأوراق المالية المصرية، وقد تم إستبعاد المؤسسات المالية (البنوك وشركات التأمين) نظراً لخضوعها لقواعد تنظيمية مختلفة.

وقد تم إختيار عينة حكمية من هذه الشركات بشرط توافر الشروط التالية :

١- أن تكون الشركة مقيدة ببورصة الأوراق المالية المصرية.

٢- توافر القوائم المالية السنوية للشركة خلال فترة الدراسة.

٣- أن تقوم بنشر قوائمها المالية بالجنيه المصري وقد تم إستبعاد مشاهدات الشركات التي لم تتوفر قوائمها المالية، وقد بلغ عدد شركات العينة محل الدراسة ٨٢ شركة من الشركات المقيدة ببورصة الأوراق المالية المصرية بعدد مشاهدات قدرها ٣٥٢ مشاهدة.

جدول رقم (١) التوزيع القطاعي للشركات ونسبة كل قطاع في عينة الدراسة

م	القطاع	عدد الشركات	عدد المشاهدات	نسبة شركات العينة مصنفة قطاعياً (%)
١	أغذية ومشروبات وتبغ	١١	٦٠	%١٧
٢	إتصالات وإعلام وتكنولوجيا	٦	٢٠	%٥.٦
٣	عقارات	١٢	٥٦	%١٦.١
٤	السياحه والترفيه	٤	٢٣	%٦.٦
٥	رعايا صحية وأدوية	٨	٣٨	%١٠.٨
٦	خدمات ومنتجات صناعية وسيارات	٧	١٦	%٤.٥
٧	مقاولات	٧	٢٤	%٦.٩
٨	موزعون وتجار تجزئة	٤	٩	%٢.٥
٩	مرافق	١	٤	%١.١
١٠	خدمات تعليميه	٣	١٦	%٤.٥
١١	منسوجات وسلع معمره	٣	١٦	%٤.٥
12	موارد أساسية	٨	٣٤	%٩.٦
13	مواد بناء	٥	٢٤	%٦.٩
14	ورق ومواد تعبئة وتغليف	٣	١٢	%٣.٤
إجمالي عدد الشركات		٨٢		%١٠٠
إجمالي عدد المشاهدات		٣٥٢		%١٠٠

٦/٣ أسلوب جمع البيانات الدراسة:

اعتمد الباحث علي القوائم والتقارير المالية المنشورة بالمواقع الالكترونية الرسمية بكل شركة وغير المنشورة والمتاحة في مصر مباشر لنشر المعلومات، وتم التحليل والتطبيق علي فترة (٢٠١٩ – ٢٠٢٣) وعدد المشاهدات ٣٥٢ مشاهدة، وتم تحليل بيانات الدراسة بواسطة الحزمة الاحصائية لبرنامج (SPSS).

٦/٤ توصيف متغيرات الدراسة وطرق قياسها:

تم توصيف وقياس متغيرات الدراسة على النحو التالي:

جدول (٢) توصيف ومؤشر متغيرات الدراسة

طبيعة المتغيرات	المتغيرات	الرمز	طريقة القياس
المتغير التابع	القيمة السوقية للأسهم	SP_{it}	اعتمد الباحث على نموذج (**Ohlson, 1995**) في قياس القيمة السوقية للأسهم من خلال المعادلة التالية : $SP_{it} = \beta_0 + \beta_1 BVP_{it} + \beta_2 EPS_{it}$ حيث أن: SP_{it} : هو القيمة السوية للسهم ويقاس بسعر إقفال السهم في أول يوم عمل تالي لتاريخ تقرير مراقب الحسابات. BVP_{it} : هي القيمة الدفترية للسهم العادي للشركة (i) في نهاية السنة (t)، وتحسب بقسمة القيمة الدفترية لإجمالي حقوق المساهمين مطروحاً منها القيمة الدفترية لحقوق الأسهم الممتازة على الأسهم العادية القائمة. EPS_{it} : هي نصيب سهم الشركة (i) في نهاية السنة (t)، وتحسب بقسمة صافي الدخل بعد الضريبة على عدد الأسهم العادية.
المتغير المستقل	جودة المراجعة المدركة	PAQ	متغير وهمي يأخذ (١) في حالة مراجعة القوائم المالية بواسطة مراقب الحسابات من أحد مكاتب BIG4 والقيمة (٠) فيما عدا ذلك، اعتماداً على (**Alfraih, 2017 ;على، ٢٠٢٠**)
المتغير المعدل	الإفصاح عن مخاطر التغيرات في أسعار الصرف	DERR	يقاس هذا المتغير بمعدل التقلبات في أرباح وخسائر أسعار الصرف – X-Rate V، عن طريق إيجاد مقدار الفرق بين أرباح أو خسائر أسعار الصرف عن عامين متتاليين ÷ أسعار الصرف للسنه الأولى.
المتغيرات الرقابية	العائد علي الاصول	ROA	يوضح قدرة الأصول المستخدمة في توليد عائد ويتم قياسه بقسمة صافي الدخل ÷ إجمالي أصول السنة، وذلك بالإعتماد على دراسة (**Hammami & Hendijani, 2020**)
	الرافعة المالية	LEV	وهي تمثل النسبة المئوية لإجمالي الديون أو الإلتزامات ÷ إجمالي الأصول في نهاية السنة، وذلك بالإعتماد على دراسة (**Moussa, 2023**)
	حجم الشركة	F.SIZE	يقصد به طاقات وإمكانيات الشركة المادية والبشرية والتكنولوجية التي تعبر عن قدرتها على توليد إيردات النشاط، قياساً على (**Fujianti & Satria, 2020**).

٦/5 صياغة النماذج الإحصائية اللازمة لإختبار فروض الدراسة:

بناء على ما سبق ومن خلال مشكلة الدراسة وأهدافها وفروضها قام الباحث بإعداد ثلاثة نماذج أساسية لقياس الإفصاح عن التغيرات في أسعار الصرف كمتغير مُعدل على العلاقة بين

جودة المراجعة المدركة (متغير مستقل) والقيمة السوقية للأسهم (متغير تابع)، هذا بالإضافة إلى إستخدام بعض المتغيرات الرقابية التي تم الإشارة إليها من قبل.

وفي ضوء ما سبق يمكن للباحث صياغة نماذج الدراسة في شكل نماذج إنحدار وذلك على النحو التالي:

النموذج الأول : أثر الإفصاح عن مخاطر التغيرات في أسعار الصرف على جودة المراجعة المدركة

$$PAQ_{it} = \beta_0 + \beta_1 (DERR) + \beta_2 (F\ SIZE) + \beta_3 (LEV) + \beta_4 (ROA) + £_{it}$$

النموذج الثاني : أثر جودة المراجعة المدركة على القيمة السوقية للأسهم

$$SP_{it} = \beta_0 + \beta_1 (BVP_{it}) + \beta_2 (EPS_{it}) + \beta_3 (PAQ) + \beta_4 (F\ SIZE) + \beta_5 (LEV) + \beta_6 (ROA) + £_{it}$$

النموذج الثالث : أثر الإفصاح عن التغيرات في أسعار الصرف على العلاقة بين جودة المراجعة المدركة والقيمة السوقية للأسهم

$$SP_{it} = \beta_0 + \beta_1 (BVP_{it}) + \beta_2 (EPS_{it}) + \beta_3 (PAQ) + \beta_4 (DERR * PAQ) + \beta_5 (F\ SIZE) + \beta_6 (LEV) + \beta_7 (ROA) + £_{it}$$

حيث أن:

($DERR_{it}$) : الإفصاح عن التغيرات في أسعار الصرف

(PAQ_{it}) : جودة المراجعة المدركة

(SP_{it}) : القيمة السوقية للأسهم

(BVP_{it}): هي القيمة الدفترية للسهم العادي للشركة (i) في نهاية السنة (t)، وتحسب بقسمة القيمة الدفترية لإجمالي حقوق المساهمين مطروحاً منها القيمة الدفترية لحقوق الأسهم الممتازة على الأسهم العادية القائمة.

(EPS_{it}): هي نصيب سهم الشركة (i) في نهاية السنة (t)، وتحسب بقسمة صافي الدخل بعد الضريبة على عدد الأسهم العادية.

($F\ SIZE_{it}$) : حجم الشركة
(LEV_{it}) : الرافعة المالية
(ROA_{it}) : العائد على الأصول
($\beta_1 - \beta_7$): معاملات الإنحدار لمتغيرات الرقابة
($£_{it}$): بند الخطأ العشوائي
(β_0): قيمة الثابت في معادلة الإنحدار
(**DERR * PAQ**): متغير يعكس التفاعل بين الإفصاح عن التغيرات في أسعار الصرف وجودة المراجعة المدركة.

٦/6 الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل بيانات الدراسة :

قام الباحث بإجراء عمليات الترميز لكافة متغيرات الدراسة ثم إدخال وتشغيل البيانات على الحاسب الآلي بإستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الإجتماعية (**SPSS**) الإصدار (٢٤) وأيضاً تم الإعتماد على برنامج التحليل القياسي **E-Views** الإصدار (١٠)، وذلك بهدف إجراء التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة التطبيقية في ضوء الإعتماد على بعض الأساليب الإحصائية لأغراض إختبار فروض الدراسة والتي إشتملت على:

- التحليل الإحصائي الوصفي **Descriptive Statistics** : ويستخدم هذ التحليل بهدف الحصول على معلومات خاصة عن خصائص البيانات المستخدمة في التحليل مثل (أقل قيمة، أعلى قيمة، الوسط الحسابي، الإنحراف المعياري، المدي)
- إختبار **Kolmogorov – Smirnov Test** وإختبار **Jarque – Bera** : وذلك للتحقق من مدى إقتراب بيانات الدراسة التطبيقية من التوزيع الطبيعي **Normal Distribution**
- إختبار الإرتباط الذاتي **Autocorrelation Test** : وذلك لفحص والتأكد من وجود مشكلة الإرتباط الذاتي في نماذج الدراسة من عدمه بالإستعانة بإختبار **(Durbin Watson Test)**
- إختبار معامل تضخم التباين **Variance Inflation Factor (VIF)** : حيث يستخدم هذا الإختبار للتأكد من عدم وجود مشكلة الإزدواج الخطي بين متغيرات الدراسة.

- مقياس إستقرار السلاسل الزمنية : والذي يتم من خلال إختبار جذر الوحدة **Unit Root Test** لفحص إستقرار أو سكون المتغيرات المكونة للسلاسل الزمنية وتحديد درجة التكامل بينها، وذلك تفادياً لمشكلة الإستدلال القياسي.
- إختبار تكامل السلاسل الزمنية **Co–Integration Test** : بهدف التحقق من التوازن بين متغيرات الدراسة.
- إختبار بيرسون **(Pearson Correlation Matrix)** للعلاقات الثنائية لتحديد طبيعة وقوة وإتجاه العلاقة بين متغيرات الدراسة.
- تحليل الإنحدار الخطي المتعدد وذلك لتوضيح العلاقة بين متغيرات البحث.

٦/7 تحليل نتائج الدراسة التطبيقية وإختبار فروض البحث

٦/7/١ إختبار صلاحية البيانات للتحليل الإحصائي

٦/7/١/١ إختبار التوزيع الطبيعي (Normal Distribution Test)

إستخدم الباحث إختبار **(Kolmogorov – Smirnov)** ضمن حزمة البرنامج الإحصائي **(SPSS)** وإختبار **(Jarque – Bera)** ضمن برنامج **(E– Views)** وذلك للتحقق من التوزيع الطبيعي للبيانات، وذلك بالنسبة لمتغيرات الدراسة الكمية المتصلة، ويمكن الحكم على توافر التوزيع الطبيعي للبيانات إذا كانت درجة معنوية **(Sig)** كلا الإختبارين أكبر من **(0.05)**، ويتضح ذلك من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (٣) نتائج إختبار التوزيع الطبيعي (Normal Distribution)

المتغيرات الكمية المتصلة	عدد المشاهدات	Kolmogorov–Smirnov		Jarque–Bera Test	
		Statistic	Sig.	J – B	Sig.
القيمة السوقية للأسهم SP	352	.267	.000	15573.41	.000
جودة المراجعة المدركة PAQ	352	.215	.000	2174.907	.000
الإفصاح عن مخاطر التغيرات في أسعار الصرفDERR	352	.245	.000	2417.72	.000
حجم الشركة F.SIZE	352	.056	.200	4060.788	.000
الرافعة المالية LEV	352	.341	.000	٦٦٦٧٤.٤٣	.000
معدل العائد على الأصولROA	352	.٣١١	.000	٦٥٦٧٢.٤٠	.000

وبنا على ما جاء بالجدول السابق يتضح للباحث أن درجة المعنوية (**Sig.**) أقل من (**0.05**) لكافة المتغيرات مما يعني عدم توافر التوزيع الطبيعي للبيانات فيما عدا حجم الشركة (**F.SIZE**) طبقاً لإختبار (**Kolmogorov- Smirnov**) ويتفق إختبار (**Jarque – Bera**) مع هذه النتيجة، ولعلاج هذه المشكلة يتم إستخدام دالة اللوغاريتم الطبيعي **Natural Log** لهذه التمغيرات بحيث تقترب من التوزيع الطبيعي، وطبقاً لنظرية النهاية المركزية (**Central Limit**) والتي تنص على أنه من الممكن إفتراض تحقق شرط التوزيع الطبيعي للعينات الكبيرة (**n > 30**) بصرف النظر عن توزيع المجتمع الأصلي، وبما أن حجم العينة في هذه الدراسة (**n=352**) فلن تكون مشكلة عدم توزيع البيانات توزيعاً طبيعياً ذات تأثير على صحة النماذج.

٦/7/٢ قياس إستقرار السلاسل الزمنية Time Series Stationarity

للتحقق من إستقرار السلاسل الزمنية لمتغيرات الدراسة تم إستخدام إختبار جذر الوحدة (**Unit Root Test**) وذلك لتجنب مشكلات الإنحدار الزائف ويوضح الجدول رقم (٤) التالي نتائج إختبار إستقرار السلاسل الزمنية لمتغيرات الدراسة، ولأغراض الثقة قام الباحث بإستخدام أربعة إختبارات لجذر الوحدة هي **ADF Fisher Chi Square – PP – Fisher Chi – Square – Levin Lin & Chu t – Im pesaran and Shin W – Stat**

جدول رقم (٤)نتائج إختبار إستقرار السلاسل الزمنية لمتغيرات الدراسة بإستخدام الإختبارات المختلفة لجذر الوحدة

الإختبارات	Statistic	Sig.
Levin Lin & Chu t	-١٦.٦٧٥١	***0.001
Im , Presaran and Shin W – stat	-١٦.٦٦٤٣	***0.001
ADF – Disher chi – Square	٢٤٥.٢٢٢	***0.001
PP – Fisher Chi – Square	٢٤٧.٦٣٧	***0.001

*** دالة عند مستوى مع معنوية أقل من 0.001

المصدر : إعداد الباحث إعتماداً على مخرجات البرنامج الإحصائي (E-Views)

يتضح من الجدول رقم (٤) السابق أن نتائج الإختبارات الأربعة لجذر الوحدة دالة عند مستوى معنوية أقل من (**0.001**) مما يعني رفض فرض العدم القائل بأن السلاسل الزمنية

لمتغيرات الدراسة غير مستقرة وقبول الفرض الذي يشير إلى سكون السلاسل الزمنية لمتغيرات الدراسة وإستقرارها عند المستوى (0) –١

٦/7/٣ إختبار تكامل السلاسل الزمنية (Co– Integration Test)

في ضوء إختبار جذر الوحدة السابق إتضح أن هناك متغيرات ساكنة أو متكاملة عند مستوياتها الأولى **I(0)**، أي أنها غير ساكنة في المستوى الأصلي وبالتالي لابد من إختبار البواقي الناتجة من تقدير العلاقة الخطية بينها بحيث تكون متكاملة من الرتبة **U = I (0)**، ومن ثم يتحقق التوازن في الأجل الطويل والحصول على معلمات إنحدار حقيقية للتأكد من سكون البواقي لإنحدار التكامل المشترك الخاصة بنماذج الدراسة، ويظهر ذلك بالصورة الكاملة في الجدول التالي رقم (٥):

جدول رقم (٥) نتائج إختبار جذر الوحدة Unit Root لاختبار سكون البواقي بإستخدام إختباري (ADF) و(LLC)

المتغيرات	نوع الإختبار	المستوى The Level				درجة التكامل
		Constant		Constant & Trend		
		Statistic	Prob.	Statistic	Prob.	
البواقي U	(ADF)	−2.8٥٢١	0.003٣**	−2.٢٤٦٥	0.0132*	I (0)
	(LLC)	−١١.٣٣١٧	0.000**	−١١.٢٦٤٧	0.000**	I (0)

وفي إطار ما تقدم وبالنظر إلى الجدول السابق نجد أن بواقي معادلة الإنحدار تتميز بالسكون أي أنها متكاملة من الدرجة صفر **I (0)**، ولتحديد مدى وجود ظاهرة التكامل المشترك بين متغيرات النموذج من عدمه فإنه يتم الكشف عن التكامل المشترك من خلال إختبار جوهانسون، حيث أنه إذا كانت متغيرات السلسلة الزمنية غير مستقرة بمستوياتها فإن ذلك يعني أنها متكاملة ويدل على وجود تكامل مشترك وعلاقة توازنية طويلة الأجل بين المتغيرات البحثية لنماذج الدراسة وعندها يمكن إجراء إختبارات **(Trace Test – Max – Elgen value Test)** وذلك طبقاً لنتائج الجدول التالي رقم (٦):

جدول رقم (6) نتائج إختبار جوهانسون للتكامل المشترك (Co – integration Test)

Max- Elgen value Test			Trace Test			عدد علاقات التكامل بين المتغيرات
Prob.	0.01 critical value	Max Eigen statistic	Prob.	0.01 critical value	Trace statistic	
0.0001	٤٣.٨٦٤٥١	٢١٣.٠٥٣١٤	0.0001	١٠٢.٩٣٦٤	٧١٢.٤٤٣٢	R= 0
0.0000	٣٢.٣٥٧٧٤	١٣٦.٦٥٤٢	0.0001	٧٦.٨٢٣٥٥	٤٨٨.٣٣٤١	R ≤ 1
0.0000	٣٢.٧٤٥٥٢	١٣٦.٨٥٤٤٢	0.0001	٥٤.٦٢٢٦١	٣٤٦.٧٧٣٢	R ≤ 2
0.0001	٢٤.٨٥٤٢٥	١١٢.٦٤٣١	0.0001	٣٢.٤٥٧٦١	٢٠٦.٨٥١١	R ≤ 3
0.0000	١٦.٥٣٤٢٦	٧٢.١٦٤٢	0.0000	١٦.٩٥٦٢	٩١.١٤٥٥	R ≤ 4
0.0000	٦.٥٧٤٤٦	١٨.٩٥٢٢٧	0.0000	٦.٦٥٤٦١	١٧.٩٤١٣٢	R ≤ 5

حيث تشير نتائج إختبار جوهانسون الواردة في الجدول السابق رقم (٦) إلى رفض وجود أي علاقة تكامل مشترك بين متغيرات النماذج عند مستوى معنوية (**0.01**) وفقاً للإختبارين، حيث ينطوي النموذج على ستة من علاقات التكامل المشترك بين متغيراته وهذا يعني وجود علاقات تحقق التوازن بين متيغرات النماذج في الأمد الطويل.

٦/٨ التحليل الوصفي لمتغيرات الدراسة :

٦/٨/١ التحليل الوصفي للمتغيرات الكمية المتصلة

يوضح الجدول رقم (٧) التالي التحليل الإحصائي الوصفي لمتغيرات الدراسة الكمية والتي تشمل كل من القيمة السوقية للأسهم (**SP**)، الإفصاح عن التغيرات في أسعار الصرف (**DERR**) وأيضا المتغيرات الرقابية والتي تتضمن حجم الشركة (F Size)، معدل الرافعة المالية(**LEV**)، معدل العائد على الأصول(**ROA**).

جدول (٧) التحليل الإحصائي الوصفي لمتغيرات الدراسة الكمية

المتغير	المتوسط	انحراف معياري	الحد الأدني	الحد الأعلي
(SP)	0.016	0.005	0.000	0.043
(DERR)	0.0217	0.043	-0.078	0.134
(F Size)	24.31	1.168	15.242	22.677
(LEV)	0.423	0.252	0.001	0.954
(ROA)	0.056	0.074	-0.123	0.240

يتضح من الجدول رقم (٧) السابق أنه بالنسبة للقيمة السوقية للشركة فقد بلغ متوسط الإنحراف عن تلك القيمة (٠.٠١٦)، كما بلغ الحد الأدنى لها **(0.000)** والحد الأعلى **(0.043)** وذلك بإنحراف معياري **(0.005)**.

وبلغ متوسط الإفصاح عن التغيرات في أسعار الصرف **(0.0217)**، وإنحراف معياري **(0.043)** وبلغ الحد الأدنى له **(0.078 -)** والحد الأعلى **(0.134)**، تتراوح أحجام شركات العينة خلال الفترة محل الدراسة مقاسة باللوغاريتم الطبيعي لإجمالي الأصول في نهاية العام ما بين **(15.242)** كحد أدنى و **(٢٢.٦٧٧)** كحد أقصى وذلك بمتوسط **(24.31)** وبإنحراف معياري **(1.168)** ، كما بلغ متوسط الرافعة المالية **(0.423)** بإنحراف معياري **(0.252)**، ومتوسط معدل العائد على الأصول **(0.056)** بإنحراف معياري **(0.074)** وبلغ الحد الأدنى له **(0.123-)** والحد الأعلى **(0.240)**.

٦/٨/٢ التحليل الإحصائي الوصفي لمتغيرات الدراسة الوصفية – الوهمية

يوضح الجدول رقم (٨) التالي وصفاً أولياً لمتغيرات الدراسة الوصفية والتي تتمثل في المتغيرات الوهمية **Dummy Variables** والتي يتم التعبير عنها بالقيمتين (١) أو **(صفر)** وهي **جودة عملية المراجعة.**

جدول (٨) التحليل الإحصائي الوصفي لمتغيرات الدراسة الوصفية – الوهمية

المتغير	مشاهدات متحققة (١)		مشاهدات غير متحققة (صفر)	
	التكرارات	النسبة	التكرارات	النسبة
جودة المراجعة المدركة (PAQ)	110	%31.3	242	%68.7

يتضح من الجدول رقم (٨) السابق إنحفاض عدد المشاهدات الشركات التي تطبق جودة عملية المراجعة خلال فترة الدراسة حيث بلغت **(110)** مشاهدة بنسبة **(31.3%)** وذلك مقارنة بعدد المشاهدات للشركات التي لا تطبق جودة عملية المراجعة والتي بلغت **(242)** مشاهدة بنسبة **(68.7%)**.

٦/٩ نتائج إختبارات فروض الدراسة :

لإختبار صحة فروض الدراسة والتعرف على طبعة وإتجاه وقوة العلاقة بين متغيرات الدراسة تم إجراء تحليلي الإرتباط والإنحدار وذلك على النحو التالي :

٦/٩/١ تحليل إرتباط بيرسون :

يوضح الجدول رقم (٩) التالي مصفوفة إرتباط بيرسون **(Pearson Correlation Matrix)** للعلاقات الثنائية لتحديد طبيعة وقوة وإتجاه العلاقة بين متغيرات الدراسة

جدول رقم (٩)

مصفوفة إرتباط بيرسون للعلاقات الثنائية بين المتغيرات البحثية

Variables	SP	PAQ	DERR	LEV	F.SIZE	ROA
SP	1					
PAQ	0.641	1				
DARR	0.597	0.٤46	1			
LEV	0.323	0.278	0.077	1		
F.SIZE	0.306	0.375	0.174	0.808	1	
ROA	0.427	0.419	0.120	0.225	0.089	1

هذا ويتضح من الجدول رقم (٩) السابق ما يلي

١- وجود علاقة إيجابية طردية معنوية بين جودة المراجعة المدركة **PAQ** (المتغير المستقل) والقيمة السوقية للأسهم **SP** (المتغير التابع) عند مستوى معنوية أقل من **(0.001)** وبمعامل إرتباط **(0.641)** وهو ما يشير إلى أنه كلما زادت جودة المراجعة المدركة أدى ذلك إلى زيادة القيمة السوقية للأسهم .

٢- وجود علاقة إرتباط عكسية معنوية بين الإفصاح عن مخاطر التغيرات في أسعار الصرف **DERR** (المتغير المعدل) والقيمة السوقية للأسهم SP (المتغير التابع) عند مستوى معنوية أقل من **(0.001)** وبمعامل إرتباط **(0.597)** مما يعني وجود علاقة إرتباط طردية بين الإفصاح عن مخاطر التغيرات في أسعار الصرف والقيمة السوقية للأسهم .

٣- وجود علاقة ارتباط إيجابية طردية معنوية بين جودة المراجعة المدركة (المتغير المستقل) والإفصاح عن مخاطر التغيرات في أسعار الصرف (المتغير المعدل) عند مستوى معنوية أقل من **(0.001)** وبمعامل إرتباط **(0.446)** وهو ما يشير إلى جودة المراجعة المدركة عند والإفصاح عن مخاطر التغيرات في أسعار الصرف.

٤- وفيما يتعلق بمعاملات الإرتباط بين القيمة السوقية للأسهم SP والمتغيرات الرقابية يلاحظ وجود علاقة إيجابية طردية معنوية مع كل من الرافعة المالية **LEV**، حجم الشركة **F.SIZE**، ومعدل العائد على الأصول **ROA** عند مستوى معنوية أقل من **(0.001)** وبمعاملات إرتباط **(0.323)** و**(0.306)** و**(0.427)** على التوالي وهو ما يشير إلى ارتفاع كل من الرافعة المالية **LEV**، حجم الشركة **F.SIZE**، ومعدل العائد على الأصول **ROA** كلما زاد معدل القيمة السوقية للأسهم والعكس صحيح.

٥- وفيما يتعلق بمعاملات الإرتباط بين جودة المراجعة المدركة والمتغيرات الرقابية فيلاحظ وجود علاقة إيجابية طردية معنوية مع مع كل من الرافعة المالية **LEV**، حجم الشركة F.SIZE، ومعدل العائد على الأصول **ROA** عند مستوى معنوية أقل من **(0.001)** وبمعاملات إرتباط (٠.٢٧٨) و(٠.٣٧٥) و(٠.٤١٩) على التوالي وهو ما يشير إلى زيادة كل من الرافعة المالية **LEV**، حجم الشركة **F.SIZE**، ومعدل العائد على الأصول ROA كلما زاد معدل جودة المراجعة المدركة والعكس صحيح.

٦/٩/٢ تحليل الإنحدار الخطي المتعدد :

لإختبار صحة فروض الدراسة تم إجراء تحليل الإنحدار الخطي المتعدد وذلك لتوضيح العلاقة بين المتغير المستقل (جودة المراجعة المدركة) والمتغير التابع (القيمة السوقية للأسهم) في ضوء المتغير المُعدل (الإفصاح عن التغيرات في أسعار الصرف) بإستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الإجتماعية (**SPSS**) الإصدار (٢٤) وبرنامج التحليل القياسي **E-Views** الإصدار (١٠) على النحو التالي:

٦/٩/٢/١ نتائج إختبار الفرض الأول

ينص الفرض الأول على أنه "يوجد تأثير معنوي للإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف على جودة المراجعة المدركة".

حيث قام الباحث بتطوير هذا الفرض من خلال صياغة نموذج الإنحدار الخطي المتعدد بهدف التعرف على العلاقة بين متغيرات الفرض السابق وذلك بعد إضافة بعض المتغيرات الرقابية، ويوضح الجدول التالي رقم (١٠) نتيجة الإختبار الإحصائي لنموذج الفرض الأول:

جدول رقم (١٠)

نموذج الإنحدار الخطي المتعدد لنموذج الفرض الأول

المتغيرات المستقلة	المعاملات	الخطأ المعياري	إحصائية T	مستوى الدلالة
C	−114.7236	54.16706	−2.16533	0.0321
DERR	0.077178	0.016634	3.95718	0.0001
FSIZE	1.066442	0.334363	3.27465	0.0013
LEV	0.169876	0.407367	0.461532	0.٠٠١7
ROA	0.083026	0.106608	0.831527	0.٠٠١4
R-squared	0.207447	Mean dependent var		0.054836
Adjusted R-squared	0.1٧8276	S.D. dependent var		0.0954623
S.E.of regression	0.898569	Akaike info criterion		2.654322
Sum squared resid	227.7536	Schwarz criterion		2.754223
Log likelihood	−388.0066	Hassan- Quinn criter		2.688612
F-statistic	8.165431	Durbin – Watson stat		2.268682
Prob (F statistic)	0.000			

١- وفي ضوء ما جاء بالجدول السابق يتضح للباحث أن قيمة مستوى الدلالة الخاص بإختبار معنوية الإفصاح عن مخاطر التغيرات في أسعار الصرف **(DERR)** مع جودة المراجعة المدركة **(PAQ)** أقل من قيمة مستوى المعنوية **(0.05)**، وهذا يعني وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين الإفصاح عن مخاطر التغيرات في أسعار الصرف (المتغير المُعدل) وجودة المراجعة المدركة (المتغير المستقل)، وهذا يثبت صحة الفرض الأول والذي ينص على أنه "**يوجد تأثير معنوي للإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف على جودة المراجعة المدركة**"

٢- أن قيمة مستوى الدلالة الخاص بكل من الحد الثابت **(C)** وحجم الشركة **(FSIZE)**، الرافعة المالية **(LEV)**، و معدل العائد على الأصول**(ROA)** أقل من قيمة مستوى المعنوية **(0.05)** وهذا يعني وجود تأثير معنوي بين وجودة المراجعة المدركة **(PAQ)**

للشركة (i) في الفترة الزمنية (**T**) وبين كل من حجم الشركة (**FSIZE**)، الرافعة المالية (**LEV**)، ومعدل العائد على الأصول(**ROA**).

٦/٩/٢/٢ نتائج إختبار الفرض الثاني

ينص الفرض الثاني على أنه "يوجد تأثير معنوي لجودة المراجعة المدركة على القيمة السوقية لأسهم الشركات".

قام الباحث بتطوير هذا الفرض من خلال صياغة نموذج الإنحدار الخطي المتعدد وذلك للتعرف على العلاقة بين متغيرات الفرض السابق وذلك بعد إضافة المتغيرات الرقابية، ويوضح الجدول التالي رقم (١١) نتيجة الإختبار الإحصائي لنموذج الفرض الثاني:

جدول رقم (١١)

نموذج الإنحدار الخطي المتعدد لنموذج الفرض الثاني

المتغيرات المستقلة	المعاملات	الخطأ المعياري	إحصائية T	مستوى الدلالة
C	-٦٣.٩٥٤٧	٢٥.٨٤٤٣	-٢.٣٤٨٩٤٦	٠.٠٢١٤
PAQ	٠.٤٨٤٤٣	٠.٢٧٨٤٣	١٦.٦٥٧٥٥	٠.٠٠٠٠
FSIZE	١.٠٢٢٤٥٤	٠.٠٩٢٧٧٤	-٦.٤٥٣٦١	٠.٠٠٠٠
LEV	-٢.٢٧٤٢٤	٠.٢٦٩٤١	-١٠.٩٥٤٦٢	٠.٠٠٠٠
ROA	٠.٠١٥٦٥١	٠.٠٥٩٤٤٤	٠.٢٦٨٤٦٥	٠.٨٥١٦٢
R-squared	٠.٩٢٦٤٠	Mean dependent var		١.٠٥٦٧٤
Adjusted R-squared	٠.٨٥٤٣٢٣	S.D. dependent var		١.٥١٥٤٦٥
S.E.of regression	٠.٤٥٦٥٢	Akaike info criterion		١.٢٦٨٦٢٣
Sum squared resid	٥٥.٨٥٥٧٤	Schwarz criterion		١.٣٥٦٣٧١
Log likelihood	-١٧٨.٩١٣٧	Hannan- Quinn criter		١.٣٦٨٩١١
F-statistic	٣٤٣.٦٤٧٨	Durbin – Watson stat		١.٥٥٤٦٦٢
Prob (F statistic)	٠.٠٠٠			

١- وفي ضوء ما جاء بالجدول السابق يتضح للباحث أن قيمة مستوى الدلالة الخاص بإختبار معنوية جودة المراجعة المدركة (**PAQ**) مع القيمة السوقية للأسهم (**SP**) أقل من قيمة مستوى المعنوية (**0.05**) وهذا يعني وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين جودة المراجعة المدركة (المتغير المستقل) والقيمة السوقية للأسهم (المتغير التابع)، وهذا يثبت صحة الفرض الثاني والذي ينص على **أنه "يوجد تأثير معنوي لجودة المراجعة المدركة على القيمة السوقية لأسهم الشركات".**

٢- قيمة مستوى الدلالة الخاص بكل من الحد الثابت (**C**)، وحجم الشركة (**FSIZE**)، الرافعة المالية (**LEV**)، أقل من قيمة مستوى المعنوية (**0.05**)، وهذا يعني وجود تأثير معنوي بين هذه المتغيرات والقيمة السوقية للأسهم، واتضح أيضا عدم وجود تأثير معنوي للتدفقات النقدية التشغيلية (**ROA**) حيث أن قيمة مستوى المعنوية أكبر من (**0.05**).

٦/٩/٢/٣ نتائج إختبار الفرض الثالث

ينص الفرض الثالث على أنه "يوجد تأثير معنوي للإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف على العلاقة بين جودة المراجعة المدركة والقيمة السوقية لأسهم الشركات ".

قام الباحث بتطوير هذا الفرض للتحقق مما إذا كان الإفصاح عن مخاطر التغيرات في أسعار الصرف يؤثر على العلاقة بين جودة المراجعة المدركة والقيمة السوقية للأسهم، ولإختبار ذلك الفرض تم صياغة نموذج الإنحدار الخطي المتعدد، ويوضح الجدول رقم (١٢) نتيجة الإختبار الإحصائي للفرض الثالث من خلال مقارنة نتائج النموذج البحثي الثالث بالنتائج التي تم التوصل إليها في النموذج البحثي الثاني:

جدول رقم (١٢) نموذج الإنحدار الخطي المتعدد لنموذج الفرض الثالث

متغيرات النماذج Variable	العلاقة بين جودة المراجعة المدركة والقيمة السوقية للأسهم			
	متغيرات النموذج الثاني (قبل إدخال الإفصاح عن مخاطر التغيرات في أسعار الصرف)		متغيرات النموذج الثالث (بعد إدخال الإفصاح عن مخاطر التغيرات في أسعار الصرف)	
	Coefficient	Prob.	Coefficient	Prob.
C	−٦٣.٩٥٤٧	٠.٠١٢٤	−٧١.٢٥٧٦٢	0.006٥
PAQ	٠.٤٨٤٤٣	٠.٠٠٠٠	٠.٥٢٦٦١	0.0000
(DERR *PAQ)	--	--	٠.٢٦٩١٢٧	0.0001
FSIZE	١.٠٢٢٤٥٤	٠.٠٠٠	−٠.٥٦٧١٣٤	0.0000
LEV	−٢.٢٧٤٢٤	٠.٠٠٠٠	−٢.٢٣٦٤٧٣	0.0000
ROA	٠.٠١٥٦٥١	٠.٨٥١٦٢	٠.٠٣٦٩٤	0.0000
R-squared	٠.٩٢٦٤٠		٠.٩٦٦٤٧١	
Adjusted R-squared	٠.٨٥٤٣٢٣		٠.٩٢٢٤٧٥١	
F- Statistic	٣٤٣.٦٤٧٨		٣٥٢.٤٣٦٤	
Prob (F- Statistic)	٠.٠٠٠		٠.٠٠٠	
Durbin-Watson stat	١.٥٥٤٦٦٢		١.٥٨٦٤٧٥	

١- وفي ضوء ما جاء بالجدول السابق فقد أسفرت نتائج الإنحدار المتعدد بطريقة **(LS)** إلى أن إضافة متغير الإفصاح عن مخاطر التغيرات في أسعار الصرف في نموذج قياس العلاقة بين جودة المراجعة المدركة والقيمة السوقية للأسهم أدى إلى تحسين القدرة التفسيرية للنموذج من **(0.9264)** إلى **(0.9664)**، وأيضاً ارتفعت قيمة جودة المراجعة المدركة من(٠.٤٨٤) إلى **(0.526)**، مما يدل على الأثر الإيجابي لإدخال الإفصاح عن مخاطر التغيرات في أسعار الصرف في نموذج العلاقة.

٢- بلغت قيمة مستوى الدلالة الخاص بإختبار المعنوية (٠.٠٠٠١) للمتغير الذي يعكس التفاعل بين الإفصاح عن مخاطر التغيرات في أسعار الصرف وجودة المراجعة المدركة **(DERR *PAQ)** وهو أقل من قيمة مستوى المعنوية (٠.٠٥)، مما يشير إلى وجود تأثير معنوي للإفصاح عن مخاطر التغيرات في أسعار الصرف على العلاقة بين جودة المراجعة المدركة والقيمة السوقية للأسهم ، وهذا يثبت صحة الفرض الثالث والذي ينص على **أنه "يوجد تأثير معنوي للإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف على العلاقة بين جودة المراجعة المدركة والقيمة السوقية لأسهم الشركات"**.

٣- قيمة مستوى الدلالة الخاص بكل من الحد الثابت **(C)**، حجم الشركة **(FSIZE)**، الرافعة المالية **(LEV)**، ومعدل العائد على الأصول**(ROA)** أقل من قيمة مستوى المعنوية **(0.05)** وهذا يعني وجود تأثير معنوي بين هذه المتغيرات والقيمة السوقية للأسهم.

النتائج والتوصيات والتوجهات المستقبلية للبحث:

أولاً – النتائج :

- **النتائج النظرية :**

من خلال إستعراض الباحث لأدبيات موضوع البحث، ورصد متغيراته، وإستعراض محاوره، تم رصد مجموعة من النتائج النظرية تمثلت في الآتي:

١- تعد مخاطر تقلبات أسعار الصرف من المخاطر السوقية التي تواجه الشركات الدولية والمحلية حيث تنشأ هذه المخاطر نتيجة التغيرات المفاجئة وغير المتوقعة في أسعار صرف العملات الأجنبية، مما قد يتسبب في خسائر مباشرة وغير مباشرة.

٢- أن جودة المراجعة المدركة تُعني مدى إدراك الأطراف المعنية لكفاءة وفعالية عملية المراجعة في ضوء الإستقلالية والمهنية والشفافية التي يتمتع بها المراجعون ومدى إدراك تلك المكاتب لأهمية هذا النوع من المراجعة وتأثيره القوي على سمعتها وقدرتها بما يؤثر بشكل مباشر على مستوى ثقة المستثمرين والشركاء والأطراف المعنية في المعلومات المتاحة.

٣- أن جودة المراجعة المدركة تزيد من كفاءة أنظمة الرقابة المستخدمة في عملية المراجعة، كما أن إدراك المستفيدين لجودة خدمات المراجعة وثقتهم في نتائجها تساهم بشكل كبير في ترشيد القرارات الإستثمارية.

٤- أن القيمة السوقية للأسهم قد تتأثر بالعديد من العوامل مثل: توقعات المستثمرين لربح الشركة في المستقبل وبالتالي التنبؤ بربحية السهم، التنبؤ بمقدار الأرباح المتوقع توزيعها، هذا بالإضافة إلى الظروف الإقتصادية والسياسية المتوقعة، علاوة على عنصر الإشاعات التي يمكن أن تظهر في سوق الأوراق المالية، وعدم الإعتماد علي التحليل السليم بالإضافة للظروف العامة السائدة في السوق.

٥- أن الإفصاح الكامل والواضح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف له تأثير إيجابي كبير على جودة المراجعة المدركة، حيث يسهم في تحسين دقة المراجعة وزيادة الشفافية، ويعزز قدرة المراجعين على فهم المخاطر المالية التي قد تؤثر على الوضع المالي للشركة.

٦- أن المستثمرون يتخذون قراراتهم بناءً على قدرة الشركة على إدارة المخاطر بما في ذلك مخاطر تغيرات أسعار الصرف في ظل وجود مراجعة تتميز بالدقة والجودة، بما يجعل المستثمرين أكثر قدرة على اتخاذ قرارات استثمارية مستنيرة، مما قد يؤدي إلى زيادة الطلب على الأسهم ورفع قيمتها السوقية.

٧- أن المعايير المحاسبية الدولية والمحلية قد أولت إهتماماً كبيراً بكيفية الإفصاح عن مخاطر أسعار الصرف، وذلك لما لها من أهمية كبيرة في التأثير على الإقتصاد القومي بشكل عامة وترشيد قرارات المستثمرين بشكل خاص.

- **النتائج العملية :**

١- أثبتت نتائج التحليل الإحصائي وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين الإفصاح عن مخاطر التغيرات في أسعار الصرف وجودة المراجعة المدركة.

٢- أثبتت نتائج التحليل الإحصائي وجود علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين جودة المراجعة المدركة والقيمة السوقية للأسهم.

٣- أثبتت نتائج التحليل الإحصائي وجود تأثير معنوي ذات دلالة إحصائية للإفصاح عن مخاطر التغيرات في أسعار الصرف على العلاقة بين جودة المراجعة المدركة والقيمة السوقية للأسهم.

ثانياً – التوصيات :

بعد إستعراض نتائج البحث وفي ضوء مشكلة البحث وهدفه يوصي الباحث بما يلي:

١- يتعين على مدراء ومسئولي المنشآت فهم إجراءات وممارسات رصد ورقابة المخاطر المحتملة للتغير في أسعار الصرف من أجل تعزيز القدرة على التكيف مع متغيرات البيئة الإقتصادية.

٢- يتعين على مديري ومسئولي المنشآت إعداد الرؤى الإستراتيجية لمواجهة مخاطر تقلبات أسعار الصرف، حتى لا يؤدي إغفال التعامل مع تلك المخاطر إلى حدوث خسائر مباشرة وغير مباشرة.

٣- ضرورة التركيز على العوامل التي تفعل جودة المراجعة المدركة وذلك لضمان جودة التقارير المالية وترشيد قرارات المستثمرين، لما لها من تأثير على القيمة السوقية لأسهم الشركة.

٤- ضرورة دراسة وتحليل العوامل المؤثرة على القيمة السوقية للأسهم، مع مراعاة عنصر الإشاعات التي يمكن أن تظهر في سوق الأوراق المالية.

٥- ضرورة الإفصاح الكامل عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف لما له من تأثير إيجابي كبير على جودة المراجعة المدركة، ومساهمته في فهم المخاطر المالية التي قد تؤثر على الوضع المالي للشركة.

٦- العمل على تطوير معايير المراجعة المصرية ذات الصلة بالإفصاح عن مخاطر تغيرات أسعار الصرف، سعياً في توفير خدماتها بأفضل أداء ممكن، بما يدعم ترشيد قرارات المستثمرين في مصر.

٧- دعم المؤتمرات العلمية لأقسام المحاسبة والمراجعة بالجامعات المصرية لدراسة المستجدات المحاسبية والمهنية المتعلقة بمخاطر تغيرات أسعار الصرف، والمراجعة المدركة، والقيمة السوقية للأسهم.

ثالثاً – التوجهات المستقبلية للبحث :

في ضوء أهداف ومشكلة ومنهج البحث وما إنتهى إليه من نتائج وتوصيات يود الباحث الإشارة إلى بعض مجالات وتوجهات البحث المستقبلية ذات الصلة أهمها ما يلي:

١- أثر أتعاب المراجعة على جودة المراجعة المدركة – دراسة تطبيقية على الشركات المقيدة بالبورصة المصرية.

٢- أثر تبني معايير التقارير المالية الدولية IFRS على العلاقة بين جودة المراجعة المدركة وتقلبات عوائد الأسهم.

٣- أثر الجودة المدركة للفحص المحدود على جودة الخصائص النوعية للمعلومات المحاسبية – دراسة تطبيقية على الشركات المقيدة بالبورصة المصرية.

قائمة المراجع :

أولاً – المراجع العربية :

١- إبراهيم، محمد زيدان، سعادة طارق إبراهيم، والموافي، مروة حسني محمد، (٢٠٢١)، أثر الإفصاح عن مخاطر التقلبات في أسعار الصرف الأجنبية على جودة الأرباح: دراسة تطبيقية على قطاع شركات الأدوية المسجلة في البورصة المصرية خلال الفترة ٢٠١٣-٢٠١٨، مجلة الإسكندرية للبحوث المحاسبية، كلية التجارة – جامعة الإسكندرية، المجلد ٥، العدد ١.

٢- إبراهيم، منى مغربي محمد، الملاح، شرين شوقي السيد، والسيد، فاطمة حسن، (٢٠٢٢)، أثر التدوير والتخصص النوعي للمراجع الخارجي على جودة مراجعة القوائم المالية: دراسة إختبارية، مجلة الدراسات والبحوث المحاسبية، كلية التجارة – جامعة بنها، العدد ١.

٣- إسماعيل، سلوى حسين رشدي، (٢٠٢٤)، "أثر تبني معايير التقارير المالية الدولية علي العلاقة بين جودة المراجعة المدركة وتقلبات عوائد الأسهم بالتطبيق علي الشركات غير المالية المدرجة في البورصة المصرية"، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، كلية التجارة –جامعة دمياط، المجلد الخامس، العدد الثاني، الجزء الثاني.

٤- العامري، سعود جايد مشكور، وكاظم، على عبد الأمير، (٢٠١٨)، المحاسبة الإبداعية في عناصر الميزانية وأثرها على تعظيم الأرباح، وزيادة القيمة السوقية للسهم – دراسة في عينة من الشركات المساهمة المسجلة في سوق العراق للأوراق المالية، المؤتمر الدولي السادس لكلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، عمان – الأردن.

٥- الغندور، محمد مصطفى، (٢٠٢٣)، أثر إدارة الفروق الضريبة على العلاقة بين جودة الأرباح المحاسبية والقيمة السوقية للسهم دراسة تطبيقية على الشركات المقيدة بسوق الأوراق المالية المصرية، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، كلية التجارة –جامعة دمياط، المجلد الرابع، العدد الأول – الجزء الثاني.

٦- النعيمي، عدنان تايه ذياب، (٢٠١٨)، طبيعة النشاط والقيمة السوقية للمنشأة – دراسة مقارنة في سوق العراق وسوق عمان للأوراق المالية، مجلة المأمون، العراق، العدد٣١.

٧- المغني، هناء عبداللطيف، (٢٠٢١)، أثر تحرير سعر الصرف على عوائد ومخاطر الأسهم بالبورصة المصرية، المجلة العربية للإدارة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، العدد ١، مجلد ٤١.

٨- الوكيل، حسام السعيد، (٢٠٢٢)، الدور الوسيط لإعادة إصدار القوائم المالية في علاقة جودة المراجعة المدركة بقيمة الشركة " مجلة الإسكندرية للبحوث المحاسبية، العدد (٣)، مجلد (١).

٩- حمد، هه فال لشكري، وعلي هيشو ريبوار، (٢٠٢٤)، أثر التغيرات في أسعار الصرف ودورها في تطبيق المعيار رقم ٢١ : دراسة تطبيقية في البنوك الأهلية في إقليم كوردستان / عراق، مجلة كلية الإدارة والإقتصاد للدراسات الإقتصادية والإدارية والمالية، مجلد ١٦، عدد ١.

١٠- رفعت، إسلام محمد، مختار، نادر رزق، (٢٠٢٤)، أثر الإفصاح عن مخاطر التغيرات في أسعار الصرف الأجنبية على جودة الأرباح المحاسبية مع دراسة تطبيقية بالبنوك التجارية المصرية، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، كلية التجارة، جامعة مدينة السادات، المجلد ١٦، عدد خاص – الجزء الثاني.

١١- رميلي، سنا محمد رزق، (٢٠١٨)، أثر جودة المراجعة المدركة ونوع رأي مراقب الحسابات على المقدرة التقويمية للمعلومات المحاسبية – دراسة تطبيقية على الشركات غير المالية المقيدة بالبورصة المصرية، مجلة الإسكندرية للبحوث المحاسبية، كلية التجارة – جامعة الإسكندرية، المجلد٢، العدد٢.

١٢- زكي، محمود عمرو السيد، (٢٠١٧)، أثر تحرير أسعار صرف العملات الأجنبية على الدور التقويمي للمعلومات المحاسبية مع التطبيق على مصر، مجلة الإسكندرية للبحوث المحاسبية، العدد٢.

١٣- شحاته، شحاته السيد، عبد المحسن، هيام عبد العزيز، والبسطويسي، مروة أحمد عبد الرحمن (٢٠٢٢)، أثر جودة المراجعة المدركة علي العلاقة بين التعثر المالي وممارسات إدارة الأرباح: دراسة تطبيقية علي الشركات المقيدة بالبورصة المصرية"، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، مجلد ١٣، عدد ١.

١٤- صالح، أحمد السيد إبراهيم، (٢٠٢٣)، " الأثر المعدل لجودة المراجعة المدركة علي العلاقة بين القدرة الإدارية للمديرين التنفيذيين أتعاب المراجعة السنوية للشركات غير المالية المقيدة بالبورصة المصرية " مجلة التجارة والتمويل، عدد ٣.

١٥- علي، محمود أحمد أحمد، (٢٠٢٠)، أثر جودة المراجعة المدركة على أسعار الأسهم كمؤشر لقيمة الشركة – دراسة تطبيقية على الشركات المقيدة بالبورصة المصرية، مجلة الإسكندرية للبحوث المحاسبية – قسم المحاسبة والمراجعة، كلية التجارة – جامعة الإسكندرية، المجلد الرابع، العدد الثالث.

١٦- عيد، ربيع فتوح محمد، (٢٠٢٣)، أثر جودة المراجعة على القيمة السوقية للشركة دراسة تطبيقية على الشركات غير المالية المقيدة بالبورصة خلال الفترة من ٢٠١٦-٢٠٢٠، مجلة الاسكندرية للبحوث المحاسبية قسم المحاسبة والمراجعة، كلية التجارة – جامعة الإسكندرية، المجلد السابع، العدد الأول.

١٧- فالي، نبيلة، (٢٠٢٣)، أدوات وأساليب التحوط من مخاطر أسعار الصرف في البنوك الجزائرية: دراسة حالة مجموعة من البنوك في ولاية سطيف، مجلة اقتصاد المال والأعمال، مجلد ٨، العدد٣.

١٨- محمد، شريف فاروق، عبيد سعيد توفيق، ووهدان، محمد محمد، (٢٠٢٢)، تأثير تقلبات سعر الصرف على عائد الأسهم بالبورصة المصرية، المجلة العلمية للإقتصاد والتجارة، العدد ٢.

١٩- محمود، عمرو السيد زكي،(٢٠٢٣)، "محددات التعرض لمخاطر تقلبات أسعار صرف العملات الأجنبية وأثر تلك المخاطر على تكلفة رأس المال من منظور محاسبي: دراسة تطبيقية على الشركات المقيدة بالبورصة المصرية"، مجلة البحوث المحاسبية، العدد ٤.

٢٠- محمود، مصطفى فهمي، فؤاد،ضياء بهاء الدين، (٢٠٢٤)، نموذج مقترح لقياس أثر الإفصاح عن مخاطر سعر الصرف على قيمة الشركات ونماذج التنبؤ بالفشل المالي، المؤتمر العلمي الدولي الثاني لقسم المحاسبة والمراجعة، كلية التجارة، جامعة مدينة السادات.

٢١- منصور، أشرف محمد إبراهيم، (٢٠٢١)، مدى إنعكاس جودة المراجعة المدركة على كفاءة الإستثمار : دراسة تطبيقية على الشركات المقيدة بالبورصة المصرية، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، كلية التجارة –جامعة دمياط، المجلد ٢، العدد ٢.

٢٢- النقيب، سحر عبد الستار، (٢٠٢٤)، "استخدام النظم الذكية لتقييم أثر تغيرات سعر الصرف على إفتراضات الموازنات التخطيطية – مدخل مقترح لتحقيق الاستدامة المالية: ورقة عمل"، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية، المؤتمر العلمي الدول الثاني لقسم المحاسبة والمراجعة، كلية التجارة – جامعة مدينة السادات.

٢٣- نويجي، جازم محفوظ، (٢٠١٧)، أثر خصائص لجنة المراجعة على قيمة الشركة – دراسة تطبيقية على الشركات المقيدة بالبورصة، المجلة العلمية للتجارة والتمويل، المجلد ٣٧، العدد ٤.

ثانياً – المراجع الأجنبية :

1- Akani, H. W. **(2024)**. Exchange Rate Fluctuations and The Performance of Small and Medium Scale Enterprises in Rivers State, Nigeria. British International Journal of Applied Economics, Finance and Accounting, 8(1).

2- Akhalumeh P,Agweda F and Ogunkuade Z.**(2017)**. Corporate Characteristics and audit quality: Evidence from quoted firm in Nigeria.Journal of Scientific Research and Studies 4(3).

3- Alfraih, M. **(2017)**. Does ownership structure affect the quality of auditor pair composition?. Journal of Financial Reporting and Accounting, 15(2).

4- Almaharmeh, Mohammad, Shehadeh, , Iskandrani, Majd Munir and Saleh,, Mohammad H. **(2021)**. Audit quality and stock price synchronicity: Evidence from emerging stock markets. The Journal of Asian Finance, Economics and Business, 8(3).

5- Ariff, M., and Zarei, A. **(2022)**. Are domestic firms exposed to similar currency risk as international trading firms? . International Journal of Banking and Finance.17(2).

6- Ayem, S., and Menge, W. **(2022)**. The Influence of Earnings Management, Audit Quality on Company Value With Ownership Managerial As Moderating Variables. INVOICE: JURNAL ILMU AKUNTANSI, 4(1).

7- Bayo Flees, R., and Mouselli, S. **(2023)**. The impact of qualified audit opinion on stock returns: an empirical study at Amman stock exchange. Journal of Financial Reporting and Accounting, 21(3).
8- Birjandi, H., M. H. Kaveh, and M. S. Khorrami. **(2015)**. The Effect of Audit Quality Adjustment on the Relationship between Earnings Management and Return on Equity in Listed Companies in Tehran Stock Exchange. Research Journal of Finance and Accounting 6(11).
9- Blum. S ,Richard C H,and Richard W H. **(2022)** , The effect of staff auditior repuatation on audit quality enhancing action.The Accounting Review ,97(1).
10- Bradbury, M. E., and Kim, O. **(2023)**. The impact of the IFRS adoption reform on audit market concentration, auditor choice and audit quality. Journal of Applied Accounting Research.
11- Chang a ,Yuyuan , Fan, b., Yangyang , (Nancy) Su ,Lixin, **(2024)** "Foreign exchange risk and audit pricing: Evidence from U.S. multinational corporations", Journal of Accounting and Public Policy, Vol. 45 ,107196.
12- Chen, Hailiang, and Byoung-Hyoun Hwang. "Listening in on investors' thoughts and conversations." Journal of Financial Economics 145.2 (2022): 426-444.
13- Dang, M., Puwanenthiren, P., Truong, C., Henry, D., and Vo, X. V. **(2022)**. Audit quality and seasoned equity offerings methods. International Review of Financial Analysis, 102227.
14- Elewa, M. M., and Mahmoud, N. H. M. **(2023)**. The impact of inflation and exchange rates on generating power of cash in Egypt (panel data analysis). Journal of Accounting Research, Organization and Economics, 6(2).
15- Friedrich, C., Quick, R., and Schmidt, F. **(2024)**. Auditor-provided non-audit services and perceived audit quality: Evidence from the cost of equity and debt capital. International Journal of Auditing, 28(2).
16- Fujianti Lailah And Satria Indra. **(2020)**. Firm Size, Profitability, Leverage As Determinants Of Audit Report Lag: Evidence From Indonesia. International Journal Of Financial Research.
17- Ghadban, M. K., and Hussein, Y. S. **(2024)**. Changing the Dollar Exchange Rate Up and Down and its Impact on the Performance of Iraqi Commercial Banks. Migration Letters, 21(S1).
18- Hammami, A., and Zadeh, M. **(2020)**. Audit quality, media coverage, environmental, social, and governance disclosure and firm investment efficiency: Evidence from Canada. International Journal of Accounting & Information Management, 28(1).

19- Hamza, M., and Damak-Ayadi, S. **(2023)**. The perception of audit quality among financial statements users, preparers and auditors, in Tunisia. Accounting and Management Information Systems, 22(2).
20- He, Q., Liu, J., and Zhang, C. **(2021)**. Exchange rate exposure and its determinants in China. China Economic Review, 65, 101579.
21- Hussain, S., Ali, R., Abdul Latiff, A. R., Fahlevi, M., Aljuaid, M., and Saniuk, S. **(2024)**. Moderating effects of net export and exchange rate on profitability of firms: a two-step system generalized method of moments approach. Cogent Economics & Finance, 12(1), 2302638.
22- Khan, A., and Qureshi, M. A. **(2023)**. Modelling the dynamics of firm valuation: An assessment of impact of exchange rate fluctuations on firm value using system dynamics. Systems Research and Behavioral Science, 40(6).
23- Kuchin, I., Elkina, M. and Dranev, Y. **(2019)**. The Impact of Currency Risk on the Value of Firms in Emerging Countries. Journal of Corporate Finance Research, 13(1).
24- Kuo, N. T., Li, S., Du, Y. G., and Lee, C. F. **(2022)**. Does individual auditor quality contribute to firm value? Evidence from the market valuation on corporate cash holdings. International Review of Economics & Finance, 79.
25- Louis, H., Robinson, D., and Sun, A. X. **(2019)**. Perceived Audit Quality and Firm Value: Evidence From Investors' Reaction to the Revelation of Limiting Liability Agreements in Audit Engagement Letters. SSRN Electronic Journal.
26- Ma, Y., **(2021)**," The Research on Influencing Factors of Stock Price Fluctuation of Listed Companies in China Based on PCA-Multiple Regression", Open Journal of Social Sciences, Vol. 9 , No.3.
27- Mardessi, S. **(2022).** Audit committee and financial reporting quality: the moderating effect of audit quality. Journal of Financial Crime, 29(1).
28- Mehrabadia, M., Najafizadeha, A., and Ashtiyani, p., **(2021)**,"Factors Affecting Stock Prices regarding Uncertainty and Asymmetric Information in Tehran Stock Exchange", Advances in Mathematical Finance & Applications, Vol. 6 , No.3.
29- Mousa, A. A. A. **(2023)**. Measuring the impact of electronic disclosure of cyber risks on the value of the facility: An applied study. Scientific Journal of Financial and Administrative Studies and Research, 15.
30- Nguyen, L. A., and Kend, M. **(2021)**. The perceived impact of the KAM reforms on audit reports, audit quality and auditor work practices: stakeholders' perspectives. Managerial Auditing Journal, 36(3).

31- Nicolas G, Laura S G,Antonia G B ,and Josefian. **(2022)**. The informative value of key audit matters in the audit report: understanding the audit firm and matter type impact. Universidad Ort Uruguay.
32- Ohlson, J. A. **(1995)**. Earnings, book values, and dividends in equity valuation. Contemporary Accounting Research, 11(2),. https://doi.org/10.1111/j.1911-3846.1995.tb00461.x
33- Public Company Accounting Oversight Board)PCAOB). **(2015)**. The Auditor's Report: PCAOB Overview.
34- Safari Gerayli, M., Rezaei Pitenoei, Y., and Abdollahi, A. **(2021)**. Do audit committee characteristics improve financial reporting quality in emerging markets? Evidence from Iran. Asian Review of Accounting, 29(2).
35- Saidi, L. O., Muthalib, A. A., Adam, P., Rumbia, W. A., & Sani, L. O. A. **(2021)**. Exchange rate, exchange rate volatility and stock prices: An analysis of the symmetric and asymmetric effect using ardl and nardl models. Australasian Accounting, Business and Finance Journal, 15(4).
36- Salih, Jalil Ibrahim, and Flayyih, Hakeem Hammood. **(2020)**. Impact of Audit Quality in Reducing External Audit Profession Risks, International Journal of Innovation, Creativity and Change. www.ijicc.net ,13 (7).
37- Sukesti, F., Ghozali, I., Fuad, F., and Kharis, A., **(2021)**,"Factors Affecting the Stock Price: The Role of Firm Performance ",Journal of Asian Finance, Economics and Business , Vol 8 No 2.
38- Thu, P. A., Khanh, T. H. T., Ha, N. T. T., and Khuong, N. V. **(2018)**. Perceived audit quality, earnings management and cost of debt capital: evidence from the energy listed firms on Vietnam's stock market. International Journal of Energy Economics and Policy, 8(6).
39- Xiang, S., and Dai, L. (2019)," Research on the Influence Factors of Stock Price Fluctuation of A-Share Listed Companies Based on Multiple Linear Regression Analysis", Business Economics, No. 4.
40- Xu, J., Wang, H., Zhong, Y., Qin, L., and Cheng, Q. (2024). Predict and Optimize Financial Services Risk Using AI-driven Technology. Academic Journal of Science and Technology, 10(1).

العلاقة التوازنية بين متغيرات الاقتصاد الكلي ومؤشر سوق مال (بالتطبيق على فرنسا ومصر)

د.صباح محمد فتحى السيد بدر*

(*) **د.صباح محمد فتحى السيد بدر**: مدرس الاقتصاد بالمعهد العالي للعلوم الإدارية ببلبيس

Email: sabahfathiy274@ gmail.com

ملخص:

هدفت الدراسة الى فهم العلاقة بين مجموعة من المتغيرات الاقتصادية الكبرى وتأثيرها على مؤشرات سوق المال في كل من النظامين الماليين المصري والفرنسي خلال الفترة من ٢٠١٠ إلى ٢٠٢٤. لتحقيق أهداف الدراسة تم الاعتماد على منهج التحليل الكمي عند قيامنا بالدراسة القياسية من خلال تطبيق اختبار التكامل المشترك، تم التوصل إلى وجود علاقة توازنية سلبية بين معدل التضخم و مؤشر سوق المال في مصر وأن زيادة معدل التضخم تؤدي إلى انخفاض مؤشر سوق المال حيث توجد علاقة ذات دلالة إحصائية قوية حيث أن القيمة الاحتمالية أقل من ٠.٠٥.كما وجدت الدراسة علاقة توازنية إيجابية بين معدل الفائدة و مؤشر سوق المال في مصر ، حيث أن زيادة معدل الفائدة تؤدي إلى تحسن أداء سوق المال.، حيث توجد علاقة ذات دلالة إحصائية قوية حيث أن القيمة الاحتمالية أقل من ٠.٠٥، وأظهرت الدراسة وجود علاقة توازنية بين متغيرات الاقتصاد الكلي وسوق المال وهي علاقة مؤكدة على المدى الطويل، لكن التأثيرات تختلف حسب طبيعة الاقتصاد المحلي وهيكل السوق المالي، مما يستدعي سياسات نقدية ومالية تتناسب مع خصائص كل سوق.

الكلمات المفتاحية : **العلاقة التوازنية ، الاقتصاد الكلي ، مؤشر سوق مال**

Abstract:

The study aimed to understand the relationship between a set of major economic variables and their impact on stock market indicators in both the Egyptian and French financial systems during the period from 2010 to 2024.

To achieve the study's objectives, a quantitative analysis approach was adopted, applying the cointegration test in the econometric analysis. The findings revealed a negative equilibrium relationship between the inflation rate and the stock market index in Egypt, indicating that an increase in the inflation rate leads to a decline in the stock market index. This relationship was statistically significant, with a p-value of less than 0.05.

Additionally, the study found a positive equilibrium relationship between the interest rate and the stock market index in Egypt, suggesting that a rise in the interest rate enhances stock market performance. This relationship was also statistically significant, with a p-value of less than 0.05.

Furthermore, the study demonstrated the presence of an equilibrium relationship between macroeconomic variables and the stock market, confirming a long-term linkage. However, the effects vary depending on the nature of the local economy and the structure of the financial market, necessitating monetary and fiscal policies tailored to the characteristics of each market.

Keywords: Equilibrium Relationship, Macroeconomy, Stock Market Index

المقدمة :

لا شك أن المتغيرات الاقتصادية تعكس المؤشرات العامة للاقتصاد بشكل عام، وهي بمثابة أداة لقياس أداء مختلف القطاعات الاقتصادية وتقييمها، وتقييم أداء الاقتصاد بصفة كلية، وتسمح كذلك بالتنبؤ المستقبلي للاقتصاد بحيث تتيح دق ناقوس الانذار المبكر لتشغيل الخطط البديلة لمواجهة وتسيير المخاطر للنهوض بالاقتصاد قبل وصوله لمرحلة يصعب فيها التعامل مع تلك المخاطر. وتتعدد المتغيرات الاقتصادية التي يمكن أن تؤثر على عوائد مؤشرات سوق الأوراق المالية، وتتمثل تلك المتغيرات في الناتج المحلي الاجمالي، ، مؤشر التضخم، معدلات الفائدة، مؤشر البطالة، وغيرها .ولاشك أن تحليل متغيرات البيئة الاقتصادية الكلية يعد أحد أبرز المعطيات التي تؤخذ في الاعتبار أثناء صياغة القرارات الاستثمارية المختلفة وتكوين المحافظ المالية، وتعتبر دراسة التضخم ومدى علاقته بعوائد مؤشرات سوق المال من أهم متغيرات الاقتصاد الكلي التي تؤخذ بعين الاعتبار من قبل المستثمرين، حيث أن بلوغ معدلات التضخم في الاقتصاد لمستويات قياسية لم يصل إليها من قبل يثير العديد من الشكوك والقلق لدى جميع فئات المستثمرين في البورصة (Al Oshaibat & Majali, 2016).

ويمثل التضخم انعكاساً ونتيجة للسياسات الاقتصادية المتبعة، وفى واقع الأمر فان وجود التضخم في الاقتصاد الوطني يعنى عدم قدرة السياسات الاقتصادية في تحقيق أحد أهم أهدافها ألا وهو هدف الحفاظ على الاستقرار العام لمعدل الأسعار ، من جانب أخر ، فان هناك ارتباطاً قوياً بين السياسات الاقتصادية وأهدافها وكفاءة وفعالية أدائها وبين الجوانب البنيوية والهيكلية للنظام السياسي.

وقد شهدت أدبيات الاقتصاد انقساماً في توصيف العلاقة بين التضخم ومؤشر سوق مال ، فهناك اتجاه يعتقد بحتمية العلاقة الموجبة فيما بينهما وأن أسعار الأسهم يجب أن ترتفع مع ارتفاع معدلات التضخم وترجع تلك العلاقة الى التضخم السلبي على القوة الشرائية للنقود إلا أنه يؤثر بصورة إيجابية على إيرادات وأرباح قيمة أصول الشركات ومن ثم على الأسعار وعوائد الأسهم، إلا أن هذا الاتجاه يفصل بين العائد الإسمي والعائد الحقيقي للأسهم، وأن ارتفاع معدل التضخم يؤدى إلى ارتفاع العائد الإسمي للأسهم. ومن جانب أخر يرى عدد من الباحثين أن التضخم يؤثر سلباً على

أسعار الأسهم، حيث يرى أصحاب هذا الرأي على أن عوائد الأسهم تتراجع مع ارتفاع معدل التضخم، وذلك لكون ارتفاع معدل التضخم يؤدي الى ارتفاع في مستوى تكاليف الإنتاج، ومن ثم تراجع العوائد الحقيقية للنشاط الاقتصادي وبدوره تراجع عوائد وأسعار الأسهم. وبتفحص وجهتي النظر نجد أن لكل منهما منطقه ، حيث أن من الصعب الجزم بصواب احداهما على الآخر، وأن الوقوف على ما إذا كان التضخم يقود الى ارتفاع أسعار الأسهم أو إلى تراجعها بحاجة الى مزيدا من البحوث والدراسات حول هذه العلاقة الجدلية.

ويعتبر معدل الفائدة السائد في السوق من العوامل الاقتصادية التي يمكن أن تؤثر في عوائد بورصة الأوراق المالية، ويعتبر متغير سعر الفائدة من المتغيرات التي يوجد جدل واسع من قبل الباحثين حول طبيعة العلاقة والاثر الذي تتركه على عوائد بورصة الأوراق المالية ، فهناك من يعتبر أن معدل الفائدة يؤثر إيجابا على عوائد بورصة الأوراق المالية، من منطلق مزايا الرفع المالي للتمويل بالديون باعتباره أقل تكلفة من التمويل بالملكية، هذا بالإضافة الى الأثر الإيجابي لخفض أسعار الفائدة في التحفيز المالي وزيادة حركة الاستثمارات المباشرة داخل الاقتصاد (Kibria,et ٢٠١٤ al)،ولكن هناك أصحاب رأي يضحدون هذا الرأي ويعتقدون بوجود أثر سلبي لارتفاع أسعار الفائدة على عوائد الأسهم وعوائد بورصة الأوراق المالية، ويدعمون وجهة نظرهم بأن ارتفاع أسعار الفائدة يؤدي الى ارتفاع تكلفة التمويل هذا بالإضافة الى توجه الاستثمارات من بورصة الأوراق المالية الى ربط ودائع لدى البنوك للاستفادة من ارتفاع سعر الفائدة مما يؤدي الى انخفاض أسعار الألسهم وبالتالي تراجع عوائد بورصة الألوراق المالية (Barnor, ٢٠١٤.)

كما أن ارتفاع الناتج المحلى الإجمالي يتناسب طردياً مع ارتفاع مستويات المعيشة، واتجاه الاقتصاد، حيث يترتب على ارتفاع الناتج المحلي الإجمالي ارتفاع نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي، وتزداد القدرة الشرائية، ومن ثم يتجه الاقتصاد نحو الازدهار ويحدث النمو في مؤشر سوق الأوراق المالية. والعكس صحيح، حيث يؤثر انخفاض الناتج المحلي على مستوى المعيشة بالانخفاض، وتتأثر القدرة الشرائية، ويكون اتجاه الاقتصاد سالبًا، ويتأثر مؤشر سوق المال.

كما أشار (الهمشري ، والزبوون ، ٢٠١٧) بوجود تأثيرات تبادلية بين البطالة ومؤشر سوق مال ، فعندما ترتفع معدلات البطالة داخل أي اقتصاد فإن ذلك يتسبب في انخفاض القوة الشرائية، الأمر

الذي يؤدي بدوره إلى انخفاض الطلب على المنتجات والاستثمارات، ونتيجة لذلك تنخفضمؤشرات الأسهم الذي ينعكس على مؤشر سوق مال في نهاية المطاف بسبب البطالة، مما يعبر عن نمط العلاقة بين البطالة ومؤشر سوق مال بالعلاقة العكسية ، فعندما ترتفع معدلات البطالة تكون هناك آثار سلبية على النمو الاقتصادي طويل الأمد للدولة، حيث كلما زادت معدلات المشتغلين ترتفع القوة الشرائية داخل السوق مما ينعكس على مؤشرات الأسواق المالية .

ان ما تقدم يشير الى أهمية تكثيف البحوث العلمية نحو دراسة علاقة وأثر (التضخم ،ومعدل أسعار الفائدة ، والناتج المحلي الاجمالي ، ومؤشر البطالة) على مؤشر سوق المال ، وذلك بهدف حسم طبيعة تلك العالقة وإزالة الغموض التي يكتنفها.

مشكلة الدراسة :

تكمن مشكلة الدراسة في محاولة فهم العلاقة بين مجموعة من المتغيرات الاقتصادية الكبرى وتأثيرها على مؤشرات سوق المال في كل من النظامين الماليين المصري والفرنسي خلال الفترة من ٢٠١٠ إلى ٢٠٢٤. وتتمثل المشكلة في التساؤل الأساسي الذي يحاول الباحث الإجابة عليه :**هل توجد علاقة توازنية بين المتغيرات الاقتصادية الكلية، مثل التضخم، معدل الفائدة، إجمالي الناتج القومي، والبطالة، وبين مؤشرات أسواق المال في مصر وفرنسا؟**

أهمية الدراسة :

تنبع أهمية هذه الدراسة من الدور الحيوي الذي تلعبه الأسواق المالية في تحريك عجلة الاقتصاد في أي دولة. إذ تعتبر الأسواق المالية مرآة تعكس التغيرات في المتغيرات الاقتصادية الكلية، حيث تؤثر هذه المتغيرات بشكل مباشر على أداء الأسواق المالية. فأسواق المال تعد من أهم أدوات قياس النمو الاقتصادي ومدى استقرار الاقتصاد الوطني، فهي تشهد تقلبات نتيجةً لتغيرات في عوامل اقتصادية مثل التضخم، معدل الفائدة، إجمالي الناتج القومي، ونسب البطالة.

في هذا السياق، تأتي أهمية دراسة العلاقة بين هذه المتغيرات الاقتصادية الكبرى وبين مؤشرات أسواق المال، بهدف فهم كيفية تأثير هذه العوامل الاقتصادية على السوق المالي. إن معرفة هذه العلاقة تساهم في رسم السياسات الاقتصادية والنقدية بشكل أكثر دقة وفاعلية، مما يساعد على تحقيق استقرار أكبر في الأسواق المالية وتعزيز النمو الاقتصادي.

علاوة على ذلك، فإن الدراسة تسهم في توفير رؤية واضحة حول كيفية تفاعل المتغيرات الاقتصادية في بيئتين ماليتين مختلفتين، مثل النظامين الماليين المصري والفرنسي. وبالتالي، يمكن للنتائج أن تقدم توصيات تساعد صانعي السياسات على اتخاذ قرارات اقتصادية ونقدية مدروسة بناءً على الأدوات المتاحة في أسواق المال.

لذلك، تسعى هذه الدراسة إلى إبراز أهمية وجود علاقة توازنية بين المتغيرات الاقتصادية الكلية ومؤشرات أسواق المال، من أجل تعزيز فهمنا لكيفية تأثير هذه العوامل على أداء الأسواق، وبالتالي دعم الاقتصاد الوطني من خلال اتخاذ قرارات مالية ونقدية أفضل.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة بشكل أساسي إلى اختبار العلاقة التوازنية بين أربعة متغيرات اقتصادية كبرى (التضخم، معدل الفائدة، إجمالي الناتج القومي، البطالة) وبين مؤشرات سوق المال، وذلك من خلال دراسة دور هذه المتغيرات في تعزيز دور سوق المال في دفع عملية النمو الاقتصادي في كل من (مصر وفرنسا).

كما تهدف الدراسة إلى الإجابة على عدة تساؤلات رئيسية كما يلي :

١- كيفية تؤثر متغيرات الاقتصاد الكلي على أسواق المال في كلا البلدين؟

٢- هل توجد علاقة توازنية يمكن أن تساهم في تعزيز كفاءة سوق المال في دفع النمو الاقتصادي؟

كما تسعى الدراسة إلى اختبار هذه العلاقة باستخدام اختبارات إحصائية متقدمة وذلك بهدف الخروج بنتائج علمية دقيقة تعكس الواقع الاقتصادي في البلدين.

من خلال تحليل هذه العلاقة، تأمل الدراسة في تقديم **توصيات** يمكن أن تفيد صانعي القرار على المستويين **الخاص** و **العام**، خاصة في مجال تحسين السياسات المالية والنقدية، التي قد تساهم في تعزيز كفاءة متغيرات الاقتصاد الكلي ودورها في تنمية مؤشرات سوق المال. يمكن لهذه التوصيات أن تسهم في تطوير استراتيجيات اقتصادية أكثر فعالية في مصر وفرنسا، بالإضافة إلى توفير أفكار قد تكون مفيدة لصانعي السياسات في مصر أيضًا.

فروض الدراسة :

بناءا على مشكلة وأهداف الدراسة تم صياغة فرضيات الدراسة على النحو التالي :

- الفرض الأول: توجد علاقة توازنية ذات دلالة إحصائية بين معدل التضخم ومؤشر سوق المال في مصر.
- الفرض الثاني : توجد علاقة توازنية ذات دلالة إحصائية بين معدلات أسعار الفائدة ومؤشر سوق المال في مصر.
- الفرض الثالث: توجد علاقة توازنية ذات دلالة إحصائية بين إجمالي الناتج المحلي ومؤشر سوق المال في مصر.
- الفرض الرابع : توجد علاقة توازنية ذات دلالة إحصائية بين معدل البطالة ومؤشرات سوق المال في مصر.

حدود الدراسة :

تقتصر الدراسة على **العلاقة التوازنية** بين **متغيرات الاقتصاد الكلي** (التضخم، سعر الفائدة، إجمالي الناتج المحلي، معدل البطالة) و**سوق الأوراق المالية** في كل من **مصر** و **فرنسا** خلال الفترة الممتدة من **2010إلى ٢٠٢٤** .سيتم تحليل كيفية تأثير هذه المتغيرات على مؤشرات أسواق المال في كلا البلدين، مع التركيز على المقارنة بين نتائج دراسة الحالة في **مصر** و **فرنسا**.

منهج البحث:

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك من خلال عرض الإطار النظري للعلاقة التوازنية بين متغيرات الاقتصاد الكلي ومؤشر سوق مال، والتطرق إلى واقع سوق المال في مصر وفرنسا. كما تم الاعتماد على منهج التحليل الكمي عند قيامنا بالدراسة القياسية من خلال تطبيق اختبار التكامل المشترك، وتقدير نموذج تصحيح الخطأ واختبار السببية لغرانجر.

الدراسات السابقة :

- تناولت دراسة (Ndlovu et al, ٢٠١٨) البحث في تأثير كل من التضخم، نمو العرض النقدي، أسعار الفائدة، وسعر الصرف على العملة المحلية مقابل الدولار على سوق الأسهم

بجنوب إفريقيا باستخدام بيانات ربع سنوية للفترة ١٩٨١-٢٠١٦. تم تطبيق اختبار التكامل المشترك، نموذجVECM ، وتحليل التباين لفهم العلاقة بين هذه المتغيرات توصلت الدراسة إلى أن أسعار الفائدة، وعرض النقود، والتضخم لها علاقة إيجابية مع أسعار الأسهم بينما كان لسعر الصرف تأثير سلبي على المدى الطويل، وإلى وجود علاقة سببية أحادية الاتجاه من أسعار الصرف وأسعار الفائدة إلى أسعار السهم.

- واقتصرت دراسة (Chauque & Rayappan , ٢٠١٨) على التحقيق في تأثير متغير سعر الصرف والتضخم على أداء سوق الأسهم الماليزي، وذلك بإجراء العديد من الاختبارات الاقتصادية القياسية لتحديد طبيعة العلاقة بين هذه المتغيرات مثل اختبار جذر الوحدة واختبار السببية لـgranger ، فضلا عن اختبارات الانحدار المتعدد، وذلك باستخدام بيانات شهرية للفترة ٢٠٠٧-٢٠١٦ أشارت نتائج الدراسة إلى أن لسعر الصرف والتضخم تأثير سلبي على أداء سوق الأسهم في ماليزيا، كما أن للمتغيرين تأثير كبير على تباين السوق مخاطر السوق). كما تظهر النتائج أن هناك علاقة سببية أحادية الاتجاه من مؤشر سوق الأسهم KLCI إلى التضخم. تشير هذه النتيجة إلى أنه يمكن استخدام قيم KLCI السابقة للتنبؤ بمستوى التضخم المستقبلي في ماليزيا.
- قام (Khan & Khan, ٢٠١٨), بتطبيق نموذج ARDL باستخدام بيانات شهرية لتحديد تأثير مختلف المتغيرات الاقتصادية الكلية على أسعار الأسهم في باكستان خلال الفترة ٢٠٠٠-٢٠١٦، أشارت نتائج الدراسة إلى أن أسعار الأسهم في بورصة كراتشي تتأثر كثيرا بكل من العرض النقدي، سعر الصرف وسعر الفائدة على المدى الطويل، أما على المدى القصير كانت جميع المتغيرات الكلية ذات تأثير غير معنوي باستثناء سعر الصرف الذي تكامل بشكل سلبي مع أسعار الأسهم. وفي نفس السوق أيضا اختبرت دراسة (Khan et al , ٢٠١٨) تأثير سعر الصرف، سعر الفائدة ومعدل التضخم على عوائد أسهم بعض الشركات المدرجة بمؤشر ١٠٠ KSE.اعتمد الباحثون في هذه الدراسة على نموذج الانحدار المتعدد استخدام بيانات شهرية لـ ١٥ شركة للفترة ٢٠٠٨-٢٠١٢ لتوضيح تأثير هذه المتغيرات الكلية على سوق الأسهم الباكستاني أشارت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير إيجابي لسعر الصرف على عوائد الأسهم على

عكس الدراسة السابقة التي وجدت شكوا إيجابيا السعر الصرف)، في حين كان المعدل التضخم وسعر الفائدة تأثير سلبي كبير على عوائد الأسهم على عكس الدراسة السابقة التي توصلت إلى وجود شو غير معنوي هذه المتغيرات)، وأظهرت نتائج تحليل التباين أن من بين ثلاثة متغيرات للاقتصاد الكلي أظهر معدل التضخم خطأ أكبر في التنبؤ بمؤشر KSE 100 .

- دراسة أخرى لـ (Gin & Joshi, ٢٠١٧) التي تم فيها استخدام طريقة ARDL تفحص العلاقة طويلة الأجل بين أسعار الأسهم والمتغيرات الاقتصادية الكلية على المدى الطويل، وطريقة VECM لاخبار السبية على المدى الطويل والقصير باستخدام بيانات سنوية للفترة ٢٠١٤-١٩٧٩ تخص الاقتصاد الهندي توصلت الدراسة إلى وجود علاقة طويلة الأجل بين التغيرات، حيث يؤثر النمو الاقتصادي والتضخم وسعر الصرف بشكل إيجابي على أسعار الأسهم، كما تشير النتائج إلى أن السببية على المدى القصير والمدى الطويل نتجه من النمو الاقتصادي والاستثمار الأجنبي المباشر إلى أسعار الأسهم في السوق الهندي، أما تحليل التباين أظهر أن التطويرات التي عرفها سوق الأوراق المالية في الحد التفسير من خلال الصدمات الخاصة بالسوق نفسه ، وتم إجراء دراسة (Golam et al, ٢٠١٧) على ٦ دول نامية (بنغلاديش، اقت پاكستان سريلانكا، المالديف، والنيبال باستخدام نموذج الانحدار المتعددة للدراسة تأثير بعض المتغيرات الاقتصادية الكلية بالاعتماد على بيانات سنوية الفنية ٢٠٠٥-٢٠١٥ أظهرت نتائج الدراسة أن سعر الصرف ،احتياطي الصرف ومعدل الفائدة كلها ذات دلالة إحصائية في التأثير على أداء أسواق الأسهم للبلدان محل الدراسة، وبالمقابل لم يكن للتضخم والعرض النقدي تأثير جوهري على أداء سوق الأوراق المالية
- استخدم (Ernest et al, ٢٠١٦) بيانات البانل (panel data) السنوية لـ ٤١ دولة ناشئة الفترة ١٩٩٦-٢٠١١ لتقدير تأثيربعض المتغيرات الاقتصادية الكلية على رحلة سوق الأسهم باستخدام طريقة المربعات الصغرى OLS والمربعات الصغرى الديناميكية DOLS توصل الباحثون في هذه الدراسة إلى أن انخفاض كل من سعر الصرف بالدولار ومؤشر أسعار المستهلك يؤثر على نمو سوق الأوراق المالية بشكل سلبي، في حين أن زيادة المعروض النقدي يؤثر على سوق الأسهم إيجابيا. ودرس (Barakat et al, ٢٠١٦) على العلاقة بين أربعة

متغيرات اقتصادية كلية (مؤشر أسعار المستهلك سعر الصرف، العرض النقدي وسعر الفائدة وعوائد الأسهم في سوقي مصر وتونس للأبراق المالية بتطبيق اخبارات السببية (, VAR) Grangerوذلك باستخدام بيانات شهرية للفترة ١٩٩٨ – ٢٠١٤ أشارت نتائج الدراسة إلى وجود علاقة سببية بين هذه المتغيرات وأسعار الأسهم في مصر بينما بالنسبة للسوق التونسية يستثنى مؤشر أسعار المستهلك الذي ليس له علاقة سببية مع عوائد الأسهم، كما كشفت النتائج أن التفوات الأربعة متكاملة مع سوق الأوراق المالية في كلا البلدين.

- تناولت دراسة (Caporale, ٢٠١٣)(طبيعة العلاقة بين الأسعار في سوق الأوراق المالية وأسعار الصرف في ستة اقتصاديات متقدمة باستخدام بيانات أسبوعية خلال الأزمة المالية للفترة ٢٠٠٧–٢٠١٠ أشارت نتائج الدراسة إلى وجود آثار غير مباشرة أحادية الاتجاه من عوائد الأسهم إلى التغيرات في أسعار الصرف في الولايات المتحدة والمملكة المتحدة، وفي الاتجاه المعاكس في كندا، وآثار غير مباشرة ثنائية الاتحاد في منطقة اليورو وسويسرا واستكشفت دراسة (Auzairy et al, ٢٠١١). خبر تحرير أسواق الأسهم وعوامل الاقتصاد الكلي (أسعار الصرف أسعار الفائدة، أسعار النفط، وسيولة السوق على أداء أسواق الأسهم في ثلاث دول ماليزيا وتايلاند وإندونيسيا)، وذلك باستخدام تحليل الانحدار المتعدد للبيانات الأسبوعية للفترة ١٩٩٧–٢٠٠٩ النتائج الرئيسية لهذه الدراسة تتمثل في أن سياسات التحرير أسواق الأوراق المالية التي تم تنفيذها في عام ١٩٩٧ وبعده لم تكن فعالة بشكل كبير في تحسين أداء أسواق الأسهم في البلدان التحريف، وأن تأثير المتغيرات الاقتصادية الكلية كان كبيرا على أداء أسواق الأسهم هذه البلدان بعد عمليات التحرير التي عرفتها.

من خلال مراجعة الدراسات السابقة أعلاه نلاحظ أن هذه الدراسات أسفرت عن نتائج مختلفة، حيث توصلت بعض الدراسات إلى الأسواق أحيانا، والبعض الآخر لم يجد أية علاقة على الإطلاق. وجود علاقة إيجابية بين بعض منغيرات الاقتصاد الكلي وأداء سوق الأسهم، بينما وجدت دراسات أخرى علاقة سلبية لنفس المتغيرات وفي نفس الأسواق أحياناً ، ولبعض الأخر لم يجد علاقة على الاطلاق

هذه النتائج المختلفة ناتجة عن الاختلافات في المنهجية (اختلاف النماذج المستخدمة)، التغيرات المستخدمة (مثلا تلاحظ اهتمام أكبر متغيرات السياسة النقدية وإهمال متغيرات السياسة المالية، تباين فترة الدراسة ونوعية البيانات سنوية فصلية شهرية أسبوعية)، تباين مكان الدراسة، كما أن لكل سوق خصائص معينة مثل اللوائح التنظيمية، حجم السوق، بيئة الاستثمار، نوع المستثمرين وعوامل أخرى ... أدت إلى اختلاف التأثيرالناتج عن سلوك متغيرات الاقتصاد الكلي.

الاطار النظري للدراسة :

- **أولاً : الناتج المحلي الإجمالي (GDP) Gross Domestic Product**

الناتج المحلي الإجمالي هو قيمة جميع السلع والخدمات المنتجة محليا خلال سنة معينة وهو يعتبر من أهم مقاييس النشاط الاقتصادي الحقيقي Real Economic ومن أمثلة الدراسات التي إستخدمته ،(Mishkin,1997, P. 17)كما أن الناتج المحلي الإجمالي يعتبر من أهم مقاييس النمو الاقتصادي الذي ينعكس على مؤشرات سوق المال العلاقة النظرية بين الناتج المحلي الإجمالي وسوق الأسهم تستمد من نموذج القيمة الحالية Present Value Model الذي يري أن سعر السهم العادي داخل سوق المال هو القيمة الحالية للتوزيعات المتوقعة مخصومة بمعدل يساوي العائد المطلوب المعدل بالمخاطرة، وبالتالي فإن الفرض النظري يتوقع أن يكون هناك علاقة طردية قوية بين الناتج المحلي الإجمالي وأسعار الأسهم وذلك للأسباب التالية:

- أسعار الأسهم تعكس (تأخذ في الاعتبار) التوقعات المستقبلية للنشاط الاقتصادي الأمر الذي يؤثر على التوزيعات المتوقعة للأسهم، ولذا نجد أن أداء سوق الأسهم من المؤشرات القائدة Leading Indicators للنشاط الاقتصادي.
- التغيرات في أسعار الأسهم هي تغيرات في ثروة المستثمرين الأمر الذي يؤثر في الطلب على السلع الاستهلاكية والسلع الاستثمارية.
- التغيرات المتوقعة في النشاط الاقتصادي تؤثر على المخاطرة المدركة بواسطة المستثمرين ومن ثم تؤثر على معدل الخصم والذي بدوره يؤثر على أسعار الأسهم.

ولقد تم تأييد الفرض السابق بواسطة كثير من الدراسات التطبيقية علي بيانات الولايات المتحدة مثل(Schwert ,1990) و بيانات اليابان مثل دراسة (Mukherjee and Naka, ١٩٩٥) وعلي بيانات الدول الصناعية السبع العظمي مثل دراسة (Groenewold, K٢٠٠٤) ولكن في المقابل هناك دراسات تطبيقية خرجت بنتائج لا تتفق مع الفرض النظري السابق ذكره، فمثلاً دراسة (١٩٩٣) Blanchard et al توصلت إلى عدم وجود علاقة بين أسعار الأسهم والناتج المحلي الإجمالي وإنهما معاً نتاج للسياسات الاقتصادية في الولايات المتحدة الأمريكية، كما وجدت أن العلاقة القوية بين النشاط الاقتصادي الحقيقي وأسعار الأسهم في الولايات المتحدة الأمريكية اختفت مع بداية الثمانينات من القرن المنصرم وعزت الدراسة ذلك للأسباب الثلاثة التالية:

- الفرص الاستثمارية المربحة أصبحت نادرة بالمقارنة مع ما كان متاحاً في الستينات والسبعينات .
- ازدياد ظاهرة الاندماج والاستحواذ مما أدي إلى تحول الأرباح من الأنشطة الإنتاجية الحقيقية إلى المعاملات المالية في سوق الأسهم .
- توقعات الربح للشركات الأمريكية لم تعد ترتبط بالسوق الداخلي فقط وإنما أصبحت تتوقف على العالم الخارجي وذلك مع تنامي ظاهرة العولمة.

ولقد أكدت نتائج دراسة (Binswanger ٢٠٠٤) إختفاء العلاقة بين النشاط الاقتصادي وأسعار الأسهم في كل من اليابان وكندا والدول الأوروبية الأساسية مثل بريطانيا وألمانيا وفرنسا، كما أثبتت أن رؤوس الأموال التي يتم تدبيرها بواسطة الطروحات العامة الأولية IPOs غالباً لا يتم استخدامها في تمويل النمو والاستثمار الحقيقي وإنما تستخدم في شراء أسهم شركات أخري قائمة وبالتالي إستنتجت الدراسة أن أسعار سوق الأسهم تؤثر على تمويل الاستثمار الحقيقي أكثر من تأثيرها على الاستثمار الحقيقي نفسه.

ولقد فسر العلماء ضعف العلاقة بين سوق الأسهم والنشاط الاقتصادي منذ الثمانينات من زوايا مختلفةيرجع الى أن مديري الشركات لديهم معلومات عن الفرص الإستثمارية المستقبلية أكثر من السوق و لذا فإن تقييم السوق للشركات ممثلا في أسعار الأسهم لا يقدم للمديرين معلومات جديدة تحفزهم على الاستثمار، ومن ثم أصبح سوق المال مسألة ثانوية Sideshow فيما يتعلق بتأثيره

على النشاط الاقتصادي ، اما دراستي فقد أشارت إلى وجود تأثير لمتغيرات الاقتصاد الكلى في سوق المال مما أضعف العلاقة بين النشاط الاقتصادي وسوق الأسهم.

ثانياً : التضخم (Inflation)

التضخم هو الارتفاع المضطرد في الأسعار وهو يلعب دورا هاما في الاقتصاد من حيث النظرية والتطبيق وهو نتاج الخلل في العلاقة بين المعروض النقدي والإنتاج الحقيقي، ولعب التضخم دوراً هاماً في العلاقة بين متغيرات الاقتصاد الكلي وسوق الأسهم ويمكن التمييز بين ثلاثة مجموعات من الفروض النظرية والدراسات التطبيقية الخاصة بالعلاقة بين التضخم وأسعار وعوائد الأسهم وهي فرض الإستقلالية لفيشر، والفروض الخاصة بالسوق التام والفروض الخاصة بنقائص السوق.

ويري "إيرفنج فيشر" في كتابه عن نظرية سعر الفائدة عام ١٩٣٠ قال أن المستوي العام لأسعار الفائدة يتبع المستوي العام للتضخم من خلال العلاقة التالية: سعر الفائدة الاسم Nominal Interest Rate يساوي سعر الفائدة الحقيقي Real Interest Rate بالإضافة إلى معدل التضخم المتوقع Expected Inflation Rate وهذه العلاقة يمكن صياغتها في شكل المعادلة التالية و التي يطلق عليها تأثير فيشر Fisher Effect :

سعر الفائدة الحقيقي= سعر الفائدة الاسمي – معدل التضخم المتوقع

و في ظل افتراض الفصل بين الاقتصاد الحقيقي والاقتصاد النقدي (الاسمي). ومع إثارة القضايا الخاصة بالعلاقة بين متغيرات الاقتصاد الكلي وسوق المال تم إحياء فكر فيشر بواسطة النقديين الذين وضعوا فرض نظري يقول بإستقلال التضخم عن عوائد الأسهم التى تشكل سوق المال ، ولكن في السبعينيات وفي ظل معدلات تضخم عالية أصبح علماء الاقتصاد والاستثمار مهتمين بالإجابة على تساؤل مؤداه هل الأسهم العادية – باعتبارها مطالبات على الإنتاج الحقيقي – يمكن أن تكون وسيلة جيدة للتحوط (التغطية) Hedging ضد التضخم سواء المتوقع أو غيرالمتوقع؟

و قامت دراسات كثيرة بإختبار هذا التساؤل والذي يعتبر إختباراً مباشرا لفرض فيشر ، وأوضحت النتائج خطا فرض فيشر حيث وجدت علاقة عكسية بين عوائد الأسهم والتضخم من خلال بيانات أمريكية بعد الحرب العالمية الثانية (Jaffe and Mandelker,1985) كما أن هناك دراسات تمت على دول خارج الولايات المتحدة الأمريكية أكدت وجود علاقة عكسية بين العوائد الأسمية للأسهم

في سوق المال والتضخم مع بعض الاستثناءات لبعض الدول في دراسة (Firth, ١٩٧٩)على بريطانيا.

وجدير بالذكر أنه قد بدأت أسلوب جديد لاختبار فرض الاستقلال لفيشر مقابل فرض التحوط ضد التضخم ولقد تبعها معظم الدراسات اللاحقة وهذا الأسلوب هو إجراء انحدار للعوائد الأسمية للأسهم كمتغير تابع على كل من التضخم المتوقع وغير المتوقع (كمتغيرات مستقلة بدلا من التضخم الفعلي) ، بجانب استخدام سعر الفائدة قصير الأجل (أذون الخزانة) في بداية الفترة كمقياس للتضخم المتوقع حيث أثبتت أن العلاقة بين العوائد الأسمية للأسهم وكل من التضخم المتوقع و غير المتوقع هي علاقة عكسية.

ومن جانب أخر ومع تطور أساليب الاقتصاد القياسي ظهرت دراسات تستخدم بدلا من الانحدار أسلوب Vector Ener Correction (VEC) الذي يأخذ في الاعتبار متغيرات اقتصادية أخري مثل النشاط الحقيقي وعرض النقود وأسعار السلع ويختبر العلاقة بين عوائد سوق المال والتضخم في الأجل الطويل من خلال إختبار (Cointegration)والأجل القصير من خلال إختبار (Impulse Response functions,1992)التي طبقت على بيانات (١٦) دولة صناعية وتوصلت إلى أن الأسهم لا تعتبر أداة جيدة للتحوط ضد التضخم في الأجل الطويل حيث لم تجد تكامل مشترك (Coinnegation) وأن أسعار الأسهم في الأجل القصير لم تستجب للصدمات الاقتصادية في كل من النشاط الحقيقي والمعروض النقدي والتضخم وذلك في معظم الدول موضع الدراسة.

ثالثاً أسعار الفائدة Interest rates

تلعب أسعار الفائدة دورا هاما في النشاط الاقتصادي ككل سواء في السوق السلعي أو في السوق المالي، فهي تمثل ثمن إنتقال النقود من المدخرين إلي المستثمرين وتؤثر أسعار الفائدة على أسعار وعوائد الأسهم في أسواق المال من خلال ثلاث قنوات على الوجه التالي:

- سوق النقد Money Market من خلال سعر الفائدة على الأدوات المالية قصيرة الأجل مثل أذون الخزانة ومعدل الخصم.

- سوق رأس المال Capital Market من خلال أسعار الفائدة على القروض المصرفية طويلة الأجل وأسعار الفائدة على السندات سواء الصادرة من الشركات أو الحكومة.
- سوق السلع أو الإنتاج الحقيقي Real Economic Market حيث تؤثر أسعار الفائدة قصيرة وطويلة الأجل على الإنتاج والاستهلاك والتضخم

وسوف يتم التركيز هنا على علاقة أسعار الفائدة كجزء من السياسة النقدية مع سوق المال بإعتبار أن تأثير سعر الفائدة على أسعار وعوائد الأسهم في سوق المال من خلال قناة سوق السلع والتأثير على الإنتاج والاستهلاك والتضخم أما بالنسبة للتأثير من خلال قناة سوق رأس المال وبالتحديد سوق السندات فإن الباحث يري أن سوق السندات في مصر لازال أضعف من أن تؤثر أسعار فائدة السندات على أسعار وعوائد الأسهم ولا زالت معظم الديون طويلة الأجل للشركات تأتي من البنوك وهذا ما أكدته نتائج دراسة (Sourial.2008) من أن سوق النقد والائتمان المصرفي لازال أقوي من سوق الأوراق المالية في توصيل السياسة النقديةTransmiting of Monetary Policy

وجدير بالذكر أن العلاقة بين أسعار الفائدة وأسعار وعوائد الأسهم في سوق المال تم دراستها من خلال ثلاث زوايا الأولي مجموعة دراسات أدخلت سعر الفائدة كمتغير ممثل للسياسة النقدية للتنبؤ بأسعار وعوائد الأسهم أو لمعرفة تأثير السياسة النقدية على أسعار وعوائد الأسهم، والمجموعة الثانية تقيس تأثير تقلب سعر الفائدة (مخاطرة سعر الفائدة) على أسعار وعوائد الأسهم أو على بدل المخاطرة للأسهم، والمجموعة الأخيرة تختبر الإتجاه العكسي للعلاقة حيث تقيس تأثير أسعار وعوائد الأسهم على أسعار الفائدة.

وأهم فرض نظري في مجال العلاقة بين أسعار الفائدة وأسعار الأسهم هو وجود علاقة عكسية لأن سعر الفائدة يمثل العائد الخالي من الخطر Risk Free Rate of Return وفي إطار نموذج القيمة الحالية لتسعير الأسهم كلما زاد العائد الحالي من الخطر كلما زاد العائد المطلوب Required Rate of Returnالذي يمثل المعدل الذي به يتم خصم التوزيعات المتوقعة للوصول إلى سعر السهم و ومن ثم ينخفض سعر السهم (Reilly and Brown ,2003, P.393-394) هذا هو جوهر فكرة نموذج التسعير فى سوق المال.

رابعاً البطالة :

يبين الاتجاه العام في علاقة البطالة بسوق المال ، أن هناك ارتباط كبير بين معدل البطالة الذي ينعكس على معدل النمو والذي ينعكس بشكل مباشر على مؤشر سوق المال، كما إن السياسات الموجهة لتخفيض معدلات البطالة تنطلق من مقاربة تفرض أن البطالة ترتبط ارتباطا مباشراً مع مؤشر سوق المال فكل انخفاض في معدل البطالة يتوافق مع ارتفاع مؤشرات الأسهم التى تنعكس مؤشرات سوق المال ، وتظهر العلاقة من خلال التبسيط التالي

إنخفاض معدل البطالة ← **إرتفاع معدل النمو** ← **ارتفاع مؤشرات سوق المال**
(ارتفاع معدل التشغيل)

فتحديد نسب ارتفاع مؤشرات سوق المال تعتمد على السياسية الاقتصادية المنتهجة، حيث اعتمد كينز في تحليله على سياسة الإنعاش عن طريق الطلب، وهو الاعتقاد السائد لدى معظم الاقتصاديين، حيث ينطلقون من اعتبار أن ارتفاع مؤشرات سوق المال ترتبط بزيادة الطلب الذي يعقبه زيادة فى معدلات التشغيل ، بينما يركز اتجاه أخر على العرض من خلال دعم ربحية و مردودية المشاريع .وقد تمت دراسة العلاقة بين البطالة ومؤشرات أسهم سوق المال تجريبيا في الأدب الاقتصادي بالاعتماد على ما يعرف بقانون (OKUN)،الذي يبين أن هناك علاقة عكسية تبادلية بين معدل التغير في مؤشرات الأسهم والتغير في معدل البطالة، وقد نجح أوكن في بيان أن هناك علاقة عكسية تبادلية بين البطالة ونمو مؤشرات سوق المال، إذ بين أنه إذا انخفضت البطالة بنسبة (١%) فإن ذلك يكون راجعا إلى ارتفاع الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي بنسبة (٣%) والي ينعكس علي مؤشرات سوق المال ، كما بين أنه عند حدوث الزيادة في الناتج المحلي الإجمالي الحقيقي يتحقق زيادة في العمالة (التشغيل).

مؤشرات سوق المال :

تعرف الأسواق المالية بأنها المكان أو الوسيلة المنظمة التي يتم من خلالها الجمع بين الطلب على الأموال والعرض للأموال، سواء كان ذلك بالاتصال المباشر وغير المباشر عن طريق السماسرة أو الشركات العاملة في هذا المجال وبعبارة أخري فإن السوق المالي هو التنظيم الذي يمكن أصحاب الأموال الفائضة أو الزائدة من الاتصال الدائم المباشر أو غير المباشر مع الأطراف التي لديها عجز

في الأموال، حيث يمكنهم من إتمام التعاملات فيما بينهم بطريقة منظمة وفق شروط محددة (أبو زيد ٢٠٠٩، ص٢٥٣) وأشار البعض إلى أنها أحد القطاعات المهمة لرأس المال المستثمر الذي يعمل على توفير السيولة للأموال المستمرة على شكل أوراق مالية أو (أسهم وسندات) فهي تمثل الجهاز الذي يتم عن طريقه تمويل رأس المال وذلك من خلال تمويل الأوراق المالية بسهولة ويسر إلى نقود حاضرة وبالعكس .

بينما يراها آخرون بأنها نظام يتم بموجبها الجمع ما بين البائعين والمشترين لنوع معين من الأوراق أو لأصل مالي معين حيث تمكن المستثمرين من بيع وشراء عدد من الأسهم والسندات داخل السوق إما عن طريق السماسرة أو الشركات العاملة في هذا المجال، إلا أن التقدم التكنولوجي في مجال الحاسبات وشبكات الاتصال قلل من أهمية التواجد في المقرات الخاصة والمحددة للأسواق وبالتالي مكن من التعامل خارج السوق من خلال شركات السمسرة المنتشرة في مختلف الدول (عبد النبي، ٢٠٠٩، ص ٢٢)

علاقة سوق المال بمتغيرات الاقتصاد الكلي :

يمكن إجمال علاقة سوق المال بمتغيرات الاقتصاد الكلي فيما يلي :

- ايجاد سوق مستمرة وحرة لبيع وشراء الأوراق المالية، بحيث تمكن جمهور المتعاملين من شراء أو بيع الأوراق المالية، طلبا للفائدة المتولدة منها أو تغييرا لنوع الاستثمار ليتناسب مع رغبات المدخر، حيث يكون في وسع المتعامل في أي وقت تسييل أصوله المالية أو جزء منها بسرعة وسهولة، وبأفضل سعر ممكن وبأدنى تكلفة ممكنة.
- إعطاء مؤشر يومي عن اتجاهات الأسعار وظروف الاستثمار ومعدلات الادخار، حيث يتم تسجيل حركة الأسعار لجميع الصفقات وعروض البيع وطلبات الشراء في سوق المزايدة (Anction market) حيث تحدد فيها الأثمان من خلال قوى العرض والطلب. ويتم نشرها من قبل إدارة السوق، ويعتمد عليها الأفراد والمشروعات عند اتخاذ قراراتهم الاستثمارية.
- تعبئة المدخرات السائلة وتوجيهها نحو المشروعات فالبورصة تحول مدخرات الأفراد واستثماراتهم إلى الشركات والحكومات، وهذه الاستثمارات تجمع التمويل اللازم لتمكن مشاريع الأعمال أو

الحكومة من إنتاج السلع والخدمات التي يحتاجها الأفراد كما تمول أسواق المال الشركات بالخدمات التي تساعدها على التوسع عندما تريد ذلك.

- تقويم الأداء الاقتصادي للشركات والمشروعات، وايجاد حلقة اتصال بين جميع فعاليات شبكة الاقتصاد الكلي، والتي من بينها البنوك والمؤسسات المالية والشركات والمؤسسات الاستثمارية؛ وهذا للمساهمة في تنشيط أعمالها.
- الحكم على كفاءة السياسة النقدية والمالية للدولة، وتمهيد الطريق أمام السلطات الحكومية المختصة للمزج بين السياستين النقدية والمالية؛ ليكملا بعضهما البعض بهدف التأثير في حجم الطلب الكلي؛ وبلوغ الهدف المنشود الذي تحدده الظروف الاقتصادية المتغيرة.
- جذب رؤوس أموال خارجية للمشاركة في المؤسسات المحلية وفقا لقوانين الاستثماروالإجراءات الادارية المنظمة للنشاط الاقتصادي.
- اتاحة الفرصة للاستثمارات قصيرة الأجل، ذلك أن المؤسسات المالية تقوم بتوظيف الأموال في المشاريع الاستثمارية طويلة ومتوسطة الأجل. إلا أن هذا التوظيف لا يشمل كل أموال المؤسسة بصورة مستمرة؛ فتبقى عندها فوائض مالية، ومن غير المعقول الاحتفاظ كما هي على هيئة نقدية بحتة، لذلك تقوم باستثمارها عن طريق البورصة على شكل أدوات مالية قابلة للتداول والسيولة.
- التقليل من مخاطر التضخم والانكماش الداخلي، حيث يعتبر سوق المال الحقل الذي تعمل فيه الدولة لتحقيق الاستقرار النقدي عن طريق بيع وشراء الأوراق المالية للتحكم في كمية النقود بهدف معالجة التضخم.(البرواري، ٢٠٠٢، ص٤٥).

ثالثا: العلاقة بين متغيرات الاقتصاد الكلي بمؤشر سوق المال في (مصر وفرنسا)

منهجية الدراسة:

نهدف من خلال هذه الدراسة القياسية إلى دراسة العلاقة التوازنية بين متغيرات الاقتصاد الكلي ومؤشر سوق المال في (مصر وفرنسا) كمؤشر للتطور المالي والنمو الاقتصادي من خلال استخدام اختبار التكامل المشترك وتقدير نموذج تصحيح الخطأ. ثم تحديد اتجاه العلاقة السببية بين هذين المتغيرين في الأجلين القصير والطويل من خلال إدخال طريقة غرانجر التقليدية لاختبار السببية في نموذج تصحيح الخطأ، وذلك في مصر وفرنسا خلال الفترة (٢٠١٠ – ٢٠١٤) –

سوف يتم التعبير عن سوق الأوراق المالية وفق مؤشر معدل رسملة السوق ومعدل قيمة التداول والنمو الاقتصادي ممثلا بمؤشر نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي.

والجدول التالي يوضح تطور نصيب الفرد من الناتج المحلي الإجمالي ومؤشرات بورصة القيم المنقولة في مصر خلال الفترة (٢٠١٠ – ٢٠٢٠)

الجدول (١) تطور الناتج المحلي الإجمالي ومؤشرات سوق المال في "مصر" خلال الفترة (٢٠١٠-٢٠٢٤) الوحدة (دولار أمريكي، %)

السنوات	GDP	R	Inf	Um	VM
٢٠١٠	١٢٠٦.٦	٥.١٠	٧.٣٩١	٩.١٢	٦٨٥٨.٥٥
٢٠١١	١٣٧١.١	١.٨٠	٩.٧٤١١	١١.٩	٤.٢٨٦.١٣
٢٠١٢	١٦٧٤.٧	٢.٢٠	٦.٨٦٥	١٢.٦	٥.٥٩٣.١٣
2013	١٨٦٠.٤	٢.٢٠	٥.٢٢٩	١٣	٦.٢٩٣.٧٨
2014	١٦٧٤.٧	٢.٩٠	١١.٦٩١	١٣.٤	٨٥٢٣.٥١
2015	١٨٦٠.٤	٤.٤٠	٧.٠٦٢	١٢.٨	٧٠٢٥.٢٨
2016	٢١٣٠	٤.٣٠	٧.٧٢٨	١٢.٥	١٢٣٤٤.٧٧
2017	٢٤٤٣.٩	٤.٢٠	٣.٨٥٩	١٢	١٥٠٢١.٣٦
2018	٤٦٦٦.٢	٥.٣٠	١٤.٣٥١	١٠.٥	١٣٠٣٥.٧٢
2019	٥٥٩٦	٥.٦٠	٨.٥٦٦	٧.٥	١٣٩٩٩.٨٦
2020	٦١٥٢.٦	٣.٦٠	٧.١٦٨	٩.٦	١٠٨٠٣.٩٥
٢٠٢١	٦٦٦٣.١	٣.٣٠	٤.٢٨٥	٧.٤	١٢٣٣٤.٨٢
٢٠٢٢	٧٨٤٢.٥	٦.٦٠	٧.٢٥٩	٧.٤	١٤٧١٠.٩٧
٢٠٢٣	١٠١٥٥.٤	٣.٨٠	٣١.٢٤١	٧.١	٢٤٧٩٣.٧٥
٢٠٢٤	١٣٩٠٢.٦٤	٣.٥٠	٢٩.٨	٦.٥	٣٠٠١٤.٣٠

المصدر **البنك الدولي** .(2025) .البيانات المتاحة عبر الموقع الإلكترونيwww.worldbank.org :، تم الاطلاع عليه في **5فبراير ٢٠٢٥**.

الجدول(٢) تطور الناتج المحلي الإجمالي ومؤشرات سوق المال في "فرنسا " خلال الفترة (٢٠١٠-٢٠٢٠) الوحدة (دولار أمريكي، %)

السنوات	GDP	R	Inf	Um	VM
٢٠١٠	٢٣٢٠	١.٥	٩.٤	٩.٤	٥٢.٣
٢٠١١	٢٣٧٠	٢.١	٦.٢	٩	٢٥٨.١
٢٠١٢	٢٣٨٠	٢.٠١	٩.٧	٩.٧	٣٦٥.٢
٢٠١٣	٢٣٩٠	٠.٩	٦.٢	١٠.٢	١٤٥.٧
٢٠١٤	٢٤١٠	٠.٥	١٠.٢	١٠.٢	٣٥٢٤.٨
٢٠١٥	٢٤٤٠	٠.٠	٦.٠	١٠	١٤٥٦.٣
٢٠١٦	٢٤٧٠	٠.٢	٩.٩	٩.٩	١٥٦٢.٩
٢٠١٧	٢٥٢٠	١.٠	٥.٩	٩.٤	١٤٥٢.١
٢٠١٨	٢٥٧٠	١.٩	٩.١	٩.١	١٢٣٥.٦
٢٠١٣	٢٦٢٠	١.١	٥.٦	٨.٤	٨٥٦.٩
٢٠٢٠	٢٤٢٠	٠.٥	٧.١	٨	٢٠٤٥.٢
٢٠٢١	٢٦٠٠	٧.٠	٢.١	٧.٩	١٨٧٦.٥
٢٠٢٢	٢٧٠٠	٢.٥	٥.٠	٧.٣	١٦٥٤.٨
٢٠٢٣	٢٨٦٤	٣.٠	٦.٥	٧	١٩٨٧.٢
٢٠٢٤	٢٩٤٨	١.١	٩.٠	٦.٨	١٩٧٥.٥

المصدر **البنك الدولي** .(2025) .البيانات المتاحة عبر الموقع الإلكتروني : www.worldbank.org، تم الاطلاع عليه في **5فبراير ٢٠٢٥**.

حيث أن :GDP : يعبر عن اجمالى الناتج المحلي ، R: معدل الفائدة ، Inf ، معدل التضخم ، Um: معدل البطالة ،SMC: معدل رسملة السوق VM : معدل قيمة التداول

تم بناء النماذج الاقتصادية لهذه الدراسة اعتمادا على النظريات الاقتصادية المثبتة حيث أثبتت العديد من الدراسات التطبيقية وجود علاقة توازنية وبعضها سببية بين سوق الأوراق المالية ومؤشرات الاقتصاد الكلي في هذا السياق، ستتم دراسة إمكانية وجود علاقة توازنية بين هذين المتغيرين الاقتصاديين وكذلك تحديد اتجاه العلاقة بينهما على المدى القصير والطويل. إلا أن التحليل على

المدى الطويل يضعنا أمام مشكلة عدم استقرار السلاسل الزمنية، ففي حال غياب صفة الاستقرار فإن الانحدار الذي تحصل عليه بين متغيرات السلسلة الزمنية غالبا ما يكون زائفا.

تعمل عملية المفاضلة على تصحيح السلاسل الزمنية وإعادة طابع الاستقرار لها، ولكن في هذه الحالة يحتمل أن يتم فقدان كافة المعلومات المتعلقة بسلوك هذه المتغيرات على المدى الطويل في مثل هذا الوضع، يتم استخدام اختبار التكامل المشترك الذي جاء به انجل و غرانجر عام ١٩٨٧ ، إن هذا الاختبار يقدم دعما للنظرية الاقتصادية من خلال رصد العلاقات بين المتغيرات الاقتصادية في إطار إحصائي، فمن منظور اقتصادي بعض المتغيرات تتحرك بانتظام بمرور الوقت على الرغم من أنها تتسم بشكل منفرد بالتذبذب العشوائي، لذا فإن تحليل التكامل المشترك بعد إحدى الأدوات الهامة عند دراسة العلاقات بين المتغيرات الاقتصادية على المدى الطويل

اختبرت العديد من الدراسات العلاقة بين متغيرات الاقتصاد الكلي وأسواق المال ، حيث كانت النتائج متفاوتة، وبناءً عليه فنحن هنا نعمل على تحليل الاحصاءات الوصفية لأسواق المال ومتغيرات الاقتصاد الكلي تعمل في بيئات وظروف مختلفة.

جدول رقم (٣)الإحصاءات الوصفية لعوائد مؤشر سوق المال المصري ومجموعة متغيرات الاقتصاد الكلي

	VM	Um	Inf	R	GDP
MEAN	12375.99	10.22	10.82	3.92	4613.35
MEDIAN	12334.82	10.50	7.39	3.80	2443.90
MAXIMUM	30014.30	13.40	31.24	6.60	13902.64
MINIMUM	4286.13	6.50	3.86	1.80	1206.60
STD.DEV.	7099.63	2.53	8.44	1.36	3783.35
SKEWNESS	1.38	−0.21	1.97	0.24	1.26
KURTOSIS	1.87	−1.76	2.96	−0.42	1.11
JARQUE−BERA	4.37	1.70	9.57	0.39	3.29
PROBABILITY	0.113	0.428	0.008	0.821	0.193
OBSERVATIONS	15	15	15	15	15

المصدر: من اعداد الباحث باستخدام برنامج EViews١٢

شهد الاقتصاد المصري تطورات كبيرة خلال الفترة من 2010إلى ٢٠٢٤، حيث ارتفع الناتج المحلي الإجمالي من 1206.6مليار دولار في ٢٠١٠ إلى 13902.64مليار دولار في ٢٠٢٤، مما يعكس نموًا اقتصاديًا ملحوظًا. كما تحسن معدل العائد على مؤشر سوق المال ليصل في المتوسط إلى 3.92%، مع تقلبات طفيفة على مدار السنوات. ومع ذلك، واجه الاقتصاد معدلات تضخم مرتفعة وغير مستقرة، حيث بلغ أعلى مستوى له 31.24%في ٢٠٢٣، مما يشير إلى تحديات نقدية كبيرة.

من جانب أخر، تحسن معدل البطالة بشكل واضح، حيث انخفض من 13.4%في ٢٠١٤ إلى 6.5%في ٢٠٢٤، مما يدل على نجاح بعض السياسات الاقتصادية في تعزيز فرص العمل. أما مؤشر سوق المال فقد شهد نموًا هائلًا، حيث ارتفع من 4286.13في ٢٠١١ إلى 30014.30 في ٢٠٢٤، رغم تباين قيمه بسبب الأحداث الاقتصادية والسياسية. تشير هذه التحولات إلى اقتصاد متنامٍ لكنه يواجه تحديات تضخمية وتذبذبات في سوق المال، مما يستدعي سياسات اقتصادية أكثر استقرارًا لضمان استدامة النمو.

جدول رقم (٤)

الإحصاءات الوصفية لعوائد مؤشر سوق المال الفرنسي ومجموعة متغيرات الاقتصاد الكلي

	VM	Um	Inf	R	GDP
MEAN	1363.27	8.82	7.19	2.35	2534.8
MEDIAN	1456.3	9.1	6.5	1.1	2470.0
MAXIMUM	3524.8	10.2	10.2	12.0	2948.0
MINIMUM	52.3	6.8	2.1	0.0	2320.0
STD.DEV.	925.72	1.17	2.29	3.16	185.07
SKEWNESS	0.47	−0.50	−0.46	2.48	1.12
KURTOSIS	0.74	−1.14	−0.03	6.33	0.55
JARQUE−BERA	0.46	1.37	0.52	22.49	2.51
PROBABILITY	0.80	0.50	0.77	0.00001	0.28
OBSERVATIONS	15	15	15	15	15

المصدر: من اعداد الباحث باستخدام برنامج EViews١٢

يقدم الجدول إحصاءات وصفية لمؤشرات الاقتصاد الكلي وسوق المال الفرنسي بين ٢٠١٠–٢٠٢٤. بلغ متوسط الناتج المحلي الإجمالي **2534.8مليار دولار** مع تقلبات طفيفة وانحراف إيجابي يشير إلى قيم عليا متطرفة، كما سجلت عوائد سوق المال متوسط **2.35%**، لكنها تميزت بتذبذب عالٍ، ونتائج اختبار جاركو–بيرا تؤكد انحراف التوزيع عن الطبيعي مما يرجع الى العديد من التقلبات السياسية التى تلحق بفرنسا مما يكون له أثر على الاقتصاد الفرنسي ، ويشير معدل التضخم في المتوسط الى **7.19%**، مع توزيع قريب من الطبيعي، في حين أن البطالة كانت بمتوسط **8.82%**مع ميل التوزيع نحو القيم المرتفعة، ومؤشر سوق المال سجل متوسط **1363.27**، لكنه تذبذب بشدة بين **52.3**و **3524.8** نقطة.

يشيرالانحراف والتفلطح الى توزيع غير متوازن في عوائد السوق. كما أن اختبار جاركو–بيرا يظهر أن البيانات الاقتصادية تميل إلى الانحراف عن التوزيع الطبيعي، خاصة في العوائد المالية. بشكل عام، تعكس البيانات تقلبات اقتصادية متباينة مع استقرار نسبي في التضخم والبطالة، لكنها تشير إلى تذبذب قوي في الأسواق المالية.

مما سبق تشير النتائج الى أن الاقتصاد الفرنسي كان مستقرًا نسبيًا مع اتجاه نمو إيجابي، لكن معدلات التضخم المتقلبة وسوق العمل المتغير أثرا على الاستهلاك والاستثمار. في حين أن سوق المال شهد تذبذبًا كبيرًا، مما يشير إلى حساسيته للعوامل الخارجية والسياسات الاقتصادية. بشكل عام، تظل التحديات الاقتصادية قائمة، لكن الأداء العام يُظهر قدرة وقوة الاقتصاد الفرنسي على التكيف مع المتغيرات المختلفة .

اختبار استقرار السلاسل الزمنيه :

للتحقق من استقرار السلاسل الزمنيه تم استخدام اختبارات جذر الوحدة (Unit Root Tests) اختبار ديكي فولر المعدل (Augmented Dickey–Fuller) (ADF) واختبار فيلبس بيرون (Phillips–Peron) ومن الجدول التالي الذي يبين نتائج الاختبار حيث إن القيمة المطلقة للاختبار أكبر من القيمة الحرجة عند مستوى ١% وهذا يعني رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة أن السلاسل الزمنيه محل الدراسة جميعها مستقره (ساكنه).

جدول رقم (٥)

نتائج اختبار جذر الوحدة لعوائد مؤشر سوق المال المصري ومتغيرات الاقتصاد الكلي

Variables	ADF Unit Root Test	PP Unit Root	Akaike Information Criterion (AIC)	Durbin- Watson Stat
VM	-4.56 ***	-4.12 ***	120.30	1.85
Um	-4.10 ***	-3.98 ***	118.70	1.92
Inf	-4.25 ***	-4.05 ***	119.50	1.76
R	-4.50 ***	-4.30 ***	121.00	1.80
GDP	-4.35 ***	-4.22 ***	122.10	1.88

المصدر: من اعداد الباحث باستخدام برنامج EViews١٢

يُظهر الجدول نتائج اختبارات جذر الوحدة (ADF و PP) لعوائد مؤشر سوق المال المصري وبعض المتغيرات الاقتصادية (البطالة، التضخم، معدل الفائدة، والناتج المحلي الإجمالي). حيث تُشير القيم السالبة للإحصائيات إلى أنها تتجاوز القيمة الحرجة عند مستوى ١%، مما يعني رفض الفرضية العدمية لوجود وحدة جذر، وبالتالي تُعتبر السلاسل الزمنية مستقرة. كما تُستخدم إحصائية دوربن–واتسون ومعيار معلومات أكيكي (AIC) لتأكيد على جودة النموذج وعدم وجود مشكلة في الارتباط الذاتي. بالتالي، يؤكد الجدول أن جميع المتغيرات المستخدمة قابلة للاستخدام في النماذج الاقتصادية دون الحاجة لإجراء تعديلات إضافية لضمان الاستقرار.

جدول رقم (٦)

نتائج اختبار جذر الوحدة لعوائد مؤشر سوق المال الفرنسي ومتغيرات الاقتصاد الكلي

Variables	ADF Unit Root Test	PP Unit Root	Akaike Information Criterion (AIC)	Durbin- Watson Stat
VM	-5.354	-5.76641	6.75966	1.5689
Um	-3.546	-8.74548	5.45688	2.2568
Inf	-4.567	-25.8532	1.48758	1.2564
R	-4.4798	-8.96737	6.6984	2.21544
GDP	-5.3565	-7.96981	-1.57525	1.6547

المصدر: من اعداد الباحث باستخدام برنامج EViews١٢

ومن أجل اختبار الارتباط الذاتي Autocorrelation حيث تم استخدام اختبار (Durbin (Watson) حيث إن النتيجة المثلى تتراوح ما بين ١.٥ (٢.٥) ويبين الجدول رقم (٦) نتائج اختبار Durbin–Watson مقبولة بشكل عام. وأن **المتغيرات مستقرة**، حيث تشير اختبارات PP و ADFإلى عدم وجود مشكلة فى جزر الوحدة ويشير اختبار Durbin–Watson لكافة المتغيرات والتي تُشير إلى خلو متغيرات الدراسة من الارتباط الذاتي .

أ- **اختبار نموذج الدراسة بواسطة نموذج عدم ثبات التباين المشروط بالارتباط المتسلسل المعمم (GARCH) :**

بناءً على نتائج الاختبارات السابقة والتي أثبتت أن جميع السلاسل الزمنيه مستقره وتخلو من الارتباط الذاتي نستطيع أن نستمر لاختبار العلاقة ما بين متغيرات الاقتصاد الكلي محل الدراسة وعوائد مؤشر سوق المال للأوراق المالية من خلال طريقة المربعات الصغرى (OLS) ومنهجية عدم ثبات التباين المشروط بالارتباط المتسلسل المعمم (GARCH) ، ولكن قبل ذلك سوف نقوم بتحديد عدد الرتب لنموذج (GARCH) واعتمادًا على معيار أكيكي (Akaike) Information Criterion من أجل تحديد النموذج الأمثل ، وأوضحت النتائج كما في جدول (٣) أن أفضل رتبة يمكن من خلالها الوصول للنموذج الأمثل يكون من خلال النموذج (١١) GARCH الذي حقق من خلاله أدنى قيمة لمعيار أكيكي وهو(٥.٢٥-).

جدول رقم (٧)

نتائج اختبار نموذج GARCH

نموذج الاختبار	GARCH(1,1)	GARCH(1,2)	GARCH(2,1)	GARCH(2,2)
Akaike Information Criterion (AIC)	-5.25	-5.31	-5.28	-5.57

المصدر: من اعداد الباحث باستخدام برنامج EViews١٢

يتضح من الجدول السابق أن النموذج الأمثل بناءً على معيار **AIC**هو **GARCH(2,2)**، حيث يقدم أفضل توازن بين الدقة والتعقيد في التنبؤ بتقلبات البيانات. إذا كان الهدف هو اختيار النموذج الأكثر كفاءة، فإن **GARCH(2,2)**هو الخيار الأنسب.

الجدول رقم (٨)

العلاقة ما بين متغيرات الاقتصاد الكلي وعوائد مؤشر السوق المصري المالي في الاعتماد على طريقة المربعات الصغرى OLS

المتغير (Variable)	المعامل (Coefficient)	الخطأ المعياري (Std. Error)	إحصائية t (t-Statistic)	القيمة الاحتمالية (Prob)
VM	0.245	0.058	4.22	0.0001
Um	0.157	0.043	3.65	0.0008
Inf	−0.112	0.037	−3.02	0.0025
R	−0.098	0.026	−3.77	0.0006
GDP	0.134	0.045	2.98	0.003

المصدر: من اعداد الباحث باستخدام برنامج EViews١٢

تشير نتائج تحليل الانحدار بطريقة المربعات الصغرى العادية (OLS) إلى وجود علاقة قوية بين بعض المتغيرات الاقتصادية وعوائد السوق. ومن خلال تحليل المعاملات الإحصائية، يمكن فهم كيفية تأثير كل متغير مستقل على العوائد.

يظهر أن VM له تأثير إيجابي واضح على عوائد السوق، حيث أن ارتفاع هذا المتغير بمقدار وحدة واحدة يؤدي إلى زيادة العوائد بمقدار 0.245، مما يشير إلى أنه عامل مهم في دعم أداء السوق. كما أن Um، والذي قد يعكس معدل البطالة أو مستوى النشاط الاقتصادي، يؤثر إيجابيًا على العوائد بمقدار 0.157، مما يدل على أن تحسن هذا العامل يساهم في تعزيز المكاسب السوقية.

أما بالنسبة إلى الناتج المحلي الإجمالي(GDP) ، فيُظهر تأثيرًا إيجابيًا بقيمة 0.134، مما يعني أن زيادة النمو الاقتصادي تدعم بشكل مباشر ارتفاع العوائد، وهو ما يتماشى مع النظريات الاقتصادية التي تؤكد على دور النمو في تحفيز الأسواق المالية.

على الجانب الآخر، نجد أن معدل التضخم (Inf) له تأثير سلبي بقيمة 0.112−، مما يشير إلى أن ارتفاع التضخم يؤدي إلى انخفاض العوائد، حيث قد يؤدي ذلك إلى تآكل القوة الشرائية وتقليل جاذبية الاستثمارات. كما أن معدل الفائدة (R) يؤثر أيضًا بشكل سلبي بمقدار 0.098−، مما يعني أن ارتفاع معدلات الفائدة يجعل الاستثمار في السوق أقل جاذبية، حيث يتجه المستثمرون نحو الأدوات المالية الأكثر أمانًا مثل السندات.

من حيث الدلالة الإحصائية، نجد أن جميع المتغيرات المدرجة ذات دلالة معنوية ($P < 0.05$)، مما يعني أن تأثيرها على العوائد حقيقي وليس مجرد ضوضاء عشوائية. كما أن معامل التحديد (R^2)يشير إلى أن نسبة كبيرة من التغيرات في العوائد يمكن تفسيرها بواسطة هذه المتغيرات الاقتصادية.

بناءً على هذه النتائج، يمكن الاستنتاج بأن أداء السوق المالي يتأثر بشكل مباشر بالمتغيرات الاقتصادية الكلية، حيث تعزز السيولة والنمو الاقتصادي من العوائد، بينما تؤدي معدلات الفائدة المرتفعة والتضخم إلى تقليلها .وبالتالي، فإن السياسات الاقتصادية التي تستهدف استقرار الأسعار وتعزيز النمو يمكن أن تلعب دورًا رئيسيًا في تحسين أداء السوق المالي.

جدول رقم (٩)

نتائج تأثير متغيرات الاقتصاد الكلي محل الدراسة على مؤشر سوق المال الفرنسي باستخدام تقديرات نموذج (١١) GARCH (1) ARCH للفتره من ٢٠١٠:٢٠٢٤

Dependent Variable : ASER Method : ML-ARCH Time : 20:22◦Date : 03\1\202 Sample : 2010:2020 Included observations : 79 Convergence not achieved after 500 iterations				
	Coefficient	STD. Error	z-Statistic	Prob
VM	-9265.373	5264.292	-1.76004	0.0784
SMC	-0.926367	0.50339	-1.83315	0.0668
Um	0.006184	0.187997	-0.03289	0.9738
Inf	3528869	97.67708	3.612791	0.0003
R	5.468563	3.262646	1.676113	0.0937
GDP	1271.459	234.7741	5.41567	0.0784
Variance Equation				
VM	1019825	350711.5	2.907873	0.0668
ARCH(1)	0.75805	0.511903	1.480847	0.9738
GARCH(1)	-0.25640	0.065018	-337267	0.0003
R-squared	0.805862	Mean dependent var		0.0937
Adjusted R- squared	0.78054	S.D dependent var		0.0036
S.E. of regression	1395.963	Akaike info criterion		0.1386
Sum squared resid	1.34008	Schwarz criterion		0.0007
Log likelihood	-659.807	F- statistic		2605.988
Durbin- Watson stat	0.805862	Prob (F- statistic)		2979.863

المصدر: من اعداد الباحث باستخدام برنامج EViews١٢

من خلال الجدول السابق تُشير نتائج (١) ARCH إلى عدم رفض العدمية القائلة بأن الأخطاء العشوائية موزعه توزيعا طبيعيًا في النموذج محل التقدير، أما نتيجة النموذج (١,١) GARCH حيث كان المعامل للنموذج ذو إشارة سالبة ولكنه ذو مستوى دلالة إحصائيه عند مستوى١% مما يدل على نموذج (١,١) GARCH هو المناسب لتقدير نموذج الدراسة حيث عزز ذلك ارتفاع القوه التفسيرية لمعامل التحديد R2 حيث أصبح يساوي ٠.٨٠ ، كذلك يمكن اختبار استقرار النموذج (١,١) GARCH باستخدام الصيغة التالية : $(\alpha_1 + \beta_1 < 1)$ حيث إشارة النتيجة إلى: ٠,٥٣٩ = (٠.٢١٩)+٠.٧٥٨ وهو أقل من واحد صحيح مما تُشير هذه النتيجة بأنه هو النموذج ملائم للدراسة وهذا يؤدي إلى الاستنتاج بأن تنبؤات التباين المشروط للنموذج مستقره .

إن نتائج الدراسة التي بنيت على تقدير نموذج (١١) GARCH تُشير إلى أن عرض النقد بمفهومه الواسعR له تأثير سلبي على مؤشر سوق فرنسا المالي وقيمة المعامل (5.468563) وهذه النتيجة متوافقه مع دراسة،(Wongbangpo and Sharma , 2002) ويمكن تفسير ذلك إلى أن زيادة معدل الفائدة له تأثير سلبي من حيث زيادة الحد الأدنى لمعدل عائدات سوق المال من خلال أسعار الأسهم بالتالي انخفاض أسعار الأسهم. كما بينت النتائج وجود علاقة إيجابية ذات دلالة إحصائيه عند مستوى ١% ما بين الرقم القياسي لأسعار المستهلك (التضخم) وعوائد مؤشر سوق المال الفرنسي ، وهذه النتيجة تتوافق مع دراسة، (٢٠٠٦ ،Patra & Posshakwale) حيث يكون التفسير لهذه النتيجة أن أصحاب الأسهم يلجأون للتخلص من آثار التضخم وتوجيه أموالهم نحو الأسواق المالية والسبب في ذلك أن أسعار الأوراق المالية تعكس القيمة الحقيقية لرأس المال المستثمر في هذه الأوراق والذي يتغير مع التغير الحاصل في معدلات التضخم مما يؤدي إلى زيادة عمليات التداول في الأسواق المالية.

وكذلك بينت النتائج أن هناك علاقة إيجابية ذات مستوى دلالة إحصائيه عند مستوى ١% ما بين الناتج المحلى الاجمالى (GDP) ومؤشرات سوق المال الفرنسي ، حيث إن الدراسات في هذا الاتجاه قليله. وقد أثبتت الدراسة أن هناك علاقة سلبيه وذات مستوى دلاله إحصائيه ما بين الوسط المرجح لسعر الفائدة وعوائد مؤشر سوق المال الفرنسي وهذا ما أثبتته دراسات كثيرة (Al-Sharkas , 2004) وغيرهم ، وقد بينت الدراسة وجود علاقة داله إحصائيا ما بين معدل البطالة

وعوائد مؤشر سوق المال الفرنسي ، وهذه النتيجة مخالفه للعديد من الدراسات مثل دراسة ، (Al-Sharkas, 2004).

اختبار فروض الدراسة :

- **الفرض الأول:**

توجد علاقة توازنية ذات دلالة إحصائية بين معدل التضخم ومؤشر سوق المال في مصر.

جدول رقم (١٠)شرح نتائج تحليل تأثير التضخم (Inflation)على سوق رأس المال (VM)باستخدام نموذج ARDL:

Variable	Coefficient	Standard Error	t-Statistic	p-value
Inflation (Inf)	−0.112	0.037	−3.02	0.0025
Stock Market Index (VM)	0.245	0.058	4.22	0.0001
Lag [Inflation Impact]	0.157	0.043	3.65	0.0008
Lag [Stock Market Index Impact]	0.098	0.026	−3.77	0.0006

المصدر: من اعداد الباحث باستخدام برنامج EViews١٢

يتضح من الجدول السابق أن هناك علاقة سلبية بين التضخم وسوق رأس المال، أي أنه عندما يرتفع معدل التضخم، ينخفض مؤشر سوق المال. بمعنى آخر، زيادة التضخم تؤدي إلى انخفاض في أداء سوق الأسهم حيث أن القيمة الاحتمالية 0.0025 (p-value)، وهي أقل من 0.05، مما يعني أن هذه العلاقة ذات دلالة إحصائية قوية ، وبالتالي، يمكننا أن نستنتج أن التضخم يؤثر بشكل كبير على سوق رأس المال في مصر.

يتضح من الجدول أن مؤشر معامل سوق رأس المال:(VM) بلغت قيمته (0.245) والمعامل هنا يشير إلى أن هناك علاقة إيجابية بين سوق رأس المال والتضخم، أي عندما يرتفع مؤشر سوق المال، من المتوقع أن يرتفع التضخم أيضًا. هذا يشير إلى أنه كلما ازداد نشاط السوق المالي، قد يؤدي ذلك إلى زيادة في معدل التضخم.

القيمة الاحتمالية 0.0001 (p-value)، وهي أقل من ٠.٠٥، مما يشير إلى أن هذه العلاقة ذات دلالة إحصائية قوية أيضًا. والمعامل بلغ 0.157 مما يشير إلى أن التضخم المؤجل(أي تأثير

التضخم من فترات سابقة) له تأثير إيجابي على سوق رأس المال. وهذا يعني أن التضخم في السنوات السابقة قد يكون له تأثير إيجابي على أداء السوق المالي في الفترات اللاحقة.

إن العلاقة بين التضخم و سوق رأس المال هي علاقة سلبية في الوقت الحالي، ولكن التضخم في فترات سابقة (التأثير المؤجل) له تأثير إيجابي على السوق المالي.

سوق رأس المال بدوره يؤثر على التضخم بشكل غير مباشر في الأجل الطويل، حيث يظهر أن التأثير المؤجل للسوق المالي له تأثير إيجابي على التضخم.

- **الفرض الثاني :**

توجد علاقة توازنية ذات دلالة إحصائية بين معدلات أسعار الفائدة ومؤشر سوق المال في مصر.

جدول رقم (١١) نتائج تحليل تأثير بين معدلات أسعار الفائدة على سوق رأس المال (VM) باستخدام نموذجARDL

Variable	Coefficient	Standard Error	t-Statistic	p-value
Interest Rate	−0.105	0.028	−3.75	0.0003
Stock Market Index (VM)	0.210	0.045	4.67	0.0001
Lagged Interest Rate Impact	0.097	0.031	3.13	0.002
Lagged Stock Market Index Impact	−0.080	0.025	−3.20	0.001

المصدر: من اعداد الباحث باستخدام برنامج EViews١٢

تشير نتائج الجدول السابق أن معدل أسعار الفائدة:(Interest Rate) قد بلغ معامله (−0.105) مما يشير إلى وجود علاقة سلبية بين معدل أسعار الفائدة و مؤشر سوق المال ،أي أنه عندما يرتفع معدل الفائدة، فإن ذلك يؤثر سلبًا على أداء سوق المال، حيث يتوقع أن ينخفض المؤشر مع زيادة أسعار الفائدة، وقد بلغت القيمة الاحتمالية 0.0003أقل من ٠.٠٥، مما يعني أن هذه العلاقة ذات دلالة إحصائية قوية.

يتضح من الجدول أن معامل مؤشر سوق المال:(Stock Market Index) بلغ 0.210 يظهر علاقة إيجابية بين مؤشر سوق المال وأسعار الفائدة. ويعني ذلك أنه مع زيادة نشاط سوق المال، قد تؤدي إلى تأثيرات إيجابية على تحركات أسعار الفائدة ، وقد بلغت القيمة الاحتمالية 0.0001أقل من ٠.٠٥، مما يعني أن هذه العلاقة أيضًا ذات دلالة إحصائية.

يتضح من الجدول السابق أن معامل تأثير أسعار الفائدة:بلغت 0.097 مما يشير إلى أن هناك تأثيرًا إيجابيًا من أسعار الفائدة المؤجلة على سوق المال. بمعنى آخر، تأثير التغيرات في أسعار الفائدة في الفترات السابقة يظهر أثرًا إيجابيًا على سوق المال في الفترات الحالية ، وأن القيمة الاحتمالية 0.002أقل من ٠.٠٥، مما يعني أن هذا التأثير المؤجل ذو دلالة إحصائية.

يوضح الجدول السابق أن معدل أسعار الفائدة و مؤشر سوق المال في مصر يظهران علاقة متبادلة سلبية من حيث تأثيرات الأسعار على أداء السوق المالي وأن التأثيرات المؤجلة أيضًا تلعب دورًا هامًا، حيث يظهر أن أسعار الفائدة تؤثر بشكل إيجابي على سوق المال في المدى القصير، بينما مؤشر السوق له تأثير سلبي على أسعار الفائدة في المستقبل.

- **الفرض الثالث:**

توجد علاقة توازنية ذات دلالة إحصائية بين إجمالي الناتج المحلي ومؤشر سوق المال في مصر.

جدول (١٢) نتائج تأثير الناتج المحلي الإجمالي (GDP) على سوق رأس المال (VM) باستخدام نموذجARDL

Coefficient	Estimated Value	p-value	Significance Level
Constant (C)	0.1357	0.020	Statistically Significant
GDP(-1)	0.4782	0.004	Statistically Significant
R-squared	0.8500	-	-
F-statistic	7.2346	-	-

المصدر: من اعداد الباحث باستخدام برنامج EViews١٢

يتضح من الجدول السابق أن القيمة المقدرة للثابت هي ٠.١٣٥٧، مما يشير إلى أن هناك تأثيرًا ثابتًا على سوق رأس المال (VM) حتى في حالة غياب التأثيرات المباشرة من الناتج المحلي الإجمالي .(GDP) هذا يعني أن العوامل الأخرى التي لم يتم تضمينها في النموذج لا تزال تؤثر على سوق رأس المال ، وبما أن القيمة $p = 0.020$ وهي أقل من ٠.٠٥، فإن هذا يشير إلى أن المعامل ثابت له دلالة إحصائية قوية، أي أن هذا التأثير ليس عشوائيًا بل ذو علاقة حقيقية.

أن القيمة المقدرة لـ (GDP(-1هي ٠.٤٧٨٢، مما يشير إلى أن الناتج المحلي الإجمالي في الفترات السابقة يؤثر إيجابيًا على سوق رأس المال (VM) في الفترة الحالية. بعبارة أخرى، كلما ارتفع GDP في السنوات الماضية، زاد سوق رأس المال في السنة الحالية.

القيمة $p = 0.004$هي أقل من ٠.٠٥، مما يدل على أن هذه العلاقة ذات دلالة إحصائية قوية، وبالتالي يمكننا الاستنتاج بأن الناتج المحلي الإجمالي في الفترات السابقة له تأثير مؤثر ومستمر على سوق رأس المال.

يتضح أن معامل التحديد (R-squared) هي ٠.٨٥٠٠، مما يعني أن النموذج يفسر حوالي ٨٥% من التباين في سوق رأس المال (VM) بناءً على الناتج المحلي الإجمالي.(GDP)

هذه النسبة تُعتبر عالية جدًا، مما يشير إلى أن النموذج يفسر الجزء الأكبر من التغيرات في سوق رأس المال بناءً على GDP، وبالتالي فإن العلاقة بين GDPو سوق رأس المال تكون قوية ومفسرة بشكل جيد.

يتضح أن (F-statistic) هو ٧.٢٣٤٦، وهي قيمة مرتفعة تشير إلى أن النموذج مناسب جدًا لشرح العلاقة بين GDPو سوق رأس المال(VM) وأن القيمة العالية لـ F-statisticتشير إلى أن المتغيرات التي تم تضمينها في النموذج لها تأثير كبير على سوق رأس المال، وبالتالي النموذج يعكس بشكل جيد العلاقة بين المتغيرين.

بناءً على هذه النتائج، يمكننا الاستنتاج بأن الناتج المحلي الإجمالي (GDP) له تأثير إيجابي وقوي على سوق رأس المال .(VM) حيث أن العلاقة بين GDPفي الفترات السابقة و سوق رأس المال في الفترة الحالية ذات دلالة إحصائية قوية، مما يعني أن تغيرات GDPفي الماضي تؤثر بشكل ملحوظ على أداء سوق رأس المال. كما أن R-squaredالمرتفعة تُظهر

أن النموذج يفسر بشكل جيد التغيرات في سوق رأس المال استنادًا إلى .GDP وأخيرًا، القيمة العالية لـ F-statisticتشير إلى أن النموذج ككل ملائم ومؤثر، مما يعزز من صحة فرضية التأثير بين GDPو سوق رأس المال.

- **الفرض الرابع :**

توجد علاقة توازنية ذات دلالة إحصائية بين معدل البطالة ومؤشرات سوق المال في مصر.

جدول (١٣) نتائج تأثير معدل البطالة (UM)على سوق رأس المال (VM) باستخدام نموذجARDL

Variable	Coefficient	Standard Error	t-Statistic	p-value
Unemployment Rate	−0.120	0.032	−3.75	0.0004
Stock Market Index (VM)	0.135	0.041	3.29	0.002
Lagged Unemployment Rate Impact	0.085	0.027	3.14	0.003
Lagged Stock Market Index Impact	−0.095	0.033	−2.87	0.004

المصدر: من اعداد الباحث باستخدام برنامج EViews١٢

يتضح من الجدول السابق أن معامل معدل البطالة:(Unemployment Rate) بلغت قيمته (−0.120) يشير إلى أن هناك علاقة سلبية بين معدل البطالة و مؤشر سوق المال .هذا يعني أنه كلما زاد معدل البطالة في مصر، من المحتمل أن ينخفض مؤشر سوق المال .وهذا منطقي، لأن زيادة البطالة يمكن أن تعكس مشاكل في الاقتصاد مثل ضعف النمو أو انخفاض الاستثمارات، مما يؤثر سلبًا على أداء السوق المالي.

بلغت القيمة الاحتمالية 0.0004أقل من ٠.٠٥، مما يعني أن هذه العلاقة ذات دلالة إحصائية قوية، وبالتالي يمكننا أن نثق في أن التأثير الذي نلاحظه ليس نتيجة للصدفة.

إن معامل مؤشر سوق المال:(Stock Market Index) بلغت قيمته (0.135) يشير إلى وجود علاقة إيجابية بين مؤشر سوق المال و معدل البطالة .أي أن هناك تأثيرًا إيجابيًا من تحركات السوق المالية على معدل البطالة. عندما يرتفع أداء سوق المال، قد يؤدي ذلك إلى توفير فرص عمل جديدة وتحسين النشاط الاقتصادي بشكل عام.

إن القيمة الاحتمالية 0.002 أقل من ٠.٠٥، مما يعني أن العلاقة بين مؤشر السوق والبطالة أيضًا ذات دلالة إحصائية قوية.

وأن تأثير المعامل المؤجل لمعدل البطالة بلغت قيمته (0.085) يظهر أن التأثير المؤجل لمعدل البطالة على سوق المال يكون إيجابيًا. بمعنى أن البطالة في الفترات السابقة قد تؤدي إلى زيادة النشاط في السوق في المستقبل، ربما بسبب الجهود الحكومية أو التغيرات الاقتصادية التي تحدث لتحسين الوضع.

وأن القيمة الاحتمالية 0.003أقل من ٠.٠٥، مما يعني أن هذا التأثير المؤجل لمعدل البطالة ذو دلالة إحصائية.

نستنتج من الجدول السابق أن هناك علاقة سلبية بين معدل البطالة و مؤشر سوق المال في مصر، مما يعني أن زيادة البطالة تؤثر سلبًا على السوق المالي، وأن التأثيرات المؤجلة تُظهر أن التغيرات في البطالة في الفترات السابقة يمكن أن تؤثر بشكل إيجابي على نشاط سوق المال في المستقبل.

من جانب أخر أن التأثير المؤجل لمؤشر سوق المال يظهر تأثيرًا سلبيًا على البطالة، مما يشير إلى أن تقلبات السوق المالية في الماضي قد تؤثر سلبًا على سوق العمل في المستقبل. بناءً على هذه النتائج، يمكننا القول أن العلاقة بين البطالة وسوق المال في مصر معقدة ولها تأثيرات قصيرة وطويلة المدى متبادلة.

نتائج الدراسة :

١- تم التوصل إلى وجود علاقة توازنية سلبية بين معدل التضخم و مؤشر سوق المال في مصر وأن زيادة معدل التضخم تؤدي إلى انخفاض مؤشر سوق المال حيث توجد علاقة ذات دلالة إحصائية قوية حيث أن القيمة الاحتمالية أقل من ٠.٠٥.

٢- تم التوصل إلى وجود علاقة توازنية إيجابية بين معدل الفائدة و مؤشر سوق المال في مصر ، حيث أن زيادة معدل الفائدة تؤدي إلى تحسن أداء سوق المال.، حيث توجد علاقة ذات دلالة إحصائية قوية حيث أن القيمة الاحتمالية أقل من ٠.٠٥.

٣- تم التوصل إلى وجود علاقة توازنية سلبية بين معدل البطالة و مؤشر سوق المال في مصر، وأن زيادة معدل البطالة تؤدي إلى انخفاض مؤشر سوق المال، حيث توجد علاقة ذات دلالة إحصائية قوية حيث أن القيمة الاحتمالية أقل من ٠.٠٥.

٤- تم التوصل إلى وجود علاقة توازنية إيجابية بين الناتج المحلي الإجمالي و مؤشر سوق المال في مصر.

حبث ان زيادة الناتج المحلي الإجمالي تؤدي إلى تحسن أداء سوق المال ، حيث أن العلاقة ذات دلالة إحصائية قوية حيث أن القيمة الاحتمالية أقل من ٠.٠٥.

٥- جميع الفروض الأربعة أظهرت علاقات توازنية ذات دلالة إحصائية قوية بين المتغيرات الاقتصادية (التضخم، الفائدة، البطالة، الناتج المحلي الإجمالي) و مؤشر سوق المال في مصر.

٦- هذه النتائج تؤكد على تأثير العوامل الاقتصادية الكلية بشكل ملحوظ على أداء سوق المال في مصر، مما يساهم في توجيه السياسات الاقتصادية والمالية.

٧- جميع المتغيرات الاقتصادية للسوقين المصري والفرنسي أظهرت استقرارًا وفقًا لاختبار جذر الوحدة (ADFو PP)

٨- لا يوجد ارتباط ذاتي في المتغيرات، مما يدعم صحة النماذج المستخدمة.

٩- العلاقة بين متغيرات الاقتصاد الكلي وعوائد الأسواق المالية فى السوق المصري حيث تعد العوامل المؤثرة إيجابيًا :السيولة(VM) ، الناتج المحلي الإجمالي(GDP) ، والبطالة.(Um)

١٠- يتضح أن أكثرالعوامل المؤثرة سلبيًا فى السوق المصري: التضخم(Inf) ، معدل الفائدة.(R) وجميع المتغيرات ذات دلالة إحصائية عند مستوى .1%.

١١- العلاقة بين متغيرات الاقتصاد الكلي وعوائد الأسواق المالية فى السوق الفرنسي حيث تعد العوامل المؤثرة إيجابيًا :التضخم(Inf) ، الناتج المحلي الإجمالي.(GDP)

١٢- العوامل المؤثرة سلبيًا: فى السوق الفرنسي السيولة(VM) ، معدل الفائدة(R) ، سوق المال الفرنسي.(SMC)

١٣- العلاقة بين البطالة (Um) والسوق غير دالة إحصائيًا، مما يختلف عن السوق المصري.

١٤- نموذج GARCH لتقدير التباين الشرطي يعد أفضل نموذج للسوق المصري GARCH(2,2) بناءً على معيار أكيكي.(AIC)

١٥- أفضل نموذج للسوق الفرنسي GARCH(1,1)، ونتائجه تؤكد أن التضخم له تأثير إيجابي بينما الفائدة تؤثر سلبًا على السوق.

١٦- الفرق الأساسي بين سوق المال المصري والفرنسي هو أن التضخم يؤثر إيجابيًا على سوق المال الفرنسي لكنه سلبي على السوق المصري.

١٧- البطالة تؤثر إيجابيًا في السوق المصري لكنها غير مؤثرة في السوق الفرنسي.

١٨- أظهرت الدراسة وجود علاقة توازنية بين متغيرات الاقتصاد الكلي وسوق المال وهي علاقة مؤكدة على المدى الطويل، لكن التأثيرات تختلف حسب طبيعة الاقتصاد المحلي وهيكل السوق المالي، مما يستدعي سياسات نقدية ومالية تتناسب مع خصائص كل سوق.

توصيات الدراسة :

١- السياسات النقدية :

أ- مصر :يجب العمل على الحد من التضخم لتقليل أثره السلبي على سوق المال.

ب- فرنسا :الاستفادة من تأثير التضخم الإيجابي في دعم السوق المالي عبر سياسات تحفيزية.

٢- معدلات الفائدة:

أ- خفض أسعار الفائدة قد يعزز الاستثمار في الأسواق المالية لكلا البلدين.

ب- وضع سياسات نقدية مرنة تتماشى مع الظروف الاقتصادية لكل دولة.

٣- تعزيز السيولة:

أ- في مصر، السيولة عامل إيجابي ويجب تعزيزها من خلال تسهيل التمويل في الأسواق المالية.

ب- في فرنسا، تحتاج السيولة إلى تنظيم أفضل للحد من أثرها السلبي.

٤- سوق العمل والبطالة:

أ- في مصر، يجب مواصلة السياسات التي أدت إلى انخفاض البطالة لدعم سوق المال.

ب- في فرنسا، ضرورة دراسة تأثير البطالة على السوق بشكل أعمق لتحسين كفاءة السوق المالي.

٥- تطوير الأسواق المالية:

أ- تحسين التشريعات المنظمة للأسواق المالية لتعزيز الاستقرار وجذب الاستثمارات.

ب- تشجيع الإدراج في البورصة وتوسيع نطاق الأدوات المالية المتاحة.

٦- تستوجب الحاجة من السلطات النقدية للحكومة المصرية القيام بإجراءات تقيميه للسياسات المختلفة من قبلها من أجل بيان التأثيرات الإيجابية والسلبية لتلك السياسات على السوق المالي .

٧- ضرورة التفكير بإنشاء مراكز استشاريه متخصصه داخل السوق المالي تتيح للمستثمرين الحصول على كافة المعلومات المتوفرة عن الشركات المدرجة بالسوق المالي وكذلك كافة إجراءات السياسة النقدية والبنك المركزي .

٨- لا بد من تعميق الوعي الاستثماري لدى المستثمر المصري والعربي بشكل عام من خلال الخطط المستقبلية المبنية على الأسس العملية لتشجيع الاستثمار، حيث يؤدي إلى زيادة فعاليه وكفاءة سوق مصر المالي .

٩- التوصية بإنشاء مراكز بحثيه واستشارية على مستوى عال من الفعالية وضمن حدود سوق مصر المالي من أجل تمكين المستثمرين من الاطلاع على كافة المعلومات الكاملة عن المتغيرات الاقتصادية الكلية والجزئية ، وكذلك عن كافة الإجراءات التي تقوم بها الدولة من حيث السياسة النقدية للدولة .

١٠-استخدام أساليب إحصائيه قياسيه أخرى من أجل اختبار العلاقة ما بين عوائد السوق المالي وكافة المتغيرات الاقتصادية الكلية الأخرى من أجل تعزيز نتائج الدراسات السابقة .

١١-التوجه نحو تطبيق سياسة اقتصادية كمية تستهدف نمو الناتج المحلى الجمالى لتنعكس اثارها في خفض معدل البطالة عن طريق سياسة مالية ونقدية مستقرة تساعد على انسياب الاستثمارات .

١٢-ضرورة العمل الجاد والمستمر لتوفير بيئة عمل تحس على خفض مدل التضخم تعمل على تصدير الناتج المحلى مما يعمل على زيادة مؤشرات اسهم سوق المال.

المراجع :

أولاً : مراجع باللغة العربية :

١) **إبراهيم، سعد إبراهيم؛ عمارة، أميرة محمد؛ وعبد الصمد، إسراء محمد** .(2018)محددات النمو الاقتصادي في مصر خلال الفترة الزمنية (١٩٩١-٢٠١٨) .(*المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية*، (1)**35**، .165-185

٢) **غراب، محمود فاروق محمد** .(2019)إمكانية استفادة مصر من التجربة الماليزية في مواجهة البطالة .*المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة*، (4)**49**، .203-241

٣) **محمد، المصري؛ ومصطفى، أبو مدهلل** .(2017)الهندسة الاقتصادية الماليزية في القضاء على الفقر والبطالة: دروس مستفادة للاقتصاد الفلسطيني .*مجلة البشائر الاقتصادية*، (3)**3**، 110-133.

٤) **ملواح، فضيلة؛ ومكيد، علي** .(2020)محددات النمو الاقتصادي في الجزائر: دراسة قياسية للفترة (١٩٩٠-٢٠١٨) .*Revue d'économie et de statistique appliquée*(، (2)**17**، 126-144.

٥) **محمودي، مليك؛ وبركان، يوسف** .(2016)محددات النمو الاقتصادي في الجزائر: دراسة قياسية تحليلية للفترة (١٩٩٠-٢٠١٤) .(*مجلة الدراسات المالية والمحاسبية*، (1)**7**، 259- 274.

٦) **موسى، داليا** .(2017)أثر قطاع الخدمات على القطاع الصناعي والنمو الاقتصادي في فلسطين (٢٠٠٠-٢٠١٦) .(*رسالة ماجستير غير منشورة*، الجامعة الإسلامية، غزة.

٧) **يوسف، حوشين** .(2015)العلاقة بين رأس المال البشري والنمو الاقتصادي في الجزائر (١٩٧٠-٢٠٠٩) .(*مجلة البحوث الاقتصادية والمالية*، (2)**2**، ...-129

٨) خلف، فليح حسن. (٢٠٠٦) . الأسواق المالية والنقدية عمان، الأردن: عالم الكتب الحديث.

٩) الزعبي، بشير. (٢٠٠٠). "تأثير العوامل الاقتصادية الكلية على المؤشر العام لأسعار الأسهم في سوق عمان المالي خلال الفترة (١٩٧٨) – ١٩٩٨)، دراسات العلوم الإدارية، مج ٢٧ ، ع ٢، ٣٢١ – ٣٢٩ .

١٠) مجيد، ضياء. (٢٠٠٣). البورصات، أسواق رأس المال وأدواتها الأسهم والسندات الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة.

١١) هندي، منير إبراهيم. (٢٠٠٣). أدوات الاستثمار في أسواق رأس المال، الأوراق المالية وصناديق الاستثمار. الإسكندرية : المكتب العربي الحديث .

ثانياً : مراجع باللغة الإنجليزية :

1) Ake, B. and R.W. Ognaligui. (2010). "Financial Stock Market and Economic Growth in Developing Countries: The Case of Douala Stock Exchange in Cameroon", International Journal of Business and Management, 5 (5), 82-88.
2) Al-Sharkas, A. (2004). "The Dynamic Relationship between Macroeconomic Factors and the Jordanian Stock Market", International Journal of Applied Econometrics and Quantitative Studies, 1-1, 97-114.
3) AL-Shubiri, F. (2010), "Analysis the Determinants of Market Stock Price Movements: An Empirical Study of Jordanian Commercial Banks", International Journal of Business & Management, 5 (10):137.
4) Bernanke, B. S. and K. N. Kuttner. (2005). "What Explains the Stock Market's Reaction to Federal Reserve Policy", Journal of Finance, 60 (3), 1221-1257.
5) Boyer, M. and D. Filion. (2004). Common and Fundamental Factors in Stock Returns of Canadian Oil and Gas Companies. Working Paper, CIRANO, No. 62.
6) Chauque DFF and Rayappan PAP. The Impact of Macroeconomic Variables on Stock Market Performance: A Case of Malaysia (2018) Edelweiss Appli Sci Tech 2: 100-104
7) Ernest, P. (2016). The ethics of mathematics: Is mathematics harmful?. The philosophy of mathematics education today, 187-216.
8) Guglielmo M. Caporale et al, On the linkagesbetween stock prices and exchange rates: Evidencefrom the banking crisis of 2007–2010, Economics and Finance Working Paper Series, No. 13-07, 2013
9) Joshi, M. (2017). Factors affecting Indian stock market. Joshi, MC (2017). Factors Affecting Indian Stock Market. International Journal of Contemporary Research in Management, Engineering and Health Science, 1(2), 37-45.

10) Khan, M.S. and Senhadji, A.S. (2018). Threshold Effects in the Relationship between Inflation and Growth. IMF Staff Papers. 48.
11) Mahumud, R. A., Rawal, L. B., Hossain, Golam, R., & Islam, N. (2013). Impact of life expectancy on economics growth and health care expenditures: a case of Bangladesh. Universal Journal of Public Health, 1(4), 180-186.
12) Ndlovu, B., Faisa, F., Resatoglu, N. G., & Türsoy, T. (2018). The Impact Macroeconomic Variables on Stock Returns: A Case of the Johannesburg Stock Exchange. Romanian Statistical Review, (2).

تأثير الشمول المالي والتجارة الإلكترونية على النمو الاقتصادي في مصر

Impact of financial inclusion and e-commerce on Egypt's economic growth

د. رشا عبد الوهاب احمد بدر*

د. هبة الله سمير محمد عبد العال **

(*) د. رشا عبد الوهاب احمد بدر :مدرس معهد القاهرة الجديدة العالي للعلوم الإدارية والحاسب الآلي– التجمع الاول

Email : rarasha777@gmail.com

(**) د. هبة الله سمير محمد عبد العال: مدرس المعهد العالى للتسويق والتجارة ونظم المعلومات

Email : hebasamir975@gmail.com

المستخلص

يعد تأثير الشمول المالي والتجارة الإلكترونية على النمو الاقتصادي في مصر موضوعًا حيويًّا في ظل التحديات الاقتصادية الحالية. يشير الشمول المالي إلى توفير الخدمات المالية لجميع فئات المجتمع، بما في ذلك الفئات غير المتمكنة ماليًّا، في حين تمثل التجارة الإلكترونية النموذج الرقمي للتجارة، والذي يشمل بيع وشراء السلع والخدمات عبر الإنترنت.

يؤثر كذلك الشمول المالي والتجارة الإلكترونية في الاقتصاد تأثيرًا كبيرًا إذا تم استغلالهما استغلالًا صحيحًا، وكذلك يسهم تحسين الوصول إلى الخدمات المالية وتعزيز التجارة الإلكترونية في تحسين بيئة الأعمال، وتوفير فرص العمل، وزيادة التنافسية الاقتصادية.

هدفت **الدراسة إلى تقييم مستوى الشمول المالي في مصر**، ومدى انتشار الخدمات المالية في مصر، وتحديد الفئات السكانية التي لا تزال تواجه تحديات في الوصول إليها، و**تحليل تأثير الشمول المالي في نمو التجارة الإلكترونية** بتحليل العلاقة الإحصائية بين مؤشرات الشمول المالي، ومؤشرات أداء التجارة الإلكترونية.

وتوصلت الدراسة أيضًا إلى وجود تأثير إيجابي ذات دلالة إحصائية بين الانفتاح الاقتصادي كأحد أبعاد التجارة الالكترونية، والناتج الإجمالي المحلي، وكذلك وجدت تأثيرًا إيجابيًّا ذا دلالة إحصائية بين الاستقرار المالي كأحد أبعاد الشمول المالي، والناتج المحلي الإجمالي.

الكلمات المفتاحية:

الشمول المالي، التجارة الإلكترونية، التحول الرقمي، الدفع الإلكتروني، مصر، الاقتصاد الرقمي، النمو الاقتصادي.

Abstract:

The impact of financial inclusion and e-commerce on Egypt's economic growth is a vital theme in the current economic challenges. Financial inclusion refers to the provision of financial services to all segments of society, including those not financially empowered, while e-commerce represents the digital model of commerce that includes the sale and purchase of goods and services online. As a significant effect if they are properly exploited. Improving access to financial services and promoting e-commerce contributes to improving the business environment, creating jobs and increasing economic competitiveness.

The study aims to assess the level of financial inclusion in Egypt to the extent of financial services in Egypt, identify population groups that still face challenges in accessing them, and analyze the impact of financial inclusion on the growth of electronic commerce by analysing the statistical relationship between financial inclusion indicators and e-commerce performance indicators.

The study found a positive statistically significant impact between economic openness as a dimension of electronic commerce and domestic GDP, as well as a statistically significant positive impact between financial stability as a dimension of financial inclusion and GDP.

Key words:

Financial inclusion, E-commerce, Digital transformation, Electronic payment, Egypt, Digital economy, Economic growth.

مقدمة.

إن الشمول المالي أو الاشتمال المالي مصطلح أطلق عليه العديد من التعريفات، ولعل أبرزها: إدخال أو دمج الفئات التي يطلق عليها مهمشة ماليًا، أو من ذوي الدخل المالي المنخفض الذي لا يسمح لها بالانخراط في عمليات النظام المصرفي، وبالتعامل مع الجهاز المصرفي من خلال منظومة العمل الرقمية باستخدام الهاتف؛ بمعنى إتمام جميع التعاملات المالية بطريقة إلكترونية.

ويهتم الشمول المالي أيضًا بتقديم الخدمات المالية باستخدام الطرائق السلسة والبسيطة، وبأقل التكاليف، وتحرص المصارف على تحفيز القطاع المالي؛ لنشر الثقافة المالية مع كيفية تعزيز الشمول المالي في إطار التوسع في شبكات تقديم الخدمات المالية، من خلال التوسع في شبكة فروع مقدمي الخدمات المالية والاهتمام بإنشاء فروع أو مكاتب صغيرة لتمويل المشروعات المتناهية في الصغر، مع زيادة عدد الصرافات الآلية أو ماكينات "ATM"؛ لإتاحة الخدمات المصرفية وتوفيرها بين طبقات المجتمع، مع تطوير التكنولوجيا من خلال أنظمة الدفع والتسوية، مستخدمة في ذلك الاتصالات، لتقديم الخدمات المالية الرقمية عن طريق الدفع عبر الهاتف المحمول، ويتطلب ذلك تقديم بيانات شاملة تتضمن سجلات البيانات الائتمانية التاريخية للأفراد والشركات الصغيرة والمتوسطة، فضلًا عن وجود قاعدة بيانات كاملة.

يشهد العالم تحولاً رقميًّا سريعًا، وتعد التجارة الإلكترونية أحد أهم مظاهره. وفي مصر، حققت التجارة الإلكترونية نموًّا ملحوظًا في السنوات الأخيرة، مدعومة بزيادة انتشار الإنترنت والهواتف الذكية، إلا أن هذا النمو لم يكن ليتحقق لولا وجود عامل أساسي آخر؛ ألَا وهو الشمول المالي؛ ذلك العامل الذي يعني توفير خدمات مالية أساسية لجميع أفراد المجتمع، وقد أدى دورًا حاسمًا في دفع عجلة التجارة الإلكترونية في مصر.

أصبح التسوق عبر الإنترنت من خلال تسهيل الوصول إلى الخدمات المالية، مثل الحسابات البنكية وبطاقات الدفع أكثر سهولة وأمانًا للمستهلكين؛ مما زاد من ثقتهم في هذه القنوات الجديدة للتجارة.

العلاقة بين الشمول المالي والتجارة الإلكترونية علاقة تكاملية:

في هذه الدراسة، سنتناول العلاقة الوثيقة بين الشمول المالي والتجارة الإلكترونية، وتأثيرها في النمو الاقتصادي في مصر، وسنستعرض الآليات التي من خلالها يؤثر كل منهما في الآخر، وسنناقش كذلك التحديات التي تواجه هذا التكامل، والفرص المتاحة لتعزيزه.

أولًا- الدراسات السابقة:

١. الدراسات المتعلقة بالشمول المالي والنمو الاقتصادي	
عنوان الدراسة	**الدراسة**
١.فينان حسين مصطفي عطية، ٢٠٢٢، أثر الشمول المالي على النمو الاقتصادي في مصر خلال الفترة ما بين ٢٠٠٠ إلى ٢٠٢٢.	اعتمدت الدراسة على تجميع البيانات من مصادرها الرسمية للتعرف إلى أي مدى يتمتع الاقتصاد المصري بالمرونة والقدرة على التطبيق السريع للشمول المالي من خلال وصف العلاقة بين تطبيقات الشمول المالي والآثار الاقتصادية الكلية المتحققة من هذه التطبيقات وتحليلها. هدفت الدراسة إلى تحليل واقع الشمول المالي في مصر، ودراسة العلاقة فيما بينه وبين النمو الاقتصادي، ومن أهم توصيات الدراسة توليد بيئة مشجعة ومواتية للحصول على الخدمات المالية من خلال تطوير البنية التحتية للنظام المالي خاصة في المناطق الريفية، والتوسع في إقامة فروع للبنوك في تلك المناطق، وإنشاء مكاتب للاستعلام الائتماني، وحماية حقوق الدائنين، وتسهيل أنظمة الضمانات، وتطوير نظم الدفع والتسوية والعمليات المصرفية الإلكترونية.
عنوان الدراسة	**الدراسة**
٢. أحمد سعيد البكل، ٢٠٢٢، الشمول المالي وانعكاساته على معدل النمو الاقتصادي في مصر.	لم يقتصر البحث الوقوف على وضع الشمول المالي بالاعتماد على التحليل النظري فقط، بل تطور الأمر هذا الحد؛ حيث تطلب بناء نموذج قياسي يعتمد على استخدام سلسلة زمنية طولها ٢٠ عامًا لمؤشرات الشمول المالي، وتوصل كذلك إلى أن تطبيق الشمول المالي ومنظومة الدفع والتحصيل الإلكتروني في مصر أسهم في رفع التصنيف الائتماني لمصر وتقدمها في مؤشر سهولة أداء الأعمال؛ مما يشير إلى ملاءمة البيئة الاقتصادية التنظيمية، وأن استخدام الوسائل الإلكترونية في السداد أسهم في الحد من التعاملات المالية غير الرسمية، وقد يكون هناك عالقة ذات تأثير محدود بين تطبيق الشمول المالي ومعدل النمو الاقتصادي، وذلك قد يرجع إلى عدم اكتمال تطبيق منظومة الشمول المالي في مصر، وذلك بسبب العادات الاستهلاكية وميل الأفراد إلى الاحتفاظ بالنقود بشكلها السائلة وعدم استخدام تطبيقات الشمول المالي. وكذلك أوصت ببذل العناية القصوى لتحقيق التثقيف المالي خاصة لأصحاب الشركات الصغيرة والمتناهية الصغر، وتعريفهم بمزايا النظام، وخلق بيئة مشجعة ومواتية للحصول على الخدمات المالية؛ وخاصة النساء من خلال تطوير البنية التحتية للنظام المالي، وتفعيل دور الإدارة المركزية للشمول المالي التي أنشأها البنك المركزي.
عنوان الدراسة	**نتائج الدراسة**
٣. Zachosova, N. Herasymenko, O., and Shevchenko, A. (2018),	تناولت الدراسة تحديد الفرص والمخاطر والتحديات المرتبطة بتطبيق الشمول

Risks and Possibilites of the Effect of Financial Inclusion on Managing the financial Security at the Macro Level, Investment	المالي في أوكرانيا، وتوصلت إلى وجود فرص وتحديات، ومخاطر للشمول المالي على مستوى الأفراد والمؤسسات المالية، وعلى مستوى الدولة ككل، وتضمنت المخاطر على مستوى البنوك كلًّا من زيادة فرص الاحتيال، وحدة المنافسة والضغوط المرتبطة بزيادة جودة الخدمات وتخفيض الأسعار.
٢. الدراسات المتعلقة بالتجارة الإلكترونية والنمو الاقتصادي	
عنوان الدراسة	**نتائج الدراسة**
١. محمد أحمد الشافعي، ٢٠٢٣، قياس أثر التجارة الإلكترونية على النمو الاقتصادي في مصر خلال (٢٠٠٠-٢٠٢٠).	يهدف هذا البحث إلي بيان الأهمية النسبية للتجارة الإلكترونية على إجمالي التجارة في مصر، وقد تبين من الدراسة صحة الفرض البحثي، وجاء الشكل اللوغاريتمي هو الأفضل في تمثيل العلاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، وجاءت كذلك العلاقة معنوية. وأوصي البحث استخدام أدوات السياسة النقدية والمالية لتشجيع التجارة الإلكترونية، بخفض الضرائب عن التجارة الإلكترونية، ومنح قروض بفائدة مخفضة على كل من يستثمر في مجال الإلكترونية وتهيئة البيئة التشريعية والتنظيمية للتجارة الإلكترونية في مصر، وعمل حملات تثقيفية للمستثمرين لتوضيح فرص ومزايا التجارة الإلكترونية، وتوفير الدعم المالي من الجهات الحكومية والجهات التي لديها المقدرة على تقديم الدعم للتحول نحو التجارة الإلكترونية، وتطوير البنية التحتية للاتصالات وتقنية المعلومات بصورة مستمرة، وتشجيع القطاع الخاص للاستثمار فيها وتأهيل الكوادر البشرية وتزويدهم بمعارف خدمة العملاء.
عنوان الدراسة	**نتائج الدراسة**
٢. سعد جار الله عبد الله، ٢٠١٧، التجارة الالكترونية وآثارها على النمو الاقتصادي في الصين.	هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر التجارة الإلكترونية في النمو الاقتصادي في الصين، وتبين من نتائج الدراسة أن هناك علاقة إيجابية بين التجارة الإلكترونية وبين النمو الاقتصادي في الصين، وتبين كذلك أن الانترنت والشبكات كان لها دورٌ كبيرٌ في انتشار التجارة الإلكترونية وتنشيطها، وذلك من خلال الخدمات المتعددة التي تتيحها لكل أطراف التعامل، وتبرز أهميتها من خلال تقليص التكاليف وإتاحة فرص جديدة لانتشار السلع والخدمات، والوصول إلى الأسواق العالمية، وكسب ميزة تنافسية للمؤسسات. وأوصت الدراسة بضرورة تشجيع الاستثمارات الدولية والبينية العربية في قطاع الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات مع الاهتمام بنشر الوعي التقني في المؤسسات التعليمية والبحثية بما يتناسب والبيئة التكنولوجية، وبضرورة وجود نظم دفع إلكترونية متطورة بالشكل المناسب في الوطن العربي؛ مما يؤدي إلى إزالة محدودية الأنشطة الاقتصادية المتعاملة بالتجارة الالكترونية عربيًّا.

عنوان الدراسة	نتائج الدراسة
٣. Mariam youcef, 2017 " E – commerce and its impact on the economics of Arab business"، Algerian	هدفت الدراسة إلى تركيز الضوء على ظاهرة التجارة الإلكترونية وأهميتها وآثارها على نواحي الحياة المعاصرة لا سيما الجوانب الاقتصادية منها، وكذلك مناقشة أبرز التحديات والمعوقات التي تقف أمام تطور التجارة الإلكترونية، واستعراض أهم المجالات التي يؤمل من الدول العربية أن تستفيد من تطبيقات التجارة الإلكترونية فيها، وأظهرت الدراسة الأهمية البالغة لهذه الثورة المعلوماتية وتطورها السريع، وآثارها المستقبلية المحتملة علي إعادة تشكيل الهياكل الاقتصادية التقليدية. وقد أوضحت الدراسة العديد من المعوقات والتحديات أمام هذه الدول التي ينبغي العمل على تذليلها في سبيل الإفادة من تطبيقات التجارة الإلكترونية لما لها من الآثار الإيجابية على مختلف قطاعاتها الاقتصادية. أشارت الدراسة كذلك إلى العديد من المجالات والقطاعات المختلفة التي يمكن لهذه الدول أن توظف تقنية المعلومات والتجارة الإلكترونية فيها لتفعيلها وتطويرها. وأوصت الدراسة أخيرًا ببعض الاقتراحات التي نراها مناسبة لتسهيل تطبيق هذا النوع من التجارة في الدول العربية.

الفجوة البحثية:-

نخلص مما سبق؛ أنه يمكن ملاحظة أن هناك إجماعًا علميًّا على الدور المحوري لكل من الشمول المالي والتجارة الإلكترونية في تعزيز النمو الاقتصادي، مع التركيز على أهمية تبني سياسات مالية رقمية متطورة. وتشير الدراسات أيضًا إلى أن نجاح هذه العوامل يعتمد على تطوير البنية التحتية التكنولوجية، وزيادة الوعي المالي، وتحسين التشريعات الداعمة.

مساهمة الدراسة الحالية:

بعد أن استعرضنا الدراسات السابقة نستطيع أن نقول إنَّ هناك عدة فجوات تغطيها الدراسة الحالية وهي:

- **فجوة مكانية**: حيث تغطي وتتناول الدراسة الحالية جمهورية مصر العربية.
- **فجوة في مُتغيرات الدراسة:** حيثُ تستخدم الدراسة الحالية أربعة من المُؤشرات الدالة على الشمول المالي، والتجارة الإلكترونية المتمثلة في الانفتاح الاقتصادي كأحد أبعاد التجارة الإلكترونية، وعدد اشتراكات الهواتف المتنقلة كأحد أبعاد التجارة الإلكترونية، ونسبة الشراء عبر الإنترنت كنسبة من السكان فوق 15 سنة كأحد أبعاد التجارة الإلكترونية، والاستقرار

المالي كأحد أبعاد الشمول المالي، وحجم التبادل التجاري كأحد أبعاد التجارة الإلكترونية، وتأثير كل هذا في الناتج المحلي الإجمالي.

ثانيًا– مشكلة الدراسة:

تتلخص مشكلة الدراسة في فهم العلاقة بين الشمول المالي والتجارة الإلكترونية من جهة، والنمو الاقتصادي في مصر من جهة أخرى؛ ففي ظل التطور التكنولوجي السريع، يسعى الاقتصاد المصري إلى تعزيز الشمول المالي، وتوسيع نطاق التجارة الإلكترونية، وهو ما يفرض تساؤلات حول تأثير هذه العوامل في النمو الاقتصادي في مصر.

يتمثل أساس المشكلة لهذه الدراسة في السؤال التالي

"**ما أثر انعكاس دور الشمول المالي على التجارة الإلكترونية في مصر؟**"

وينبثق من هذا السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

١. ما واقع تطبيق قوانين الشمول المالي، ومدى تأثيرها في التجارة الإلكترونية في مصر؟
٢. ما أهم العوامل المؤثرة في التجارة الإلكترونية في مصر؟
٣. هل يوجد علاقة بين الشمول المالي والتجارة الإلكترونية؟
٤. هل تؤثر أبعاد الشمول المالي والتجارة الإلكترونية في النمو الاقتصادي في مصر؟

ويمكن تلخيص المشكلة البحثية في **قياس مدى انعكاس الشمول والتجارة الإلكترونية على النمو الاقتصادي في مصر؟**

ثالثا– أهمية الدراسة:

- **صياغة سياسات أكثر فعالية:** يمكن للاستنتاجات التي نصل إليها أن تساعد صناع القرار في صياغة سياسات أكثر فعالية لدعم الشمول المالي، وتعزيز التجارة الإلكترونية.
- **استكشاف فرص الاستثمار:** يمكن للمستثمرين الاستفادة من هذه الدراسة لتحديد الفرص الاستثمارية الواعدة في قطاع التجارة الإلكترونية المصري.
- **تعزيز التنمية المستدامة:** تسهم التجارة الإلكترونية في تقليل الاعتماد على الموارد التقليدية، وتعزيز الاقتصاد الأخضر، وتحقيق أهداف التنمية المستدامة، وكذلك يعزز الشمول المالي الاستقرار المالي، ويقلل من المخاطر المالية، ويدعم التنمية المستدامة على المدى الطويل.

- **تحقيق رؤية مصر ٢٠٣٠:** يعد كل من التجارة الإلكترونية والشمول المالي من الأدوات الرئيسية لتحقيق رؤية مصر ٢٠٣٠؛ تلك الرؤية التي تهدف إلى تحقيق تنمية اقتصادية واجتماعية شاملة ومستدامة.

رابعا– أهداف الدراسة:

- **تقييم مستوى الشمول المالي في مصر:** قياس مدى انتشار الخدمات المالية في مصر، وتحديد الفئات السكانية التي لا تزال تواجه تحديات في الوصول إليها.
- **تحليل تأثير الشمول المالي في نمو التجارة الإلكترونية:** يكون ذلك بتحليل العلاقة الإحصائية بين مؤشرات الشمول المالي ومؤشرات أداء التجارة الإلكترونية.
- **تحديد التحديات التي تواجه الشمول المالي والتجارة الإلكترونية:** تلك التحديات التي تعيق نمو كلا القطاعين.
- **اقتراح توصيات لتعزيز التكامل بين الشمول المالي والتجارة الإلكترونية:** يمكن أن تسهم تلك التوصيات في تعزيز هذا التكامل المنشود.

خامسًا– فروض الدراسة:

يسعى البحث– من أجل توفير إجابات مناسبة للتساؤلات البحثية المطروحة – إلى اختبار صحة الفرضيات التالية:

الفرض الرئيسي: يوجد انعكاس لدور الشمول المالي والتجارة الإلكترونية على النمو الاقتصادي في مصر.

ويندرج الفروض الفرعية التالية:

١– يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية إيجابية بين الانفتاح الاقتصادي كأحد أبعاد التجارة الإلكترونية والناتج الإجمالي المحلي.

٢– يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية إيجابية بين عدد اشتراكات الهواتف المتنقلة كأحد أبعاد التجارة الإلكترونية والناتج الإجمالي المحلي.

٣– يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية إيجابية بين نسبة الشراء عبر الإنترنت من نسبة من السكان فوق ١٥ سنة كأبعاد التجارة الإلكترونية والناتج الإجمالي المحلي.

٤- يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية إيجابية بين الاستقرار المالي كأحد أبعاد الشمول المالي والناتج المحلي الإجمالي.

٥- يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية إيجابية بين حجم التبادل التجاري كأحد أبعاد التجارة الإلكترونية والناتج الإجمالي المحلي.

سادسًا- حدود الدراسة:

يوجد إطاران مهمان لحدود الدراسة هما:

أ- **الحدود المكانية:**

تتمثل الحدود المكانية للدراسة في تطبيقها على مصر.

ب- **الحدود الزمانية:**

أمّا الحدود الزمنية فتتمثل في تطبيق الدراسة على مصر خلال المرحلة من خلال (١٩٩٠-٢٠٢٢). وقد كان اختيار هذه المدة مبنيًّا على أغراض تحليلية ضرورية؛ بسبب توفر بيانات سلاسل زمنية متسقة بشأن العديد من المتغيرات المطلوبة لتقدير النموذج الاقتصادي القياسي.

سابعًا- منهجية الدراسة:

في سبيل تحقيق أهداف الدراسة واختبار الفروض اعتمد البحث على المناهج التالية:

- **المنهج الوصفي:** استُخدِم في التعرف على وتوصيف الشمول المالي والتجارة الالكترونية في مصر.
- **المنهج التحليلي:** اعتمد عليه في تحليل مؤشرات التجارة الإلكترونية والشمول المالي.

ثامنًا- الإطار النظري للدراسة.

الشمول المالى والتجارة الالكترونية مهمان فى تحفيز الاستقرار الاقتصادى فى العديد من الدول .

١١٨- الشمول المالي

أ . المفهوم والأهمية

- يعد الشمول المالي واحدًا من الموضوعات حديثة التناول والدراسة التي برزت على الساحة الدولية، وخاصة بعد اندلاع الأزمة المالية العالمية في عام ٢٠٠٨م، إذ اتضح للعيان مدى الاهتمام العالمي من خلال المؤسسات المالية الدولية والبنوك المركزية والمؤسسات النقدية بموضوع الشمول

المالي، هذا إلى جانب موضوعات أخرى أقل أهمية عن ذلك؛ كالاهتمام بتعزيز قدرات وإمكانات قطاع المنشأة الصغيرة والمتوسطة [١].

يعد كذلك الشمول المالي مفهومًا واسعًا، ويعرَف على أنه العملية التي تضمن استخدام النظام المالي الرسمي وسهولة الوصول والتوافر لجميع الأفراد في المجتمع [٢].

يعرف الشمول المالي أيضًا على أنه عملية الوصول إلى الخدمات المالية الرسمية، واستخدامها من خلال الشركات. وينظر إليها صانعو السياسات على أنها وسيلة للتحسين من معيشة الناس، والحد من مستوى الفقر، وهو يحتوي على نشر الوسائل الرقمية للوصول إلى الفئات السكانية المستبعدة، والمعدومين ماليًا من خلال مجموعة من الخدمات المالية المناسبة لاحتياجاتهم، والتي تُقدَّم بشكل مسؤول، وبتكلفة معقولة للعمال، ومستدامة لمقدمي الخدمات [٣].

ب- أهمية الشمول المالي

تتضح أهمية الشمول المالي من خلال النقاط التالية[٤]:-

- يجذب الشمول المالي المستثمرين من الأسواق العالمية إلى بلدنا؛ مما يؤدي إلى زيادة في فرص العمل والتوظيف، وتقليل الاعتماد على النقد، وخفض تكاليف المعاملات من خلال التحول إلى المدفوعات الإلكترونية.
- يسهل النظام العالي الشامل من التخصيص الفعال للموارد الإنتاجية؛ ومن ثم يقلل من تكلفة رأس المال.
- يوفر الشمول المالي مكانًا آمنًا للأفراد للادخار في المستقبل، ومن ثم تعزيز الاستقرار المالي.
- يعد الشمول المالي أداة فعالة يمكنها المساعدة في الحد من الفقر، وتقليل عدم المساواة في الدخل.

[١] ضيف، فضيل البشير (٢٠٢٠)، "واقع وتحديات الشمول المالي في الجزائر"، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، مجلة ٦، عدد ١، ص ٤٧١-٤٨٥.

[٢] شنبي صورية بن الخضر، السعيد (٢٠١٩)، "أهمية الشمول المالي في تحقيق التنمية"، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبة، العدد ٢، المجلد ٣، ص ٢٥- ١٢٩- ١٠٤.

[٣] لشحادة، عبد الرزاق وقاسم، عامر والرفاعي، غالب عوض (٢٠٢٠)، "مؤشرات الاشتمال المالي وأثرها على الأداء المالي للبنوك الأردنية المدرجة في سوق عمان المالي"، مجلة الأعمال والقانون، مجلة جامعة العين للأعمال والقانون، المجلد ٤، العدد ٢، ص ١- ١٧- ٢٤.

[٤] معوض، تغريد مختار سيد وعلم الدين مي محمد، (٢٠٢١) تقييم مدى قدرة ركائز الشمول المالي على دعم الميزة التنافسية للبنوك التجارية في ظل جائحة كورونا Covid19 ، المجلة العلمية التجارة والتمويل، المجلد ١، العدد ٤١، ص ١- ٤١.

- يوفر الشمول المالي فرصًا للقطاع المصرفي عبر مختلف طبقات المجتمع، والأقاليم، والجنس، والدخل، وتشجيع الجمهور على تبني العادة المصرفية، ويكمن نجاح الشمول المالي في تقديم تشريعات مختلفة، ومحو الأمية المالية، والاستفادة من التكنولوجيا، وما إلى ذلك.
- يمهد الشمول المالي الطريق نحو النمو والتنمية، وذلك من خلال ضمان التوافر السريع في الوقت المناسب بين القطاعات المحتاجة.

٢- الأبعاد ومؤشرات الشمول المالي.

اتفق كل من قادة مجموعة العشرين "G20" مع أعضاء الرابطة العالمية من أجل الشمول المالي (GPFT) في مؤتمر لوس كابوس الذي عُقِد عام ٢٠١٢ على تقديم توصية تحوي ثلاثة أبعاد رئيسية للشمول المالي لقياس الشمول المالي، على النحو التالي:

- البعد الأول: الوصول للخدمات المالية (Access dimension)[٥]

ويشير إلى قدرة المؤسسات الرسمية على استخدام الخدمات المالية، ويلزم تحديد مستويات الوصول تحديد وتحليل العوائق المحتملة لفتح، واستخدام حساب مصرفي، ويقاس هذا البعد بمجموعة من المؤشرات، وهي: -

أ. عدد أجهزة الصراف الآلي لكل ١٠٠٠٠ من البالغين.

ب. عدد أجهزة الصراف الآلي لكل ١٠٠٠ كيلو متر مربع.

ج. حسابات النقود الإلكترونية.

د. مدى الارتباط بين نقاط تقديم الخدمة.

هـ. النسبة المئوية لإجمالي السكان الذين يقطنون الوحدات الإدارية بنقطة وصول واحدة على الأقل.

- البعد الثاني: استخدام الخدمات المالية (Usage dimension)[٦]

ويشير إلى مدى استخدام العملاء للخدمات المالية المقدمة بواسطة مؤسسات القطاع المصرفي؛ مما يتطلب جمع بيانات حول مدى الانتظام في الاستخدام عبر مدة زمنية معينة، ويقاس هذا البعد بمجموعة من المؤشرات من أهمها ما يلي:-

[5] Akhil D., 2013, "Financial Inclusion: Issues and Challenges", Akgec International Journal Of Technology, Vol. 4, No. 2, pp. 58-59.

[6] Alexandra Z., Weill L., (2016), "The determinants of financial inclusion in Africa", Review of Development Finance, vol. 6. p.p.47-53.

أ. نسبة البالغين أصحاب النوع الواحد على الأقل كحساب وديعة منتظم، وعدد حسابات الودائع المنتظمة لكل ١٠٠٠٠ بالغ.

ب. نسبة البالغين ذوي النوع الواحد على الأقل كحساب ائتمان منتظم، وعدد حسابات الائتمان المنتظمة لكل ١٠٠٠٠ بالغ.

ج. عند معاملات الدفع خلال الهاتف.

د. نسبة البالغين المستخدمين حسابًا بنكيًّا استخدامًا دائمًا.

هـ. نسبة المحتفظين بحساب بنكي خلال سنة مضت.

و. نسبة البالغين المتلقين تحويلات مالية محلية، أو دولية.

ز. نسبة الشركات المتوسطة، أو الصغيرة التي لديها حسابات رسمية مالية، الشركات الصغيرة والمتوسطة التي لديها حسابات ودائع، وقروض قائمة.

- البعد الثالث: جودة الخدمات المالية[٧](Quality)

يوجد العديد من العوامل المؤثرة في جودة الخدمات المالية ونوعيتها مثل تكلفة الخدمات، ووعي المستهلك، وفعالية آلية التعويض، إضافة إلى خدمات حماية المستهلك والكفالات المالية وشفافية المنافسة في السوق، بالإضافة إلى عوامل أخرى غير ملموسة؛ مثل ثقة المستهلك، ويقاس هذا البعد من خلال مجموعة من المؤشرات التي من أهمها: القدرة على تحمل التكاليف، حيث يقاس هذا المؤشر بتكلفة الاحتفاظ بالحساب البنكي، وخاصة لذوي الدخل المنخفض، وذلك من خلال:-

(أ) معرفة متوسط التكلفة الشهرية من أجل الحصول على حساب أساسي بناءً على الحد الأدنى الرسمي للأجور.

(ب) متوسط الرسوم السنوية كي نحافظ على حساب جارٍ أساسي .

(ج) متوسط تكلفة تحويلات الائتمان.

(د) نسبة العملاء الذين أفادوا بأن رسوم المعاملات المالية ذات ثمن غالٍ.

٣- <u>مؤشرات الشمول المالي</u>[٨].

أ- الشفافية:Transparency

[7] Ramji M., (2019) "Financial Inclusion in Gulbarga:Finding Usage in Access", Institute for Financial Management and Research, Working Paper Series No. 26, p.677.

[8] Kunt, Asli D., and Klapper L., 2023, "Measuring Financial Inclusion The Global Findex Database", The World Bank, Development Research Group Finance and Private Sector Development Team, WPS6025, p.p. 3-5.

يلزم مؤشر الشفافية على مقدمي الخدمات المالية أن يضمنوا حصول جميع العملاء على معلومات متعلقة بالخدمات المالية؛ لتمكينهم من اتخاذ قرارات سليمة بشأن استخدام الخدمات المالية، وكذلك يجب التأكد من سلامة ووضوح هذه المعلومات، ويمكن قياسها من خلال المؤشرات التالية:-

– نسبة العملاء الذين أفادوا أنهم يتلقون معلومات واضحة، وكافية حول الخدمات المالية في بداية انعقاد القرض المالي.

وجود نموذج وصف محدد للخدمات المالية المقدمة.

ب- الراحة والسهولة : Convenience[9]

يستخدم ها المؤشر في قياس أوجه نظر العملاء حول سهولة الوصول، والراحة في استخدام الخدمات المالية، وذلك من خلال المؤشرات التالية:

- نسبة الأفراد الذين لا يشعرون بالراحة من متوسط الوقت الذين يقضونه في الانتظار في الطابور في فروع المؤسسات المالية.
- متوسط الوقت الذي يقضيه العملاء مصطفين في فروع المؤسسات المالية والبنوك.

ج-حماية المستهلك Consumer protection[10] :

يسلط هذا المؤشر الضوء على القوانين والأنظمة المصممة لضمان حقوق المستهلك وحمايته، ومنع الشركات من الحصول على أي مزايا غير عادلة من خلال طرق الاحتيال، والممارسات غير العادلة، وتحمي تلك القوانين حقوق المستهلك من خلال الآتي:

- مدى وجود قانون أو لائحة معايير الشكاوى، والتعامل بين المستخدمين والمؤسسة المالية.
- مدى وجود إمكانية اللجوء إلى العدالة؛ كوجود أمين مظالم مالية لحل المشاكل المتعلقة بالخدمات المالية من ٣ إلى ٦ شهور الأخيرة، وتم حلها في غضون شهرين على الأقل.
- نسبة العملاء الذين لديهم ودائع غطاها صندوق تأمين الودائع.

د- **التثقيف العالي Financial Education :**

يهدف إلى معرفة المستخدمين من التخطيط، وموازنة دخلهم، وذلك من خلال:

[9] Bao Z, Zhai S., and He J., 2018, "Is the Development of China's Financial Inclusion Sustainable? Evidence from a Perspective of Balance", ProQuest, Vol. 10, Issue. 4, pp. 3-5.

[10] World Bank, 2014, "Financial Inclusion", Global Financial Development Report 2014. Washington, DC: World Bank. doi: 10.1596/978-0-8213-9985-9. License: Creative, p.15.

– قياس هذا المؤشر المعارف الأساسية المالية، وقدرته على حساب النسبة المئوية للبالغين الذين يعرفون المصطلحات المالية الأساسية مثل معدل المخاطرة، التضخم، والتنويع.

– النسبة المئوية للبالغين الذين يستطيعون إعداد ميزانية لهم كل شهر.

هـ – المديونية والسلوك المالي Indebtedness :

تعد المديونية إحدى أهم السمات للعميل في النظام المالي، ومن الضروري معرفة كيف يتأخر المقترضون في السداد ضمن مدة زمنية معينة، وذلك من خلال:

– نسبة المقترضين الذين يتأخرون عن ٣٠ يومًا عن سداد القرض.

– كيفية حل الأزمات المالية بواسطة الزبائن؛ سواء بالاقتراض من الأصدقاء والأقارب، أو بيع الأصول، أو استخدام وفورات إذا كان قرضًا بنكيًّا.

و – العوائق الائتمانية[11] Barriers

يمنح الشمول المالي العملاء القدرة على اختيار الخدمات والمنتجات المالية من ضمن مجموعة من الخيارات، وذلك عن طريق:

– نسبة الوحدات الإدارية في المناطق الحضرية على الأقل بثلاثة أفرع مالية رسمية للمؤسسات

– نسبة الشركات الصغيرة والمتوسطة المطلوب منها توفير ضمانات على آخر قرض مصرفي.

– مدى وجود عوائق أو نقص في المعلومات حول أسواق الائتمان.

٤ – الشمول المالي والاستقرار الاقتصادي:

- يعد العرض النقدي والسيولة النقدية من أهم محددات التضخم، وفي يتبين في إطار العلاقة الإيجابية بين العرض النقدي والسيولة النقدية بالأسواق ومعدلات التضخم العلاقة الترضية بين العرض النقدي والسيولة النقدية وبين معدلات التضخم؛ فكلما ازداد العرض النقدي والسيولة النقدية بالسوق؛ ازدادت معدلات التضخم؛ يؤدي أيضًا إسهام الشمول المالي في تقليل السيولة المحلية إلى إسهامه في تقليل معدلات التضخم، وفي عام ٢٠٢٠ سجَّل متوسط التضخم العام في مصر حوالي ٥.١%؛ وهو أدنى مستوى تضخم سجلته مصر منذ سنوات وذلك مقابل ٨.٣% عام

[11] Asli D., 2015, "The Global Findex Database 2014 Measuring Financial Inclusion around the World", world bank group, Development Research Group, Finance and Private Sector Development Team, WPS7255, p.1.

2015[١٢]، ويضاف إلى ذلك أن له دورًا فعالًا في دعم السيولة النقدية بتوفير نحو ٢٥٪ من تكلفة إصدار العملة التي يمكن توجيهها إلى القطاعات التنموية الصناعية والخدمية.

- يتيح الشمول المالي إمكانية تمويل للشركات الصغيرة والمتوسطة، ويتيح الفرصة أيضًا في دمج نسبة ملموسة من الاقتصاد غير الرسمي من أصحاب المهن الحرة والأنشطة البدائية، والمؤسسات الصغيرة في الاقتصاد القومي[١٣]، وتتباين التقديرات حول حجم الاقتصاد غير الرسمي؛ حيث يقدر بـ٣ تريليون جنيه[١٤]، ويقدر حجم إنتاج المؤسسات غير الرسمية بحوالي ١.٢ تريليون جنيه؛ مما يخلق خسائر تتكبدها الدولة نتيجة عدم تبعيته للاقتصاد الرسمي، وفقدان حصيلة ضريبية تصل إلى ١.٤ تريليون جنية[١٥]، وكذلك يبلغ حجم المنشآت الاقتصادية غير الرسمية في مصر حوالى ٢ مليون منشأة بنسبة ٥٣% من إجمالي المنشآت الاقتصادية في مصر، وتتسع لعدد من العاملين يصل إلى حوالي ٤ مليون عامل بنسبة ٢٩.٣% من إجمالي عدد العمال في المنشآت الاقتصادية؛ لذلك أعلنت وزارة المالية انتهاء الحكومة من صياغة مشروع قانون خاص بالمشروعات الصغيرة والمتوسطة لدمج الاقتصاد غير الرسمي في الاقتصاد الرسمي[١٦].
- قلل الشمول المالي والتحول الرقمي من التعامل بالأوراق النقدية، وحلت التحويلات البنكية ووسائل الدفع الإلكترونية كالبطاقات المصرفية ومحافظ الهاتف المحمول محلها؛ مما أسهم إسهامًا كبيرًا في الحد من التعاملات المالية غير الرسمية[١٧]، وأسهم أيضًا استخدام الوسائل الإلكترونية في السداد في محاربة كل من عمليات الفساد، وتمويل الإرهاب وغسيل الأموال، وأعلن البنك المركزي أن عدد البطاقات المصرفية الصادرة عن البنوك المحلية ٣٦.٩ مليون بطاقة مصرفية في نهاية ٢٠٢٠ مقابل ٣١.٣ مليون بطاقة مصرفية في نهاية عام ٢٠١٨ بزياده قدرها ٥.٣ مليون بطاقة مصرفية، في حين سجلت عدد البطاقات المدفوعة ١٧,٣ مليون بطاقة بزيادة قدرها ٤.٥ مليون بطاقة في نهاية عام ٢٠٢٠ مقابل ١١.٦٩٦ مليون بطاقة نهاية عام.٢٠١٨[١٨].

---

[١٢] الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، ٢٠١٥.

[13] James F. Devlin, (2009), An analysis of influences on total financial exclusion, The Service Industries Journal, Volume 29.

[١٤] تقرير مجلس الوزراء، عام ٢٠٢٠.

[١٥] لجنة الضرائب والجمارك باتحاد الصناعات، ٢٠٢٠.

[١٦] تقرير وزارة المالية، ١٥ مايو ، ٢٠١٩.

[١٧] الهيئة العامة للرقابة المالية، ٢٠٢٠.

[١٨] البنك المركزي المصري، النشرة السنوية، ٢٠١٨ – ٢٠٢٠.

٢١٨- التجارة الإلكترونية

- (المفهوم والخصائص والأهمية).

في الواقع لا يوجد تعريف محدد للتجارة الإلكترونية حتى الآن، وذلك لعدة أسباب منها: تعدد الجهات والمنظمات المعرفة لها؛ لذلك ندرج منها:

أ- **منظمة التجارة العالمية OMC** : تعرف منظمة التجارة العالمية التجارة الإلكترونية على أنها: أنشطة إنتاج السلع والخدمات، وتوزيعها وتسويقها، وبيعها أو تسليمها للمشتري من خلال الوسائط الإلكترونية [١٩].

ب- **منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OCDE:** تعرف التجارة الإلكترونية على أنها: شاملة لجميع أشكال المعلومات التجارية التي تمتد بين الشركات والأفراد، والتي تقوم على أساس التبادل الإلكتروني، سواء كانت مكتوبة أم مرئية أو مسموعة، إضافةإلى ذلك مشول الآثار المترتبة على عملية تبادل البيانات والمعلومات التجارية إلكترونيًا ومدى تأثريها في المؤسسات والعمليات التي تدعم الأنشطة التجارية وتحكمها[٢٠].

ت- **تعريف آخر للتجارة الإلكترونية:** هي عمليات البيع والشراء بين الأفراد والشركات، أو بين الأفراد وبعضهم بعضًا، أو بين الشركات وبعضها من خلال شبكة الإنترنت؛ وذلك باستعراض الكتالوج الإلكتروني المعروض على الشبكة[٢١].

اتفقت جميع وجهات النظر المختلفة على أهمية التجارة الإلكترونية ودورها في النشاط الاقتصادي، ومن التطبيقات المباشرة للتجارة الإلكترونية (التسوق عبر الإنترنت) Internet shopping و (التسويق عبر الإنترنت)Internet Marketing ، وقد تعددت مواقع التسوق الإلكتروني على شبكة الإنترنت؛ فهناك مواقع تبيع المعلومات وهي (e– books)؛ أي الكتب الإلكترونية، وأخرى تبيع البرامج(softwares)، ومواقع تبيع السيارات الجديدة والمستعملة، وأخرى تبيع أجهزة الكومبيوتر وملحقاتها(Hardware)، وأخرى لبيع المجوهرات.

وتوجد أيضًا مواقع مجمعة مثل موقع (نايل كوميرس)؛ ذلك الموقع الذي يشكل سوقًا أشبه بسوق تجاري كبير يبيع منتجات متنوعة لشركات عديدة؛ حيث يمثل (مول) Mall كبير يضم العديد من

[١٩] إبراهيم العيسوي، "التجارة الإلكترونية"، الطبعة الأولى، المكتبة الأكاديمية - مصر، ٢٠٠٣ ، ص١١ - ١٢.
[٢٠] أحمد عبد الخالق، "التجارة الإلكترونية والعولمة"، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة - مصر، ٢٠٢٣، ص ٣٤.
[٢١] حسن موسي، "التجارة الإلكترونية"، ملفات الأهرام، العدد (٤٢٠٩١)، مارس ٢٠٠٢.

المحلات المختلفة من حيث المنتجات والأسعار ومستوى خدماتها، لكنها تشترك من حيث الوظيفة؛ وهي إتمام عمليات البيع والشراء للزبائن على الشبكة[٢٢].

ويحدث خلط بين لفظ التجارة الإلكترونية(E- Commerce) ولفظ الأعمال الإلكترونية (E-Business)، والاعتقاد بانعدام الفرق بينهما، لكن هذا خطأ شائع؛ لاتساع نطاق الأعمال الإلكترونية مقارنة بالتجارة الإلكترونية[٢٣].

- **خصائص التجارة الإلكترونية وأهميتها:**

١. خصائص التجارة الإلكترونية:

تمتاز التجارة الإلكترونية بمجموعة من الخصائص وتتضح على النحو التالي:

أ. **الطابع العالمي للتجارة الإلكترونية:** إن أنشطة التجارة الإلكترونية ذات طابع عالمي؛ فهي لا تعرف الحدود المكانية أو الجغرافية، فأي نشاط تجاري يقدم سلعًا أو خدمات على الإنترنت، لا يعني بالضرورة الانتقال إلى المنطقة الجغرافية بعينها، فإنشاء موقع تجاري على الإنترنت يمكن صاحب الشركة– كبيرة كانت أو صغيرة – من التغلغل إلى أسواق ومستخدمي شبكة الإنترنت في أنحاء العالم كله[٢٤].

ب. **غياب التعامل الورقي في معاملات التجارة الإلكترونية:** تبدأ مرحلة إتمام أي صفقة تجارية كاملة من مرحلة التفاوض على الشراء، والتعاقد ودفع قيمة البضاعة واستلامها إلكترونيًّا؛ حيث يتم دون تبادل مستندات ورقية على الإطلاق، وهذا ما يدعم هدف التجارة الإلكترونية؛ وهو إنشاء مجتمع اللاورقية؛ لذلك شرعت منظمات دولية وحكومات متعددة في وضع قانون خاص بالتجارة الإلكترونية، ووضع الصفة القانونية على المحررات الإلكترونية، والعقود الإلكترونية، والتوصيات الإلكترونية، والوفاء بالنقود الإلكترونية[٢٥] .

ج. **عدم الكشف عن هوية المتعاملين:** تتم تعاملات التجارة الإلكترونية بين أطراف قد يفصل بينهما آلاف الأميال، وقد يختلف التوقيت الزمني بينهم كذلك؛ مما يؤدي إلى غياب المعلومات الكافية عن المتعاملين بين بعضهم بعضًا؛ مما قد يخلق سلبيات كتقديم معلومات زائفة، أو

---

[٢٢] إسراء مؤيد عبد الله، "التسويق الإلكتروني"، بحث منشور، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد الثالث عشر، ٢٠٠٦، ص ٢٥٨.

[٢٣] سامرة نعمة كامل، "مفهوم التجارة الإلكترونية ومزاياها وتأثيرها على المجتمع العربي"، (بحث منشور)، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (١٠)، العدد٢ ، ٢٠٠٨، ص ٩٤.

[٢٤] إبراهيم العيسوي، مرجع سبق ذكره، ص٣١، ٣٢.

[٢٥] خالد ممدوح إبراهيم، "لوجستيات التجارة الإلكترونية"، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ٢٠٠٨، ص١٥٤.

تقديم بطاقات ائتمانية مسروقة، أو إساءة استخدام المعلومات أثناء التعامل؛ وهذا ما يثير مسألة الخصوصية وسرية المعلومات، لكن التقدم الذي تشهده التكنولوجيا الحديثة سيوفر– قطعًا – الأمان، والموثوقية، والنزاهة، والصدق في التعاملات التجارية عبر الإنترنت [٢٦].

د. **سرعة تغيير المفاهيم والأنشطة في التجارة الإلكترونية:** يعرِّض اتساع حجم نطاق التجارة الإلكترونية إلى تأثرها الواضح بالتغيرات المتسارعة التي تتعرض لها أنشطتها، وذلك نظرًا إلى ارتباط أنشطتها بوسائل الاتصال الإلكتروني، ومجالات الاتصالات والمعلومات المعروفة أيضًا بالتغيرات المتسارعة.

- **أهمية التجارة الإلكترونية:**

أ. أهمية التجارة الإلكترونية على المستوى القومي:

تنخفض تكلفة أهمية التجارة الالكترونية في أداء التسويق؛ لكونها قناةً للتوزيع على المستويين القومي والعالمي؛ مما يؤدي إلى العديد من الآثار المباشرة التي من شأنها زيادة القدرة التنافسية لوحدات الأعمال في البيئة العالمية؛ ومن ثم خلق طلب فعال على المنتجات، وفيما يلي نبرز تأثير هذا الطلب في الاقتصاد القومي[٢٧]:

- **دوران عجلة التنمية الاقتصادية:** إن خلق طلب فعال (داخلي / خارجي) على المنتجات المختلفة من شأنه أن يزيد الإنتاج؛ ومن ثم زيادة الاستثمارات من خلال إنشاء وحدات إنتاجية جديدة، والتوسيع في الوحدات القائمة، وكذلك تؤدي زيادة الصادرات بدورها إلى زيادة النقد الأجنبي الموجه؛ مما يساعد في دعم الاستثمارات في المجالات المختلفة، بالإضافة إلى توفير المواد اللازمة من التكنولوجيات، والمستلزمات الأخرى التي تعمل على تطوير المنتجات المصدر، وزيادة جودتها.
- **توفير فرص عمل جديدة:** تسهم التجارة الإلكترونية في توفير العديد من فرص العمل الجديدة في المجالات المختلفة، حيث إن خلق الطلب على المنتجات وما يتطلبه ذلك من زيادة الاستثمارات من خلال إقامة وحدات جديدة أو التوسيع في الوحدات القائمة يتطلب المزيد من العمالة بمستوياتها المختلفة.

[٢٦] إبراهيم العيسوي، مرجع سبق ذكره، ص ٣٤.
[٢٧] عبد المطلب عبد الحميد، "اقتصاديات التجارة الإلكترونية"، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، ٢٠١٤، ص ٢٢-٢٥.

- **مساعدة وحدات الأعمال الصغيرة ومتوسطة الحجم:** يعد توفير مناخ ملائم لوحدات الأعمال الصغيرة والمتوسطة الحجم الجديدة للبدء في ممارسة نشاطها الميزة الرئيسية للتجارة الإلكترونية، بل هي المضمون الرئيسي الذي نشأت عليه التجارة الإلكترونية، ففي ظل التجارة التقليدية لم تتمكن وحدات الأعمال الصغيرة والمتوسطة الحجم من الصمود ومواجهة وحدات الأعمال القائمة التي تبسط نفوذها، وسيطرتها على السوق المحلية المستغلة ذلك بحجمها الكبير ونفقاتها المنخفضة؛ وبالتالي تعجز هذه الوحدات على أن يصبح لها كيان اقتصادي مستقل؛ مما يقلل من فرصتها في التواجد في الأسواق، ومن ثم تعد التجارة الإلكترونية هي الطريق لهذه الوحدات للتواجد المادي بحيث تصبح على قدم المساواة مع وحدات الأعمال القائمة والكبيرة.
- **منع الاحتكار:** تؤدي التجارة الإلكترونية وما تحمله من شفافية، ومعلومات متوفورةتوافر المعلومات لكل من البائع والمشتري إلى تقليل الاحتكار، واتجاه السوق إلى سوق تنافسية، تخضع لآليات العرض والطلب في تحديد السعر والتوازن.
- **تنشيط الصادرات والواردات:** تستطيع التجارة الإلكترونية أن تسهم في حل بعض المشكلات التي تعترض الصادرات، وذلك من خلال إمكانية الوصول إلى الأسواق الخارجية بغض النظر عن الفوارق الزمنية والمكانية، وتوافر جميع المعلومات المتعلقة بالسلع والخدمات، وكيفية الحصول عليها، خاصة في ظل التنافس في الأسواق العالمية، ونجد أن بعض الدول خاصة الدول النامية سوف تجد صعوبة في الحصول على نصيب من الأسواق العالمية، ولكن يأتي دور التجارة الإلكترونية هنا؛ لتفعيل هذا الدور، وفرض بيئة تنافسية على المستوى المحلي أو الدولي، وذلك من خلال تجميع معلومات عن السلع والخدمات بطريقة أفضل، والمعلومات عن الأسعار في الأسواق العالمية التي تسمح بتحليل الأسواق والاستجابة لتغير متطلبات المستهلكين، لذا تمثل التجارة الإلكترونية ميدانًا فعالًا لتنشيط الصادرات بشرط تلبية احتياجات السوق من حيث السعر المنافس والجودة العالية والوقت المناسب.

ب. أهمية التجارة الإلكترونية داخل المنظمات:

تستطيع أي منظمة أن تحول نشاطها إلى الشبكة العنكبوتية، فعلى سبيل المثال يمكن تقديم معظم الخدمات عبر الشبكة مثل حجز إقامة بفندق في أي دولة، أو حجز تذكرة طيران، أو أخذ تذكرة، أو أخذ موعد مع طبيب في عيادة، أو مستشفى، أو الحصول على تقرير، أو معلومات في أي جهة،

أما بالنسبة للسلع فيمكن لبعضها الحصول عليها من خلال تقرير أو معلومات في أي جهة، وبعضها يمكن الحصول عليها عبر الشبكة مثل كتاب أو أغانٍ أو برامج كمبيوتر، أما معظم السلع تتطلب تسليمها بالطرق التقليدية، بينما تتم جميع المعاملات الأخرى عبر الشبكة، فمن بين الأهمية للتجارة الإلكترونية داخل المنظمات نذكر ما يلي[٢٨]:

- تسمح التجارة الإلكترونية بالتسوق الإلكتروني من خلال شبكة الإنترنت، وعن طريق الاتصال الإلكتروني المباشر بين المتعاملين، وقد استغنت بذلك عن المستندات الورقية، وما تستلزمه من نفقات، وتسهم كذلك في تبسيط عمليات المشروعات وتنظيمها، وتحقيق أهدافها عن طريق القضاء على التأخير في إصدار القرارات الإدارية.
- توفر في النفقات الإدارية ونفقات الاتصال وغيرها، حيث تعد بديلًا عن تخصيص جزء كبير من رأس المال في إنشاء علاقات مستمرة بين البائعين والمشترين.
- ترشيد النفقات التي يتخذها كل من البائعين والمشترين بما تتميز به من تدفق المعلومات بينهم في الوقت المناسب، وبالطريقة المنسقة والدقيقة؛ مما يتيح بمنتهى السهولة المقارنة بين المنتجات سواء من ناحية الأسعار أو الجودة أو طريقة الدفع.
- تعد ذات أهمية خاصة لكل من المنتجين والمستهلكين خاصة في الدول النامية، حيث إنها تستطيع التغلب على الحوافز التقليدية للمسافة، ونقص المعلومات عن الفرص التصديرية.

ازدادت أهمية التجارة الإلكترونية ازديادًا كبيرًا في عام ٢٠٢٠ في ظل قيود التباعد الاجتماعي التي فرضت أثناء انتشار جائحة كوفيد – ١٩ لاحتوائها والحد من انتشارها.

٢. مزايا التجارة الإلكترونية وعيوبها:

ينتج عن تقدم التجارة الإلكترونية تحقيق مكاسب عديدة بالنسبة للأفراد والمؤسسات، وبرغم تلك المزايا التي تكسبها التجارة الإلكترونية لمعتمديها فهي لا تخلو من بعض العيوب.

- مزايا التجارة الإلكترونية:

تتسم التجارة الإلكترونية بعدة المزايا؛ وهي كما يلي:

[٢٨] ناصر وسام خليل، "التجارة والتسويق الإلكتروني"، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر، عمان ـ الأردن، ٢٠٠٩، ص ٤٠ ـ ٤١.

١- المزايا بالنسبة للأفراد[٢٩]:

أ. **توفير الوقت والجهد:** تفتح المواقع الإلكترونية أو الأسواق الالكترونية ٧ أيام أسبوعيًا، و٢٤ ساعة يوميًا؛ مما يوفر على العميل الوقت، أو الانتظار في طابور شراء منتج معين، وكذلك لا يتطلب شراء أحد المنتجات أكثر من النقر على المنتج، وإدخال بعض معلومات البطاقة الائتمانية، ويوجد بالإضافة أنظمة دفع عديدة وملائمة مثل: التسديد عند الاستلام نقدًا، أو استخدام النقود الإلكترونية.

ب. **حرية الاختيار:** يمكن للعميل من خلال عمليات الشراء عبر التجارة الالكترونية المقارنة بين أسعار السلع والخدمات المتوفرة عبر الإنترنت وأشكالها، ويمكنه زيارة العديد من المواقع لاختيار الأنسب، وتتيح بعض المواقع كذلك إمكانية تجربة السلع كبرامج الكمبيوتر والألعاب، وإمكانية التواصل مع شركات عالمية خارج النطاق المحلي[٣٠].

ج. **خفض الأسعار:** إن التسوق عبر الإنترنت يوفر للمستهلك تجنب تكاليف إضافية، وتخفيض نفقاته مقارنة بالتسوق العادي، وهذا ما يصب في صالح العميل، وكذلك يمكنه الاستفادة من عروض الخصم الكبيرة التي تطلقها الكثير من الشركات عبر الإنترنت.

د. **نيل رضا العملاء:** تتكفل الشركات المتواجدة عبر الإنترنت بالإجابة والرد على تساؤلات عملائها من خلال التخاطب الشخصي، أو عبر البريد الإلكتروني، حيث يوفر الإنترنت ميزة الإجابة عن استفسارات العملاء؛ مما يتيح خدمات أفضل للعملاء، ويستحوذ على رضاهم.

٢- مزايا التجارة الإلكترونية بالنسبة للمؤسسات:

أ. **تسويق أكثر فعالية وأكثر ربحًا:** تتيح خاصية الطابع العالمي في التجارة الإلكترونية للمؤسسات التغلغل في الأسواق العالمية؛ مما يوسع قاعدة عملائها عبر العالم؛ وبالتالي جني أرباح إضافية، ويكون هذا طيلة أيام السنة، وبدون أي انقطاع.

ب. **تخفيض مصاريف المؤسسات:** استخدام عدة تجهيزات من أجل الترويج وجذب العملاء في التجارة التقليدية حيث تشمل ميزانية المؤسسة بتكاليف إضافية، وتشمل أيضًاالصيانة وإعداد المكاتب، في حين تعد هذه العمليات في التجارة الإلكترونية أكثر اقتصادية، فوجود قاعدة

[٢٩] إبراهيم بختي، "التجارة الإلكترونية – مفاهيم وإستراتيجيات التطبيق في المؤسسة"، الطبعة الأولى، المكتبة الأكاديمية، ٢٠٠٥، ص ٦٧-٦٩.
[٣٠] حسن يوسف، "الاقتصاد الإلكتروني"، الطبعة الأولى، المركز القومي للإصدارات القانونية، ٢٠١٢، ص ٢٣-٢٤.

بيانات على الإنترنت تحتفظ بتاريخ عمليات البيع في المؤسسة، وأسماء العملاء؛ مما يتيح استرجاع المعلومات الموجودة في قاعدة البيانات لتفحص تواريخ عمليات البيع بسهولة.

ج. **تواصل فعال مع الشركاء والعملاء:** توفر التجارة الإلكترونية فرصًا للمؤسسات للاستفادة من البضائع والخدمات المقدمة من طرف المؤسسات الأخرى (الموردين)، فالتجارة الإلكترونية تقلص المسافات، وتعبر الحدود؛ مما يوفر طريقة فعالة لتبادل المعلومات مع الشركاء.

٣ . المزايا على المستوى القومي:

تتمثل أهم المكاسب التي تعود على المجتمع من خلال تطبيق التجارة الإلكترونية في:

أ- **دعم التجارة الخارجية:** إن التجارة الإلكترونية تؤدي إلى رفع درجة الانفتاح الاقتصادي من خلال تسويق السلع والخدمات عالميًا، وبتكلفة محدودة؛ مما يوفر فرص زيادة معدلات الصادرات.

ب- دعم التنمية الاقتصادية: تقدم التجارة الإلكترونية خفضًا لتكاليف التسويق والدعاية والإعلان، وتوفير الوقت والمكان اللازمين لتحقيق المعاملات التجارية، وتحسين المستوى التكنولوجي، ورفع مهارات العمالة، ويعد كل هذا من أهم مقومات نجاح التجارة الإلكترونية، فنجاح المشروعات الصغيرة والمتوسطة يسهم في زيادة حركة التجارة الدولية بفعالية وكفاءة؛ مما يدفع بعجلة التنمية الاقتصادية.

ج- دعم التوظيف: تمكن التجارة الإلكترونية من إقامة مشاريع تجارية صغيرة ومتوسطة للأفراد، وربطها بالأسواق العالمية بأقل تكاليف استثمارية؛ وبالتالي خلق فرص جديدة للتوظيف، خاصة إذا كان الأفراد متخصصين في تقديم خدمات على المستوى المحلي والعالمي دون الحاجة إلى الانتقال، ونضيف على ذلك الوظائف التي تقدمها التجارة الإلكترونية في المجالات المتعلقة بتطبيق التجارة الإلكترونية كالمتخصصين في إنشاء المواقع الإلكترونية، والعاملين الإداريين والفنيين في المتاجر الإلكترونية؛ مما يسهم في حل مشكلة البطالة في المجتمع.

د- دعم القطاعات التكنولوجية: يؤدي انتشار التجارة الإلكترونية على المستوى القومي إلى ظهور قطاعات متخصصة في تقنية المعلومات والاتصال من أجل دعم البنية التحتية للتجارة الإلكترونية، وقد ظهر- مع نمو التجارة الإلكترونية وانتشار استخدامها - فرص استثمارية لتوجيه رؤوس الأموال

للعمل في تطوير وتحسين وتحديث البنية التحتية الإلكترونية؛ مما يؤدي إلى خلق قطاعات تكنولوجية متقدمة تدعم الاقتصاد القومي[٣١] .

- عيوب التجارة الإلكترونية:

كما تمتاز التجارة الإلكترونية بعدة ميزات، يوجد بها أيضًا بعض العيوب، التي يمكن عرضها على النحو التالي:

- ✓ سرقة أو تزييف البطاقات الائتمانية يؤدي إلى تحمل أصحابها تكاليف سلع وخدمات لم يتم شراؤها.
- ✓ غياب التعامل الورقي في التجارة الإلكترونية يهدد مصالح العملاء والشركاء والبنوك نتيجة إمكانية حدوث تزوير في البيانات، أو تلاعب بالفواتير والمستندات عند الطلب.
- ✓ صعوبة التحقق من هوية المتعاملين في التجارة الإلكترونية نظرًا لغياب العلاقة المباشرة بين العملاء؛ فقد يتم إبرام عقد بيع بين البائع ومشترٍ يبعد عنه آلاف الأميال، ويختلف عنه في التوقيت الزمني[٣٢].
- ✓ استيراد سلع يمنع استعمالها في الأسواق المحلية.
- ✓ حدوث اختراقات في شبكة الإنترنت؛ مما يؤدي إلى فضح أسرار العملاء والبنوك والشركات.
- ✓ فقدان متعة الشراء المعروفة التي كان يحبها المستهلك في ممارسته للتسويق من خلال التفاعل الاجتماعي بين البائع والمشتري.
- ✓ اندفاع البعض وتورطهم نحو شراء السلع التي قد لا يحتاجها الفرد نتيجة جاذبية الإعلان وسهولة الشراء ببطاقة الائتمان.

٣. حجم التجارة الإلكترونية في العالم:

نما حجم التجارة الإلكترونية نُموًّا سريعًا خلال الآونة الأخيرة، لا سيما في أعقاب جائحة كوفيد-١٩؛ حيث بلغ أعداد المتسوقين عبر الشبكة العالمية للمعلومات في العالم حوالي ١.٥ مليار شخص في عام ٢٠٢٠ مقارنة بعام ٢٠١٩ الذي بلغ نحو ١.٤ مليار شخص؛ أي بزيادة قدرها ٧ في المائة، وقد أسهمت الجائحة في سرعة التحول صوب التجارة الإلكترونيــة، حيث سعى كل من

[٣١] حدو بن عبيزة- عدوكة لخضر، "التجارة الإلكترونية منافعها ومعوقاتها ومتطلبات نجاحها"، الملتقى العالمي حول: عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر. عرض تجارب دولية، المركز الجامعي، الجزائر، ٢٠١١، ص ٩.

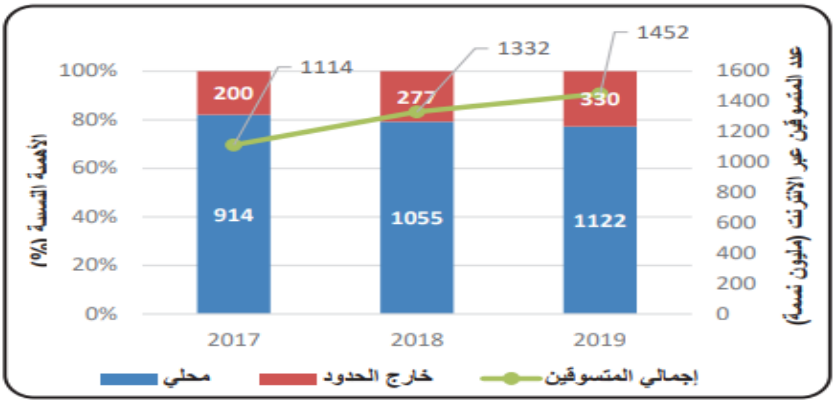
[٣٢] محمد صالح الحناوي، "مقدمة في عصر التكنولوجيا"، الدار الجامعية، الإسكندرية، ٢٠٠٤، ص ١٦٩.

الأفراد والشركات إلى التغلب على مختلف إجراءات الإغلاق، وقيود السفر بالتسوق عبر الشبكة العالمية للمعلومات.

لقد منحت جائحة كوفيد ١٩ في وقت قصير دافعًا للتسوق قويًّا ومتسارعًا عبر الشبكة العالمية للمعلومات؛ فزادت قيمة مبيعات التجزئة زيادة ملموسة؛ نتيجة المخاوف الصحية التي جعلت من التجارة الإلكترونيــة المنقذ الوحيد لأسواق التجزئة على مستوى العالم؛ بسبب خوف الكثير من الأفراد والمستهلكين من التسوق المباشر أكثر من أي وقت مضي، إضافة إلى اتجاه الدول نحو الإغلاق التام أو الجزئي لمجابهة واحتواء تداعيات الجائحة.

تشير التقديرات في هذا الصدد إلى ارتفاع حصة التسوق الإلكتورني حيث شكلت ١٧% من إجمالي العالمية للمعلومات مقارنة بعام ٢٠١٩ الذي بلغت نسبة التصفح فيه نحو ١٣% [٣٣].

أما توزيع إجمالي عدد المتسوقين عبر الشبكة العالمية للمعلومات المحليين وعبر الحدود قد بلغ نحو ١.٤٥ مليار مستخدم، ويشير تقرير الأونكتاد إلى أن نسبة التسوق المحلي (التسوق داخل حدود نفس الدولة) بلغت نحو ٧٧ في المائة من إجمالي التسوق عبر الشبكة العالمية للمعلومات في عام ٢٠١٩ بإجمالي ١.١٢ مليار مستخدم، في حين بلغ عدد المتسوقين عبر الحدود ٣٣٠ مليون مستخدم بما يمثل ٢٣ في المائة من إجمالي المتسوقين إلكترونيًّا في الشكل التالي:



Source: UNCTAD (2021), Estimates of Global E-Commerce

الشكل رقم (١)

إجمالي عدد المتسوقين إلكترونيًّا محليًّا وعالميًّا على مستوى العالم

[33] UNCTAD, (2020)." B2C E-Commerce Index 2020".

أشارت منظمة مؤتمر الأمم المتحدة للتجارة والتنمية (الأونكتاد)– فيما يخص قيمة عمليات التجارة الإلكترونية – في تقرير صادر لها في شهر مايو من عام ٢٠٢١ إلى ارتفاع قيمة مبيعات التجارة الإلكترونيــة بنحو ٨ في المائة لتبلغ حوالي ٢٦.٧ تريليون دولار أمريكي في عام ٢٠٢٠؛ أي ما يعادل ٣٠ في المائة من الناتج الإجمالي العالمي، مقارنة بنحو ٢٥,٦ تريليون دولار أمريكي في عام ٢٠١٩ [٣٤].

ارتفعت كذلك قيمة أنشطة التجارة الإلكترونيــة بين مؤسسات الأعمال(B2B) لتصل إلى حوالي ٢١.٨ تريليون دولار أمريكي؛ أي ما يعادل نحو ٨٢ في المائة من إجمالي التجارة الإلكترونيــة في عام ٢٠٢٠، في حين ارتفعت قيمة عمليات التجارة الإلكترونيــة بين مؤسسات الأعمال والمستهلكين(C2B) إلى ٤.٩ تريليون دولار أمريكي في عام ٢٠٢٠.

وكذلك ارتفعت قيمة التجارة الإلكترونيــة بواسطة الشركات إلى المستهلكين لتمثل نحو ٤٤٠ مليار دولار أمريكي في عام٢٠٢٠، وبلغت حصتها من إجمالي أنشطة التجارة الإلكترونية بين مؤسسات الأعمال والمستهلكين حوالي ٢.١ في المائة.

يذكر أيضًا أن الولايات المتحدة الأمريكية واليابان والصين وكوريا الجنوبية استحوذت على أعلى قيمة لأنشطة التجارة الإلكترونية في عام ٢٠٢٠، وذلك بحصة بلغت نحو ٦٣ في المائة من إجمالي مبيعات التجارة الإلكترونيــة العالمية[٣٥].

حلت الصين في المركز الأول في مبيعات الشركات للأفراد عبر الحدود، مسجلة حوالي ١٠٥ مليار دولار أمريكي، فيما حلت في المرتبة الثانية الولايات المتحدة الأمريكية بقيمة بلغت نحو ٩٠ مليار دولار أمريكي، بينما استحوذت كل من المملكة المتحدة، وهونج كونج على المركزين الثالث والرابع على التوالي[٣٦].

استحوذت الشركات الأمريكية على أكبر حصة من مبيعات مؤسسات الأعمال إلى المستهلكين(C2B) عبر الشبكة العالمية للمعلومات، حيث سجلت سبع شركات أمريكية من أصل إحدى عشرة شركة أعلى إيرادات لأنشطة التجارة الإلكترونية خلال عام ٢٠٢٠ على مستوى العالم، بينما تضمنت القائمة أربع شركات صينية[٣٧].

---

[34] UNCTAD. (2020), "Estimates of Global E-Commerce".
[35] Cross Border Trade of (B2C).
[36] UNCTAD, (2020). "Estimates of Global E-Commerce".
[37] UNCTAD, (2021). "B2C E-Commerce Index 2020".

سجلت شركة (على بابا) للتجارة الإلكترونيـــة الصينية أعلى إيرادات لأنشطة التجارة الإلكترونيـــة ما بين مؤسسات الأعمال والمستهلكين، حيث بلغت إيراداتها حوالي ١.١ تريليون دولار أمريكي في عام ٢٠٢٠ بما يعادل حوالي ٢٣ في المائة من أنشطة التجارة الإلكترونية العالمية ما بين الشركات والمستهلكين، بينما حلت شركة أمازون الأمريكية في المركز الثاني بنسبة إيرادات بلغت ٥٧٥ مليار دولار أمريكي[٣٨].

٦- أثر آليات الشمول المالي على الأسواق الإلكترونية:

تسهم التكنولوجيا المالية في تبسيط أداء العمليات والخدمات المصرفية المقدمة للعملاء إسهامًا كبيرًا؛ مما يسهم كذلك في تعزيز الخدمات المصرفية التي تقدمها البنوك لعملائها وتطويرها، حيث تسهم في تسريع العمليات المتعلقة بحصول العميل على الائتمان المطلوب له، فبدلًا من الانتظار أيامًا من أجل المراجعة ومعالجة البيانات وإعطاء العميل الموافقة بالقرض، فسوف يتم ذلك من خلال تقنيات التكنولوجيا المالية بقدر حصول العميل على القرض المطلوب خلال فترة قصيرة، ومن خلال هاتفه، حيث يتم تقييم العميل لإعطاء الموافقة له أو الرفض، وذلك في خلال دقائق على الحاسب الآلي، ويظهر أثر التكنولوجيا المالية من خلال[٣٩]:-

أ- **إتمام المعاملات المالية بأمان وشفافية وتكلفة أقل:** يمكن للتكنولوجيا المالية كأحد أهم أسباب الشمول المالي أن تكون فعالة جدًّا في عملية المدفوعات والحوالات؛ لأنها ستوفر أمانًا أكبر، وتكلفة أقل للبنوك لإجراء أي معاملة بينها وبين عملائها، أو حتى بين البنوك بعضها بعضًا. وفي الوقت الحالي يوجد الكثير من الوسطاء في نظام المدفوعات، لكن سلسلة الكتل يمكنها إلغاء الكثير من الوسطاء، وهذه ميزة أساسية في التقنية.

ب- **إتمام التحويلات بالمناطق النائية دون الحاجة إلى بنية تحتية جديدة:** أدى عدم احتياج هذه التقنية إلى مراكز بيانات إلى إمكانية الاستخدام المباشر للمناطق النائية في البلدان النامية التي لا تتوفر فيها الخدمات المصرفية الرسمية استخدامًا مباشرًا للحلول القائمة على تقنية سلسلة الكتل، وأن توفِّر التكاليف الهائلة لإنشاء بنية تحتية جديدة.

[38] UNCTAD (2020), "Estimates of Global E-commerce 2019 and preliminary assessment of COVID19 IMPACT ON ONLINE RETAIL 2020 ", Technical Notes on ICT for Development.
[39] Alexandra A., (2018) " Fin Tech as a facilitator for the capital market union?Working Papers, 18-15, , pp. 1-20.

ت- **إتمام المدفوعات والتحويلات المالية بسرعة فائقة:** تتمحور أهم تطبيقات تقنية سلسلة الكتل كأحد أهم وسائل الشمول المالي– بلا شك – حول المعاملات المالية؛ فهي تمتاز بسرعة نقل الأموال عبر الحدود من مكان لآخر في لحظات وسهولتها، مع رسوم تحويل أقل بكثير من الوضع القائم حاليًّا في البنوك غير المطبقة للتقنية.

ث- **توفير العقود الذكية التي تُضفِي المزيد من الشفافية:** تعد العقود الذكية Smart Contract من الحلول الأخرى التي توفرها التقنية، وهي التي تتحكم في حركة الأصول الرقمية بين الأطراف؛ حيث تهدف إلى إضفاء الثقة على جميع الاتفاقيات المالية من خلال جعل كل المعاملات المالية أكثر شفافية ومرئية للجميع، وبذلك يكون العملاء قادرين على مراقبة صرف هذه الأموال من خلال الحكومات للمساعدة في الحد من الفساد، أو حتى التهرب الضريبي في المستقبل.

ج- **الاستخدام في التمويل التجاري:** يتم استخدام التكنولوجيا المالية في تسريع عمليات التسويات في مجال التمويل التجاري، حيث تسهم هذه التقنية مستقبلًا في توفير طرق أسرع وأكثر أمانًا في نقل البضائع عبر الحدود، وتوفير خدمات التحويل اللحظية.

ح- **التقليل من التكاليف الزمنية والمادية للبنوك والعملاء:** يحقق تبني تقنية سلسلة الكتل باعتبارها واحدة من أهم وسائل الشمول المالي تقليل التكاليف بالنسبة للبنوك والعملاء على النحو التالي :

- ✓ التقليل من تكلفة التحويلات المالية التي نتجت من انعدام وجود طرف ثالث من خلال إعداد المحافظ الرقمية، والتعامل بها لتحويل الأموال بدون رسوم إضافية.
- ✓ التقليل من تكلفة عمليات تمويل التجارة الخارجية في عمليات الاستيراد والتصدير وتحويل الأموال.
- ✓ التقليل من تكاليف البنية التحتية على إثر إجراء التحويلات المالية بالمناطق النائية دون الحاجة إلى إنشاء بنية تحتية جديدة، ومن خلال إلغاء الحاجة إلى عملية مطابقة البيانات.

خ- **تحقيق الشفافية والأمان والحد من عمليات الاحتيال والجرائم الإلكترونية من خلال:**

- ✓ تحقيق المزيد من الشفافية والأمان لتسهيل رؤية المعاملات المالية مع عدم القدرة على تغيرها .

- ✓ تحقيق الشفافية في مقدرة البنك على أن يتابع المعاملات المالية للعملاء، ويحقق الأمان للعملاء من خلال ثبات العمليات المالية وعدم تغيرها عبر الزمان.
- ✓ تحقيق المزيد من الشفافية من خلال ما يُعرف بالعقود الذكية التي تهدف إلى إتمام المعاملات دون وسيط.
- ✓ القضاء على الفساد المالي بواسطة جعل البيانات مرئية، مع تجنب وجود وسيط لإتمام المعاملات المالية.

د- مواجهة المنافسة في ظل التحويلات: يكون ذلك من خلال مواجهة المنافسة من شركات العملات المشفرة التي تستخدم خدمات الدفع الإلكتروني، وكذلك يؤدي انخفاض تكلفة التحويلات إلى كسب البنوك ميزة تنافسية، وعدم اللجوء إلى الطرق غير الرسمية لإجراء تحويلات.

ذ- تعزيز الخدمات المصرفية والارتقاء بها من خلال:

- ✓ مساعدة البنوك في إجراء العمليات المالية بشكل أكثر سرعة ودقة.
- ✓ عدم الحاجة إلى بذل جهد إداري لحفظ السجلات أو تسوية الخلافات المتعلقة بالمعاملات.
- ✓ الإسهام في زيادة الكفاءة الإدارية، مع توفير البيانات وتبادلها بعضها مع بعض.
- ✓ الإسهام في تخفيض مخاطر التشغيل، وتحسين الكفاءة للبنوك.
- ✓ الإسهام في تحقيق المزيد من الشفافية للبنك والخصوصية للعميل.

٧- تأثير الشمول المالي في التجارة الإلكترونية:

أ – توسيع قاعدة العملاء:

- **زيادة الوصول:** يُمَكِّن الشمول المالي الأفراد غير المتعاملين مع البنوك من الوصول إلى الخدمات المالية؛ مما يزيد عدد المستهلكين الذين يمكنهم التسوق عبر الإنترنت.
- **تنوع العملاء:** يمكن أن يستفيد رواد الأعمال من فئات سكانية جديدةكالشباب والمجتمعات الريفية.

ب – تسهيل عمليات الدفع:

- **أنظمة دفع مرنة:** توفر الخدمات المالية التي تسمح بالدفع الإلكتروني تسهيلات عدة للعملاء في إتمام عمليات الشراء بسهولة.

- **الأمان والثقة:** توفر وسائل الدفع الإلكتروني أمانًا لازمًا للمستهلكين؛ مما يعزز ثقتهم في التجارة الإلكترونية.

ج – دعم ريادة الأعمال

- **تمويل المشروعات:** يتيح الشمول المالي لرواد الأعمال أن يحصلوا على القروض والتمويل اللازمين لإنشاء أعمالهم في التجارة الإلكترونية وتوسيعها.
- **الابتكار:** توفر أدوات الدفع الرقمية والتمويل الجماعي فرصًا جديدة للابتكار في نموذج الأعمال.

د– تحسين تجربة المستخدم من خلال:

- **خدمات مالية مدمجة:** يمكن أن تسهم المنصات المالية في تحسين تجربة التسوق عبر تقديم خيارات متعددة للدفع؛ مما يسهل اتخاذ القرار الشرائي.
- **الوصول إلى معلومات السوق:** تمكِّن البيانات المالية المستندة إلى الشمول المالي التجارَ من أن يفهموا سلوك العملاء، ويحسنوا إستراتيجيات التسويق.
- **تسهيل إجراء المعاملات التجارية إلكترونيًّا:** يسهل الشمول المالي إجراء المعاملات التجارية عبر الإنترنت من خلال توفير خدمات الدفع الإلكتروني، وذلك كالمحفظات الإلكترونية، وبطاقات الائتمان.
- **تعزيز ثقة المستهلكين:** يسهم توفر الخدمات المالية في بناء ثقة المستهلكين في التجارة الإلكترونية؛ مما يحثهم على الشراء الإلكتروني (عبر الإنترنت).

يتيح الشمول المالي لفئات جديدة من المجتمع، مثل أصحاب المشروعات الصغيرة، إمكانية الوصول إلى التجارة الإلكترونية؛ مما يزيد من حجم السوق.

يعزز الشمول المالي عم في مجال التجارة الإلكترونية، مثل منصات الدفع الجديدة والتسويق الرقمي.

٨– الشمول المالي في مصر :

اتضح بعد إلقاء الضوء على الاقتصاد المصري أن تنوع قطاعات الاقتصاد المصري، وسائر القطاعات الأخرى قد ساعد في سهولة الطلب الداخلي، إلى جانب عوامل أخرى منها صلابة القطاع المصرفي المصري، ومراحل الإصلاح التي مر بها في زيادة قدرته على أن يحتوي العديد من الأزمات العالمية مثل ٢٠٠٨، (والمحلية) كثورتي ٢٥ يناير ٢٠١١ و ٣٠ يونيو ٢٠١٣؛ وهو ما

أدى إلى استمرار الاستقرار المالي، حيث انخفض معدل النمو من % ٧.٢ في ٢٠٠٧/٢٠٠٨ إلى ٤.٧ في ٢٠٠٨/٢٠٠٩، وسرعان ما بدأ في التعافي؛ ليصل إلى ٥.١%[٤٠] في ٢٠١٠، ولقد كان لثورة ٢٠١١ بعض التبعات على القطاع الخارجي متمثلة تمثلًا كبيرًا في انخفاض عائدات السياحة والاستثمارات، وكذلك ساعدت تحويلات المصريين العاملين بالخارج، إلى جانب سياسة البنك المركزي المصري في تكوين صافٍ كبير من الاحتياطيات الدولية، وقد ساعد ذلك أيضًا في تحمل هذه الصدمة؛ فلم يتأثر سعر الصرف واستمر تقريبًا على مستواه كما كان قبل الثورة؛ مما كان له الأثر الأكبر في تحجيم تضخم الأسعار، واستمر تقريبًا على مستواه قبل الثورة؛ مما حدَّ من تضخم الأسعار، وكذلك استمر البنك المركزي المصري في إدارته الناجحة لسوق الصرف الأجنبي من خلال آلية العطاءات الدورية FX Auction التي طُبِّقَتْ منذ ديسمبر ٢٠١٢ ، إلى جانب نظام الانترينك الدولاري[٤١].

ويعلن البنك المركزي دائمًا– إلى جانب تلك العطاءات الدورية – عن عطاءات استثنائية وفقًا لحاجة السوق.

استطاع المستثمرون الأجانب كذلك استرداد أموالهم وتحويلها إلى بلادهم دون أدنى تأخير، وهو ما أدى إلى استقرار القطاع المالي، وهذا ما ساعد مستقبلًا في استرداد الثقة في الاقتصاد المصري بصورة سريعة، ومن المحتمل أيضًا أن تشهد الأعوام القادمة استمرارية تعافي القطاع الخارجي مستقبلًا، وذلك على خلفية رفع الكثير من الدول حظر السفر إلى مصر، وزيادة تدفق الاستثمارات الأجنبية بعد المؤتمر الاقتصادي في مارس ٢٠١٥، بعد استتباب الاستقرار السياسي، وتحسن مناخ الاستثمار. وتعد الودائع هي المحرك الأساسي لنمو المراكز المالية للبنوك نموًّا صافيًا؛ حيث تمثل % ٨٤.٦% من إجمالي التزامات القطاع المصرفي المصري، وقد استمرت الودائع في النمو بمعدلات جيدة حيث بلغ معدل نمو الودائع ٢٣.٦ في نهاية عام ٢٠١٤ [٤٢].

على الرغم من سحب العملاء لحوالي ٣٢ مليار جنيه من ودائع القطاع المصرفي المصري لشراء شهادات قناة السويس فإن معدل نمو ودائع القطاع المصرفي المصري لم يتأثر، وخاصة ودائع

[٤٠] نبيل ذنون جاسم & مثال مرهون مبارك (٢٠١٠)، معيقات تطبيق الصيرفة الإلكترونية في القطاع المصرفي الحكومي، مجلة الإدارة والاقتصاد - جامعة بغداد، العدد ٢٥، ص ١٢٣-١٣٨.

[٤١] شنبي صورية بن الخضر، السعيد (٢٠١٩)، "أهمية الشمول المالي في تحقيق التنمية"، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبة، العدد ٢، المجلد ٣، ص ٢٥- ١٠٤-١٢٩.

[٤٢] عبد الرزاق وقاسم، عامر والرفاعي، غالب عوض (٢٠٢٠)، "مؤشرات الاشتمال المالي وأثرها على الأداء المالي للبنوك الأردنية المدرجة في سوق عمان المالي"، مجلة الأعمال والقانون مجلة جامعة العين للأعمال والقانون المجلد٤، العدد٢، ص٢٣

القطاع العائلي لثقة المودعين في القطاع، وعلى الجانب الآخر استمر نمو القروض والتسهيلات الممنوحة للعملاء التي تمثل حوالي ٣١% من صافي المراكز للبنوك، وقد أدت القروض والتسهيلات إلى تطور تكنولوجيا المعلومات وما صاحبه من تطور وسائل الاتصالات والشبكات إلى وجود منافسة عالمية وتطور الأنشطة البنكية على مستوى العالم؛ مما أوجد منافسة على مستوى الجهاز المصرفي المصري؛ مما أوجد ضرورة تطور الأنشطة والخدمات البنكية في البنوك المصرية؛ لتتمكن من منافسة البنوك العالمية والأجنبية الموجودة داخل وخارج مصر؛ وذلك حرصًا على إمكانية منافسة البنوك المصرية للبنوك العالمية، وجذب العديد من العملاء، والإبقاء والحفاظ على عملاءها الحاليين بدلًا من فقدانهم لصالح البنوك الأجنبية؛ وبالتالي خسارة رؤوس الأموال والاستثمارات وتسربها خارج السوق المصري. وفي هذا الصدد بدأت البنوك المصرية في تطوير خدماتها الإلكترونية بمختلف أنواعها، وأتاحت الخدمات والأنشطة المشابهة لخدمات وأنشطة البنوك العالمية، فبدأت البنوك منذ عام ٢٠٠٧ تطور الأشكال المختلفة للخدمات البنكية الإلكترونية مثل الخدمات البنكية من خلال الإنترنت، والخدمات البنكية من خلال التليفون؛ ومن ثَمَّ تنوعت أنواع كروت الدفع، وارتفعت أعداد الكروت المصدرة، وتوسعت شبكات ماكينات الصراف الآلي، وأعداد ماكينات الدفع عند نقاط البيع، وكذلك أعداد المعاملات التامة بواسطة كروت الدفع[٤٣].

أما نسبة المتعاملين مع البنوك فقد زادت على صعيد الأفراد المتعاملين مع البنوك من ٣٢% في عام ٢٠١٦ إلى ٥٧% في عام ٢٠٢١، **وازداد كذلك عدد الحسابات المصرفية**؛ حيث افتُتِح أكثر من ١٠ ملايين حساب مصرفي جديد بين عامي ٢٠١٩ و٢٠٢١، وشهدت المدفوعات الرقمية في مصر زيادة بنسبة ٤٠٠% بين عامي ٢٠٢٠ و٢٠٢١؛ مما يعكس تزايد اعتماد التجارة الإلكترونية عام ٢٠٢٢، وسُجِّل أيضًا أكثر من ٨٠٠ مليون معاملة دفع إلكتروني في عام ٢٠٢١ [٤٤].

في عام ٢٠١٦، كان عدد مستخدمي الإنترنت في مصر حوالي ٤٠ مليون مستخدم، وارتفعت نسبة هذا العدد إلى حوالي ٦٠ مليون مستخدم عام ٢٠٢١، ويتوقع أيضًا أن يصل العدد إلى حوالي ٧٥ مليون مستخدم [٤٥].

---

[43] Culpeper, R., 2022. The role of the G20 in enhancing financial inclusion. Heinrich Böll Stiftung (The Green Political Foundation) Publication (February), pp.1-22.

[٤٤] تقرير البنك المركزي المصري، ٢٠٢٣.

[٤٥] تقرير وزارة الاتصالات، ٢٠٢٣.

في عام ٢٠٢٠؛ ازدادت معاملات الدفع الإلكتروني بنسبة ٢٠٠% مقارنة بالعام السابق، وفي عام ٢٠٢١ سُجِّل أكثر من ٨٠٠ مليون معاملة دفع إلكتروني، ومن المتوقع زيادة المعاملات بنسبة ٣٠٠% إضافية[٤٦].

يعد الشمول المالي والتجارة الإلكترونية من العناصر الأساسية التي تسهم في تعزيز النمو الاقتصادي في الدول النامية؛ حيث يؤثر الشمول المالي تأثيرًا ملحوظًا في التجارة الإلكترونية في مصر من خلال تحسين الوصول إلى الخدمات المالية؛ مما يسهل التفاعل مع منصات التجارة الإلكترونية، وزيادة الثقة في المعاملات الرقمية.

أ – موقع مصر من أثر الشمول المالي على التجارة الإلكترونية.

نستعرض الآن– للتعرف على واقع الشمول المالي في مصر – في هذا الجزء وضع مصر وفقًا للمؤشرات العالمية للشمول المالي التي حصلت الدراسة عليها من بيانات مسح الوصول المالي.

يتضح من الجدول التالي أهم مؤشرات الشمول المالي في مصر.

جدول رقم (١)مؤشرات الشمول المالي في مصر

السنة	فروع البنوك التجارية لكل ١٠٠ ألف بالغ	الائتمان المصرفي مليار دولار	ماكينات الصرف الآلي لكل ١٠٠ ألف بالغ	إعانات برامج الضمان الاجتماعي مليار دولار	إعانات وتحويلات أخرى (% من النفقات)	التأمين والخدمات المالية (% من صادرات الخدمات)	حسابات بنكية لكل ١٠٠٠بالغ	بطاقة الائتمان (% من العمر ١٥ عاما فأكثر)	بطاقة الخصم (% من العمر ١٥ عاما فأكثر)
٢٠٠٥	٣.٨	٤٥.٨	٣.٣	3	26.7	1.4	278.5	0.6	0.4
٢٠٠٦	٣.٨	٥٣.٠	٤.٤	3.4	42.5	1.2	288.7	0.8	0.5
٢٠٠٧	٣.٩	٥٩.٤	٥.٤	3.9	39.4	0.9	298.9	0.9	0.5
٢٠٠٨	٤.٢	٦٩.٧	٦.٥	4.2	45.8	2.0	309.0	1.1	1.4
٢٠٠٩	٤.٥	٦٨.٣	٧.٧	4.6	44.7	1.3	319.2	1.2	2.3
٢٠١٠	٤.٦	٧٢.٤	٨.٦	4.7	41.6	1.2	329.4	1.4	4.3
٢٠١١	4.6	٧٣.٥	٩.٢	4.8	41.6	1.4	351.8	1.4	5.1
٢٠١٢	4.6	٧٦.٤	١٠.٣	4.9	41.4	1.1	364.4	1.5	6.3
٢٠١٣	4.6	٧٥.٦	.910	4.5	42.8	1..4	370.8	1.7	7.8
٢٠١٤	4.6	٧٨.٣	12.1	4.1	41.7	1,3	355.9	1.9	9.6
٢٠١٥	4.6	٨٦.٧	13.7	4.1	37.2	2.2	366.6	2.3	13.1
٢٠١٦	74.	١١٣.٥	15.7	4	37.9	3.1	379.8	2.8	18.0
٢٠١٧	٤.٩	٦٧.٢	17.7	4.5	39.3	2.1	382.2	3.3	24.8
٢٠١٨	٥.٠	٦٣.٨	18.7	4.1	41.8	1.5	391.9	3.2	24.1
٢٠١٩	٦.٦	٧٢.٨	20.1	4.3	42.4	2.0	411.9	3.1	23.4
٢٠٢٠	٦.٨	٩٩.٠	22.1	4.9	43.9	3.3	479.9	2.9	22.7

المصدر:– إحصاءات البنك الدولي، سنوات مختلفة – الجهاز المركزي للتعبئة العامة والإحصاء، سنوات مختلفة.

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

[٤٦]تقرير البنك المركزي المصري، ٢٠٢٣.

يتضح من الجدول السابق (١) وجود تحسُّن في مؤشرات الشمول المالي، حيث ارتفع عدد فروع البنوك التجارية لكل (١٠٠) ألف بالغ من ٣٠٨ عام ٢٠٠٤ إلى ٦٠٨ عام ٢٠٢٠، وكذلك ارتفع حجم الائتمان المصرفي من ٤٢٠٦ مليار دولار عام ٢٠٠٤ إلى ٩٩ مليار دولار في عام ٢٠٢٠، وكذلك عند ماكينات الصرف الآلي لكل (١٠٠) ألف بالغ، فقد ارتفعت من ٢٠٦ في عام ٢٠٠٤ إلى ٢٢٠١ في عام ٢٠٢٠ ، وارتفعت إعانات برامج الضمان الاجتماعي من ٣.١ مليار دولار في عام ٢٠٠٤ إلى ٤.٩ مليار دولار عام ٢٠٢٠، وارتفعت كذلك نسبة الإعانات والتحويلات من ٢٥.٥% في عام ٢٠٠٤ إلى ٤٣.٩% في عام ٢٠٢٠، وارتفعت كذلك نسبة التأمينات والخدمات المالية من ٠.٨% في عام ٢٠٠٤ إلى ٣.٣ عام ٢٠٢٠، وارتفعت أيضًا الحسابات البنكية لكل (١٠٠٠) بالغ من ٢٦٨.٣ عام ٢٠٠٤ إلى ٤٧٩.٩ عام ٢٠٢٠، إضافة إلى ارتفاع نسبة بطاقات الائتمان من ١٥ عام فأكثر من ٠.٤ عام ٢٠٠٤ إلى ٢٠٩ عام ٢٠٢٠، وارتفعت كذلك نسبة بطاقات الخصم من ١٥ عام فأكثر من ٠.٣ عام ٢٠٠٤ إلى ٧–٢٢ عام ٢٠٢٠.

حجم التجارة الإلكترونية في مصر: شهدت التجارة الإلكترونية نموًّا ملحوظًا خلال السنوات الأخيرة على النحو التالي:

- بلغت قيمة مبيعاتها إلى ٣.٥ مليار دولار عام ٢٠٢٣، ومن المتوقع تجاوز حاجز الـ ٤.٥ مليار دولار عام ٢٠٢٤.
- تعد معدلات النمو القوية أحد أهم العوامل الداعمة لهذا القطاع، حيث سجلت نسبة نمو بلغت ٢٥% عام ٢٠٢٣، ومن المتوقع الاستمرارفي التصاعد بنسبة 20% عام ٢٠٢٤.
- يشتري حاليًّا حوالي ٢٥% من مستخدمي الإنترنت في مصر منتجاتهم عبر الإنترنت، ومن المتوقع ارتفاع هذه النسبة إلى ٣٠% في العام ٢٠٢٤؛ مما يعكس الانتشار المتزايد للتجارة الإلكترونية وزيادة الثقة في هذه القناة كوسيلة للتسوق.

الأرباح من خلال إحصائيات عن التجارة الإلكترونية:

- تعتمد أرباح التجارة الإلكترونية اعتمادًا كبيرًا على عدة عوامل مختلفة، منها نوع النشاط التجاري، وحجم السوق المستهدف، ودرجة المنافسة في القطاع، وتتراوح أرباح التجارة الإلكترونية ما بين ١٠% إلى ٣٠% من إجمالي المبيعات، ولكن يمكنها أن تزيد في بعض الحالات، خاصة في القطاعات التي تشهد طلبًا قويًّا مثل الإلكترونيات والأزياء.

- يعزى ذلك إلى القدرة على توفير تجربة تسوق مريحة ومثيرة للعملاء، وكذلك القدرة على تحديد الأسعار تحديدًا فعَّالًا، وتقديم عروض وخصومات جذابة، إضافة إلى ذلك، يمكن أن يسهم استخدام إستراتيجيات التسويق الإلكتروني المبتكرة في زيادة الإيرادات، وتحقيق أرباح أكبر في مجال التجارة الإلكترونية.
- تشهد أرباح التجارة الإلكترونية نموًّا ملحوظًا على مستوى العالم، حيث وصلت إلى ٤.٩ تريليون دولار في عام ٢٠٢٣، ومن المتوقع أن ترتفع إلى ٦.٢ تريليون دولار في عام ٢٠٢٤؛ مما يعكس الزيادة المستمرة في الطلب على المنتجات والخدمات عبر الإنترنت.
- شهدت كذلك أرباح التجارة الإلكترونية في العالم العربي نموًّا ملحوظًا، حيث وصلت إلى ٢٧ مليار دولار أمريكي في عام ٢٠٢٣، ومن المتوقع أن تصل إلى ٣٦ مليار دولار أمريكي في عام ٢٠٢٤؛ مما يشير إلى النمو المتزايد لهذا القطاع في المنطقة، وزيادة اعتماد الأفراد والشركات على التجارة الإلكترونية كوسيلة رئيسية للتسوق والتجارة.

أسباب أسهمت في نمو التجارة الإلكترونية

تجاوزت التجارة الإلكترونية حدود النجاح، وأصبحت منصة مهمة للتجارة العالمية، وهناك عدة أسباب أسهمت في هذا النمو المتسارع، منها:

١. الوصول السهل:

أصبح بالإمكان– مع توفر الإنترنت عالميًّا – الوصول إلى المنتجات والخدمات من أي مكان، وفي أي وقت؛ مما زاد من رغبة المستهلكين في التسوق عبر الإنترنت.

٢. الراحة والسهولة

يوفر التسوق عبر الإنترنت تجربة مريحة وميسرة للمستهلكين، حيث يمكنهم تصفح المنتجات وشراؤها بسهولة دون الحاجة إلى الانتقال بين المتاجر الفعلية.

٣. التنوع والتوفريتيح الإنترنت للمستهلكين أن يصلوا إلى مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات من مختلف البلدان والشركات؛ مما يزيد من اختياراتهم، ويسمح لهم بالعثور على ما يناسب احتياجاتهم بسهولة.

٤. العروض والخصومات

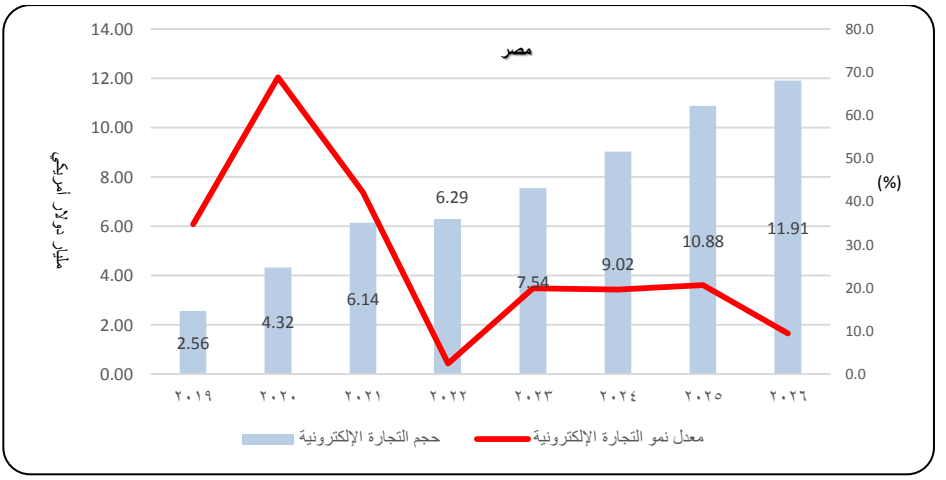
تقدم العديد من المتاجر الإلكترونية عروضًا وخصومات مغرية على المنتجات؛ مما يشد جذب المستهلكين، ويحثهم على الشراء عبر الإنترنت بدلًا من القنوات التقليدية.

٥. التسويق الرقمي

أسهم استخدام تقنيات التسويق الرقمي مثل الإعلانات المستهدفة ووسائل التواصل الاجتماعي في زيادة الوعي بالمنتجات، وزيادة حجم المبيعات عبر المتاجر الإلكترونية.

ب – واقع التجارة الإلكترونية في مصر خلال الفترة (٢٠١٩– ٢٠٢٦)

يتضح واقع التجارة الإلكترونية من خلال الشكل التالي رقم (٢)



Source: statista institution for e-commerce (2023).

شكل رقم (٢)

واقع التجارة الإلكترونية والتقديرات حتى عام ٢٠٢٦ في مصر

يتضح من الشكل السابق ما يلي:

يتناول الشكل السابق واقع التجارة الإلكترونية في مصر من ٢٠١٩ حتى ٢٠٢٦؛ حيث بلغ حجم التجارة الإلكترونية في عام ٢٠١٩ حوالي ٢ مليار دولار أمريكي، وازداد حجم التجارة الإلكترونية منذ ذلك الوقت، ويُتوقَّع أن تصل إلى ١١.٥ مليون دولار أمريكي عام ٢٠٢٦.

تسعى الدراسة كذلك إلى تحليل مدى إمكانية وجود علاقة بين التجارة الإلكترونية والشمول المالي على النمو الاقتصادي، ويتم دراسة العلاقة فيما بينهم من خلال النموذج القياسي السابق.

تاسعًا- النموذج القياسي:

I. الطريقة والأدوات

١. النماذج والمقاربات القياسية

سوف نستخدم في هذا المبحث متجه تصحيح الخطأ(Vector Error Correction Model) VECM؛ وهو نموذج يقيس سرعة تكيف الاختلالات في الأجل القصير؛ مما يؤدي إلى التوازن في الأجل الطويل. ولتطبيق نموذج VECM لا بد أن تكون المتغيرات مستقرة عند الفرق الأول، وأن يكون هناك معادلة تكاملية وخطأ واحد على الأقل، وتُقدَّر العلاقة باستخدام طريقة المربعات الصغرى (OLS).

جاءت أهمية تحليل التكامل المشترك كحل فعال لمشكلة الانحدار الزائف Spurious Regression؛ لأنه يحتفظ بالعلاقات طويلة الأجل، وذات الأهمية الكبيرة في وضع الإستراتيجيات والسياسات الاقتصادية، وفي حال أن تكون المتغيرات الاقتصادية الداخلة في النموذج متغيرات غير مستقرة وعلاوة على ذلك فإن نموذج تصحيح الخطأ ECM كذلك يسمح بتقدير العلاقات الديناميكية قصيرة الأجل، إضافة إلى تقدير سرعة التعديل إلى التوازن في الأجل الطويل، لكن يوجد بعض القيود على استخدام مدخل التكامل المشترك في تفسير العلاقة بين المتغيرات الاقتصادية، بسبب إلزام كل المتغيرات بدرجة تكامل واحدة، وبخاصة التكامل من الدرجة الأولى (١)، ويجب كذلك أن تكون كل المتغيرات متكاملة Co-Integrated معًا خلال فترة الدراسة.

تتكون منهجية السلاسل الزمنية من مراحل متسلسلة تبدأ بمرحلة التشخيص (توصيف النموذج)، وهي المرحلة الأهم، وتليها مرحلة تقدير المعلمات للنموذج، ومن ثم مرحلة فحص مدى الملاءمة للنموذج، وتأتي المرحلة الأخيرة وهي مرحلة التنبؤ. يمر هذا التقدير بالخطوات التالية:

- إجراء اختبار جذر الوحدة للسلاسل الزمنية من أجل معرفة استقراريتها وتحديد درجة تكاملها.
- اختبار العلاقة التوازنية بين المتغيرات في المدى الطويل باتباع اختبار التكامل المشترك من خلال استعمال منهج الانحدار الذاتي لفترات الإبطاء.

يعد تحليل السلاسل الزمنية أحد أهم الطرق الرياضية والإحصائية المهمة التي تتناول سلوك الظواهر وتفسرها عبر مراحل زمنية ممتدة، وتحدد أهداف تحليل السلاسل الزمنية من خلال

الحصول على وصف دقيق للملامح الخاصة للعملية الناتج عنها السلسلة الزمنية، وبناء نموذج لتفسير سلوكها واستخدام النتائج للتنبؤ بسلوكها في المستقبل، فضلًا عن التحكم في العملية التي تتولد منها السلسلة الزمنية بفحص ما يمكن حدوثه عند تغير بعض معلمات النموذج.

تعرف السلسلة الزمنية إحصائيًّا بأنها سلسلة من المتغيرات العشوائية مُعرفة ضمن فضاء الاحتمالية متعددة المتغيرات ومؤشرة بالدليل t، والذي يعود إلى مجموعة دليليه T، ويرمز إلى السلسلة الزمنية عادة اختصارا Y(t)، تلك التي تتكون من متغيرين؛ أحدهما: توضيحي؛ وهو الزمن، والآخر: متغير الاستجابة؛ وهو قيمة الظاهرة المدروسة.

وإذا وُجِدَت عوامل أخرى إلى جانب متغير الزمن مؤثرة في الظاهرة قيد الدراسة Y فنستخدم العلاقة الرياضية التالية:

$$y = f(t, x1, x2, \ldots., xk)$$

أ) الاستقرارية في السلاسل الزمنية　　Stationary Time Series

تكون السلسلة الزمنية مستقرة استقرارًا تامًّا Strictly Stationary، إذا تحققت الشروط الآتية:

- ثبوت المتوسط الحسابي　　$E(xt) = \mu$
- ثبوت قيمة التباين　　$var(xt) = \sigma^2 x$

امتلاك السلسلتين X_t , X_{t+k} ارتباطًا مشتركًا معتمدًا على فترة الإبطاء k فقط؛ أي أن التباين الذاتي المشترك يعتمد على القيمة المطلقة لـ k فقط ، $TA = \pi r^2$ .....k= 1,2,

$$yk = cov(x_t, x_{t+k}) = E(x_t - \mu)(x_{t+k} - \mu)$$

تكون أغلب السلاسل الزمنية في الواقع العملي والتطبيقي غير مستقرة، فعلى سبيل المثال: نجد أن المتغيرات الاقتصادية غالبًا ما تعد سلاسل زمنية غير مستقرة لأنها تسير في العموم في اتجاه عام لذلك لا بد من تحويلها إلى سلاسل زمنية مستقرة يسهل نمذجتها، إذ إن استخدام التحويلات يجعل البيانات ممهدة للتحليل ودقيقة لتعطي دلالة للتقدير.

أ) اختبار جذور الوحدة　　Unit Roots Test

إن استقرار السلاسل الزمنية من المواضيع المهمة؛ حيث يعطي الاستدلال بالمتغيرات غير المستقرة نتائج مضللة، إذ تكون العلاقة بين المتغيرات غير المستقرة علاقة غير حقيقية؛ وهذا ما يُسمَّى بالانحدار الزائف، وكذلك توجد العديد من الطرق الإحصائية المستخدمة لاختبار الاستقرارية، ومن

الطرق الأكثر دقة، والأوسع انتشارًا؛ وهو اختبار جذور الوحدة Unit Roots ، ويهدف اختبار جذر الوحدة إلى فحص خواص السلسلة الزمنية لكل متغير خلال المدة الزمنية للمشاهدات، والتأكد من مدى استقراريتها، وتحديد رتبة تكامل كل متغير على حدة، أما في حال استقرت السلسلة بعد أخذ الفرق الأول فإن السلسلة الأصلية ستكون متكاملة من الرتبة الأولى (Integrated of Order 1) أي I(1)، وإذا كانت السلسلة مستقرة بعد الحصول على الفروق الثانية؛ فإن السلسلة الأولى تكون متكاملة من الرتبة الثانية؛ أي I(2) وهكذا، وإذا كانت السلسلة الأصلية مستقرة في قيمها الأصلية يقال إنها متكاملة من الرتبة صفر؛ وهو بذلك لا يحمل جذر الوحدة أي I(0) ، وبشكل عام فإن السلسلة X_t تكون متكاملة من الدرجة (d) إذا استقرت بعد أخذ الفرق (d) .

ولاختبار استقرارية السلاسل الزمنية تستخدم عدة اختبارات من أهمها:

* اختبار ديكي – فوللر الموسع[٤٧] (Augmented Dickey–Fuller Test –ADF) أساس اختبار ديكي – فوللر (1979) DF test قائم على فرضية أن السلسلة الزمنية متولدة بواسطة عملية من الانحدار الذاتي (Autoregressive(AR) process) ، والذي يقدر بالصورة التالية:

$$\Delta Yt = \mu + \lambda Y_{t-1} + \varepsilon_t$$

حيث إن:

μ تعني رتبة النموذج ، وεt الخطأ العشوائي، وΔY_t تشير إلى الفرق الأول للسلسلة Yt ، حيث:

يعد اختبار" ديكي – فوللر" (DF) من أشهر الاختبارات المستعملة لاختبار استقرار السلاسل الزمنية وتحديد درجة تكاملها، ويعتمد هذا الاختبار على ثلاثة عناصر للتأكد من مدى استقرارية السلاسل الزمنية أو عدم استقراره؛ وهي صيغة النموذج المستخدم، حجم العينة (n)، ومستوى المعنوية (α).

* اختبار فيليبس بيرون Phillips– Perron Test (PP)

وهو أحد اختبارات استقرارية السلاسل الزمنية، والتأكد من درجة تكاملها، ويختلف اختبار فيليبس – بيرون (PP) عن اختبار (ADF) بكونه لا يحتوي على قيم متباطئة للفروق، واختبار فيليبس – بيرون يعتمد تقديره على معادلة ديكي فوللر البسيط (DF) نفسها إلا أنه يختلف عن اختبار (DF)في طريقة معالجة وجود الارتباط الذاتي من الدرجة الأعلى، وكذلك عدم التجانس، إذ يقوم بعملية تصحيح غير معلمية non–parametric لإحصاءة (t) للمعلمة (λ) في حالة التباين

[47] Dickey D. and Fuller W.(1981) 'The likelihood Ratio Statistics for Autoregressive Time Series With a unit Root", Econometrica ,n49: pp .1057-1072.

والارتباط الذاتي، في حين يعالج اختبار DF مشكلة الارتباط الذاتي بعملية تصحيح معلمية من خلال إضافة حدود الفروق المبطأة للمتغير التابع على يمين المعادلة، ويتطلب اختبار فيليبس – بيرون (PP) تقدير المعادلة الآتية باستخدام طريقة المربعات الصغرى(OLS) : [٤٨]

$$\Delta Yt = \mu + \lambda Y_{t-1} + \varepsilon_t$$

ب) التكامل المشترك لجرانجر Engel –Grange

يقدم تحليل التكامل المشترك الذي تبناه انجل وجرانجر(Granger1987) دعمًا للنظرية الاقتصادية من خلال رصد العلاقات بين المتغيرات الاقتصادية في إطار إحصائي، ومن منظور اقتصادي؛ تتحرك بعض المتغيرات بانتظام مع مرور الوقت على الرغم من أنها تتسم بشكل منفرد بالتذبذب العشوائي لذا يعد تحليل التكامل المشترك إحدى الأدوات المهمة.

تساعد دراسة العلاقات بين المتغيرات الاقتصادية على المدى الطويل في تحديد مستوى التوازن بين البيانات غير المستقرة، وتلك التي تتسم بالاستقرار؛ بمعنى آخر قد تكون بيانات السلاسل الزمنية غير مستقرة إذا ما أُخِذَت كل على حدة، ولكنها تكون مستقرة كمجموعة. وتكمن فائدة هذه العلاقة طويلة الأجل بين مجموعة المتغيرات في التنبؤ بقيم المتغير التابع (الاستجابة) بدلالة مجموعة من المتغيرات التفسيرية.

يعد أيضًا التكامل المشترك Co–integration المرحلة الثانية في نموذج تصحيح الخطأ Error Correction Model (ECM)، وهناك عدة طرق لاختبار وجود تكامل مشترك بين المتغيرات (وجود علاقة توازنية طويلة الأجل بين المتغيرات) منها:

- اختبار انجل– جرانجر (Engle and Granger, 1987|) ويستعمل في النماذج المكونة من متغيرين فقط أحدهما تابع والآخر مستقل.
- اختبار جوهانسن (Johansen& Juselius, 1988, 1991)، ويستعمل في حالة النماذج متعددة المتغيرات.

[48] Engle, R.F. (1982) Autoregressive Conditional Heteroscedasticity with Estimates of the Variance of United Kingdom Inflation. Econometrica, 50: (4): 987-1007.

تعرف درجة تكامل المتغير كما قدمها جرانجر بأن المتغير y_t متغير متكامل؛ إذ أمكن جعله ساكنًا أو مستقرًا بعد أخذ d من الفروقات ويرمز لها $I(1)$ ، فمثلًا يكون المتغير متكاملًا من الدرجة الأولى، ونرمز له بالرمز $Yt \approx I(1)$، أي أن Δy_t ساكن.

ولاختبار وجود تكامل مشترك بين متغيرين xt, yt يتم تقدير قيمة β بطريقة المربعات الصغرى من معادلة الانحدار الآتية:

$$Yt = \alpha + \beta xt + \mu t$$

تُفحَص البواقي لمعادلة الانحدار لمعرفة ما إذا كانت ساكنة أم لا، فإذا كانت سلسلة البواقي ساكنة دل هذا على وجود تكامل مشترك بين المتغيرين، أما إذا كانت سلسلة البواقي غير ساكنة أو غير مستقرة فهذا يعني عدم وجود تكامل مشترك بين هذين المتغيرين.

يُبنَى هذا النموذج على فرضية وجود علاقة توازنية طويلة المدى، وبالرغم من وجودها فإنها من النادر أن تتحقق؛ حيث يمثل الفرق بين القيمتين عند كل فترة زمنية بخطأ التوازن (Equilibrium error)، ويتم تعديل أو تصحيح هذا الخطأ أو جزء منه على الأقل في المدى الطويل؛ ومن هنا جاءت تسمية هذا النموذج بنموذج تصحيح الخطأ[٤٩].

ب) نموذج متجه الانحدار الذاتي Vector Autoregressive (VAR)

اقترح هذا النموذج Sims في عام 1981، حيث كان يرى أن الطريقة التقليدية في بناء النماذج القياسية الآتية تعتمد على وجهة النظر التفسيرية، إذْ تتضمن كثيرًا من الفرضيات غير المختبرة مثل: استبعاد بعض المتغيرات من بعض المعادلات من أجل الوصول إلى تشخيص مقبول للنموذج، وكذلك الأمر فيما يتعلق باختيار المتغيرات الخارجية، وشكل توزيع أوقات الإبطاء الزمني، ويقترح Sims أيضًا في نموذجه معاملة المتغيرات جميعها بالطريقة نفسها دون أية شروط مسبقة (استبعادها أو عدها خارجية)، وإدخالها جميعًا في المعادلات بعدد مدد الإبطاء الزمني نفسها، أما النموذج العام الذي اقترحه هو نموذج Vector Autocorrelation يمكن كتابته بالشكل الآتي:

$$\phi(\beta)Y_t = \varepsilon_t$$

ولبناء نموذج VAR يتطلب أن تكون السلاسل الزمنية المستخدمة مستقرة؛ أي لا تحوي جذر الوحدة، وتحديد مدة الإبطاء الزمني.

[49] Enders, W. (1995) Applied Econometric Time Series. 2. John Wiley & Sons, p. 38.

ج – اختبار جرانجر للسببية (Granger Casualty Test)

أدى قيام تحليل الانحدار على أساس اختبار علاقة اعتماد أحد المتغيرات على عدد من المتغيرات المستقلة؛ إلى أن ضمَّن جرانجر مفهومه للسببية الكشف الإحصائي عن اتجاه العلاقة السببية بين المتغيرات أو علاقة السبب والاثر.

وقد قدم Granger تعريفًا عمليًّا للسببية إذ عرضها كالآتي:

إذا كان المتغير x_t سببًا في المتغير y_t فمن الممكن التنبؤ بالقيم الحالية ل y_t بدقة أكبر باستخدام القيم السابقة ل x_t، وعلى هذا فإن التغيرات في x_t يجب أن تسبق زمنيًّا التغيرات في y_t وفي هذه الحالة نستطيع القول إن x_t تتسبب في y_t، وهذا يعني أن إضافة x_t الحالية والسابقة كمتغير تفسيري إلى نموذج الانحدار الخاص ب y_t يزيد من القوة التفسيرية للنموذج.

فإذا كانت قيمة F المحسوبة أكبر من قيمة F الجدولية عند مستوى معين من المعنوية فإننا نرفض فرضية العدم وهذا يعني أن هناك علاقة سببية باتجاهين؛ أي أن المتغير x_t يتأثر بالمتغير y_t والعكس.

البيانات

تستخدم هذه الدراسة السلاسل الزمنية السنوية لتحليل العلاقة بين المتغيرات، وتمتد السلسلة الزمنية من عام ١٩٩٠ إلى ٢٠٢٢، وهي بيانات سنوية تستمد مصدرها من البنك الدولي، أما العينة تضم ٣٢ مشاهدة.

إن الاعتماد على المتغيرات المستقلة المستخدمة في هذا التقدير يكون باتباع ما جاء في النماذج القياسية المستخدمة في الدراسات السابقة المشابهة، ويمكن توصيف النموذج القياسي المستخدم في المعادلة التالية:

$$\boldsymbol{LY}_{it} = \alpha_0 + \beta_1 \boldsymbol{X}_{it} + \beta_2 \boldsymbol{X}_{it} + \boldsymbol{\beta_3 X}_{it} + \beta_4 \boldsymbol{X}_{it} + \beta_5 \boldsymbol{X}_{it} + \mu_{it}$$

جدول رقم (١) تعريف المتغيرات ومصدرها

	المتغير	وصفه	المصدر
Y	***GDP***	الناتج المحلي الإجمالي	بيانات البنك الدولي
X_1	***TO***	الانفتاح التجاري	بيانات البنك الدولي
X_2	***MC***	عدد اشتراكات الهواتف المتنقلة	بيانات البنك الدولي
X_3	***IT***	نسبة الشراء عبر الإنترنت كنسبة من السكان فوق ١٥	بيانات البنك الدولي
X_4	***BS***	سنة	الشمول المالي بالبنك الدولي
X_5	***TR***	الاستقرار المالي حجم التبادل التجاري	بيانات منظمة التجارة العالمية

يفيد الوصف الإحصائي للمتغيرات في التحقق من جودة وسلوك المتغيرات، وهذا الاختبار يفيد في وصف العلاقات المتبادلة بين المتغيرات، وكذلك صلاحية البيانات باستخدام المتوسط والوسيط والانحراف المعياري.

جدول رقم (٢) الوصف الإحصائي للمتغيرات

	LBS	LTRAOPEN	LMC	LIT	LBS	LTR
Mean	0.208633	3.837014	2.745648	−0.157905	0.781893	11.79133
Median	0.278876	4.041175	4.351714	0.252583	1.121300	12.10465
Maximum	2.444310	4.412247	5.187938	0.898221	2.386030	12.92680
Minimum	−1.977330	−0.139262	−2.468069	−1.544148	−1.129249	10.56674
Std. Dev.	1.476175	1.037267	2.859514	0.669843	0.929794	0.814279
Skewness	−0.010923	−3.542417	−0.925778	−0.567112	−0.470365	−0.168304
Kurtosis	1.595569	13.93278	2.288469	1.991821	2.230227	1.454136
Observations	33	33	33	33	33	33

يعرض الجدول التالي نتائج اختبار ADF للاستقرارية، باستخدام كل من اختبار ADF− test و PP− test.

يوضح الجدول التالي أن جميع المتغيرات غير مستقرة عند المستوى في كلا الاختبارين عند مستوى معنوية ١٪ و ٥٪.

جدول رقم (٣) اختبار جذر الوحدة لمتغيرات النموذج

Variables	ADF- test		PP- test	
	Level	Difference	level	Difference
LBS	C 0.940 4	-2.779* 4 C	C 0.628	-2.748* C
L LTRAOPEN	-2.186 4 C	-7.560*** 4 C	-2.055 C	-8.359***C
LMC	-1.449 4 C	-6.082*** 4 C	-1.355 C	-6.821***C
LIT	-1.318 4 C	-4.532*** 4 C	-1.394 C	-4.635***C
LBS	-0.878 4 C	-7.906*** 4 C	-1.842 C	-13.10***C
LTR	0.084 4 C	-3.331** 4 C	0.5022 C	-3.0130** C

ملاحظات: تمثل t الاتجاه الزمني، بينما تمثل c الثابت، (*) و (**) تعني أن المتغير مستقر عند ١٪ أو ٥٪ على التوالي، والرقم الذي يلي القيم الحرجة يمثل عدد الإبطاء.

بعد التأكد من استقرار جميع المتغيرات عند الفرق الأول؛ يتم تقدير العلاقة باستخدام نموذج VAR، ويكون تقدير نموذج VAR باستخدام لوغاريتم متغيرات النموذج متضمنة الثابت والمتجه، وقد أسفر التقدير للمعادلات الفردية عن R_2, R_{adj} تتراوح ما بين 88٪ إلى ٩٩٪ لجميع المتغيرات. اجتاز النموذج VAR اختبارات البواقي عند فترتَيْ إبطاء، ويوضح الجدول التالي نتائج اختيار فترة الإبطاء المناسبة للنموذج:

جدول رقم (٤) اختبار فترات الإبطاء للنموذج

VAR Lag Order Selection Criteria						
Lag	LogL	LR	FPE	AIC	SC	HQ
0	-154.3558	NA	0.172933	15.27198	15.57042	15.33675
1	-62.45239	122.5379	0.000987	9.947847	12.03689	10.40122
2	21.71958	64.13103*	3.00e-05*	5.360040*	9.239695*	6.202024*
* indicates lag order selected by the criterion						

كانت الاحتمالية بالنسبة إلى وجود ارتباط ذاتي بين المتغيرات 0.26، واختبار VAR Residual (Heteroskedasticity Tests) وهو تغير التباين، حيث تصل الاحتمالية إلى 0.28، ويقدر التوزيع الطبيعي للبواقي باحتمالية 0.01، مما يؤكد أن بواقي النموذج تخضع للتوزيع الطبيعي.

وُضِعت السببية لجرانجر تحت الاختبار لمتغيرات النموذج، وتظهر النتائج في الجدول التالي، حيث يتبين أن بالنسبة لمعادلة IGDP فإن كل المتغيرات مجتمعة تؤثر في الاستقرار المالي عند معنوية ١٪.

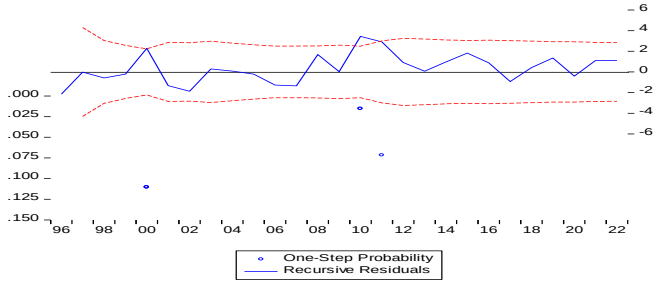
جدول رقم (٥) اختبار السببية لنموذج VAR

Null Hypothesis:	Obs	F-Statistic	Prob.
LTRAOPEN Cause LBS	31	1.90856	0.1685
LGDPC does not Granger Cause LTRAOPEN		0.83157	0.4466
LMC does not Granger Cause LGDPC	31	2.22997	0.1277
LGDPC does not Granger Cause LMC		0.89202	0.4220
LIT does not Granger Cause LGDPC	31	0.24584	0.7838
LGDPC does not Granger Cause LIT		0.76544	0.4753
LBSdoes not Granger Cause LGDPC	31	1.42657	0.2583
LGDPC does not Granger Cause LBS		1.87874	0.1729
LTR does not Granger Cause LGDPC	31	1.37509	0.2706
LGDPC does not Granger Cause LTR		0.46994	0.6302

إذا ما أنشأنا تحليلًا بيانيًّا لنموذج VAR نجد أن قيم المتغيرات تعكس صلاحية النموذج للتقدير وهو ما يتمثل في قيم البواقي الفعلية، والمقدرة، والتي تتمثل في المجموعة (أ)، كما توضح المجموعة (ب) البواقي، والتي تظهر منخفضة نسبيًّا.

تم اللجوء إلى اختبار Recursive لتقدير ما إذا كانت العلاقة تظل مستقرة طوال فترة العينة.

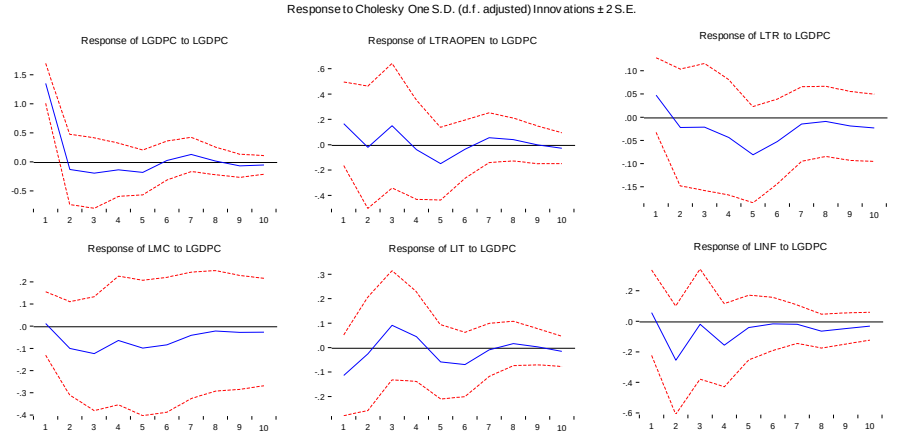
شكل رقم (٢) تحليل Recursive لنموذج VAR



يتضح من الشكل البياني السابق أن بعض القيم لا تحتفظ باستقراريتها عند نقاط معينة؛ حيث تخرج عن حدود الخطأ المعياري، ولكن هذا لا يؤثر في استقرار السلسلة الزمنية في المدى الطويل.

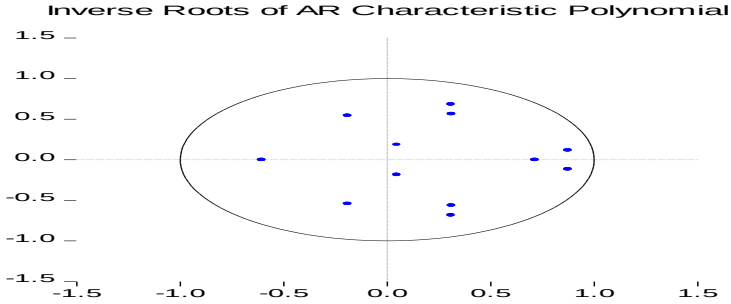
وتستخدم دالة الأثر والاستجابة (IRF) لقياس الأثر القصير ومتوسط الأجل، متبوعةً بتجزئة التباين Variance Decomposition . دوال الاستجابة (IRE) وفقا لـ Cholesky decomposition، تستخدم هنا لتفسير العلاقة الداخلية بين المتغيرات، ويعكس الشكل التالي استجابة المتغير LGDPC للصدمات من باقي المتغيرات المستقلة بشكل إيجابي للصدمة.

شكل رقم (3) تحليل دوال الاستجابة



نطبق اختبار معكوس الجذور؛ لاختبار الاستقرارية الديناميكية (dynamic stability) لنموذج VAR، ويتضح من الشكل التالي أن جميع الجذور تقع داخل دائرة الوحدة باستثناء جذر يقع على محيط الدائرة وليس خارجها؛ وبالتالي يمكن اعتبار النموذج مستقرًا ديناميكيًا، وهذا يؤكد أن النموذج لا يعاني من الارتباط في الأخطاء، أو عدم ثبات التباين.

الشكل(4) نتائج اختبار الاستقرارية الديناميكية لنموذج VAR)



تظهر نتائج اختبار جوهانسن للتكامل في الجدول التالي الذي يؤكد وجود تكامل بين متغيرات نموذج VAR، وتشير كذلك اختبارات trace وmax إلى احتمالية وجود تكامل عند مستوى معنوية ٥٪، لدينا هنا ٣ معادلات تكاملية، يمكننا إجراء نموذج VECM لتقدير العلاقة طويلة الأجل بين المتغيرات

جدول رقم (7) نتائج اختبار جوهانسون

Hypothesized		Eigenvalue	Trace test –		Max– test	
H_0	H_1		Statistic	p– value	Statistic	p– value
r = 0	r > 0	0.97319	183.35*	0.000	0.9731*	0.000
r ≤ 0	r = 1	0.90168	107.35*	0.000	0.9016*	0.000
r ≤ 0	r = 2	0.74849	58.645*	0.003	0.7484*	0.032
r ≤ 0	r = 3	0.52140	29.659	0.051	0.5214	0.257
r ≤ 0	r = 4	0.48719	14.184	0.078	0.4871	0.054
r ≤ 0	r = 5	0.00756	0.1593	0.689	0.0075	0.689

لقد طُبِّق نموذج VECM باستخدام ٣ معادلات تكاملية، ويمكن تحديد العلاقة طويلة الأجل معتمدًا على النظرية الاقتصادية كلما أمكن، وتظهر نتائج VECM في الجدول التالي، حيث تعرض مصفوفة β للعلاقة طويلة الأجل لمتجه التكامل، حيث تظهر معاملات المتغيرات لقياس الأثر.
تعكس المعادلة التالية نتائج النموذج، والتي يتضح منها أن جميع المتغيرات ذات علاقة معنوية بزيادة الاستقرار المالي، وهو ما يؤكد أن التجارة الإلكترونية تتمتع بتأثير معنوي على دخل الفرد.

Vector Error Correction Estimates	
Date: 11/06/23 Time: 13:18	
Sample (adjusted): 1992 2022	
Included observations: 31 after adjustments	
Standard errors in ( ) & t-statistics in [ ]	
Cointegrating Eq:	*CointEq1*
LGDPC(-1)	*1.000000*
LTRAOPEN(-1)	*4.053039*
	(0.81259)
	[4.98781]
LMC(-1)	*-3.157273*
	(0.78135)
	[-4.04080]
LIT(-1)	*7.836638*
	(1.53533)
	[5.10419]
LINF(-1)	*-4.152141*
	(1.50267)
	[-2.76317]
LTR(-1)	*11.25016*
	(3.44831)
	[3.26251]
C	*-134.8771*

تقدم الدراسة الحالية نموذجًا تجريبيًّا لتقدير أثر التجارة الإلكترونية والشمول المالي في النمو الاقتصادي في جمهورية مصر العربية خلال الفترة (١٩٩٠-٢٠٢٢). وقد كان اختيار هذه الفترة لأغراض تحليلية ضروريًّا بسبب توفر بيانات سلاسل زمنية متسقة بشأن العديد من المتغيرات المطلوبة لتقدير النموذج الاقتصادي القياسي. كشفت النتائج أن التجارة الإلكترونية والشمول المالي يعززان النمو الاقتصادي في جمهورية مصر العربية.

عاشرًا- نتائج الدراسة:

جدول (٢): ملخص نتائج النموذج القياسي

الفرض	صيغة الفرض
الأول	يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية بين الانفتاح الاقتصادي كأحد أبعاد التجارة الإلكترونية والناتج الإجمالي المحلي
الثاني	يوجد تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية بين عدد اشتراكات الهواتف المتنقلة كأحد أبعاد التجارة الإلكترونية والناتج الإجمالي المحلي
الثالث	يوجد تأثير إيجابي ذات دلالة إحصائية بين نسبة الشراء عبر الإنترنت كنسبة من السكان فوق ١٥ سنة كأبعاد التجارة الإلكترونية والناتج الإجمالي المحلي
الرابع	يوجد تأثير إيجابي ذات دلالة إحصائية بين الاستقرار المالي كأحد أبعاد الشمول المالي والناتج المحلي الإجمالي.
الخامس	يوجد تأثير إيجابي ذات دلالة إحصائية بين حجم التبادل التجاري كأحد أبعاد التجارة الإلكترونية والناتج الإجمالي المحلي

المصدر: من إعداد الباحثتان من خلال برنامجe-views

الحادي عشر- توصيات الدراسة

م	مجال التوصية	التوصية	متطلبات وآليات التنفيذ
١	تطوير البنية التحتية الرقمية والمالية وذلك من خلال:	• تحسين خدمات الإنترنت. • تطوير منصات الدفع الإلكتروني. • تسهيل استخدام المحافظ الإلكترونية.	• توسيع تغطية الإنترنت وتحسين سرعاته في المناطق الحضرية والريفية لتمكين الوصول إلى التجارة الإلكترونية. • تشجيع البنوك وشركات التكنولوجيا المالية على توفير حلول دفع رقمية سهلة وآمنة. • زيادة الاعتماد على المحافظ الإلكترونية وربطها بطرق دفع مختلفة •
٢	تعزيز الوعي المالي والرقمي من خلال:	• تثقيف الأفراد حول الخدمات المالية الرقمية. • تدريب التجار الصغار.	• تنظيم حملات توعية لشرح أهمية الشمول المالي وكيفية استخدام منصات الدفع الإلكتروني. • توفير برامج تدريبية للتجار حول كيفية توظيف أدوات الشمول المالي في التجارة الإلكترونية.
٣	تحسين بيئة التشريعات والأنظمة	• وضع تشريعات مشجعة. • تعزيز الأمان الرقمي.	• سن قوانين تُسهل استخدام التجارة الإلكترونية والمدفوعات الرقمية. • وضع ضوابط صارمة لحماية البيانات والمعاملات المالية الإلكترونية لبناء الثقة بين المستخدمين.
٤	دعم المشروعات الصغيرة والمتوسطة	• تسهيل الحصول على التمويل. • تشجيع الابتكار.	• تقديم قروض صغيرة بشروط ميسرة لأصحاب المشروعات الصغيرة لدعم دخولهم إلى التجارة الإلكترونية. • دعم الشركات الناشئة التي توفر حلولًا تكنولوجية تتكامل مع الشمول المالي.
٥	تعزيز التعاون بين القطاعين العام والخاص	• شراكات مع مقدمي الخدمات الرقمية. • تشجيع الاستثمار.	• تشجيع التعاون بين الحكومة والبنوك والشركات الخاصة لتوسيع خدمات الشمول المالي. • جذب استثمارات محلية ودولية لتعزيز البنية التحتية للشمول المالي وتكنولوجيا التجارة الإلكترونية.
٦	تحفيز الاعتماد على المدفوعات الإلكترونية	• تقديم حوافز مالية. • الحد من التعاملات النقدية.	• تشجيع استخدام المعاملات الرقمية من خلال خصومات أو عروض خاصة عند استخدام المدفوعات غير النقدية. • تشجيع تقليل التعامل بالكاش من خلال فرض سياسات تدعم استخدام المدفوعات الرقمية.
٧	• التركيز على الفئات المهمشة.	• دعم المرأة والشباب. • توسيع الشمول المالي في القرى.	• توفير برامج خاصة لدعم رواد الأعمال من النساء والشباب ودمجهم في التجارة الإلكترونية من خلال حلول مالية ميسرة. • تقديم خدمات مالية ميسرة في المناطق الريفية لربطها بالأسواق الإلكترونية.
٨	• تطوير منصات إلكترونية محلية.	• دعم منصات التجارة الإلكترونية المحلية التي تستهدف التجار المصريين والمستهلكين المحليين. • تكامل منصات الدفع.	• دعم منصات التجارة الإلكترونية المحلية التي تستهدف التجار المصريين والمستهلكين المحليين. • ربط منصات التجارة الإلكترونية بأنظمة المدفوعات الإلكترونية المختلفة لتسهيل عمليات الشراء.

قائمة المراجع

أولًا- المراجع باللغة العربية:

١. إبراهيم العيسوي، "التجارة الإلكترونية"، الطبعة الأولى، المكتبة الأكاديمية – مصر، ٢٠٠٣.

٢. إبراهيم بختي، "التجارة الإلكترونية – مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة"، الطبعة الأولى، المكتبة الأكاديمية، ٢٠٠٥.

٣. أحمد عبد الخالق، "التجارة الإلكترونية والعولمة"، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة – مصر ، ٢٠٢٣.

٤. أحمد سعيد البكل، ٢٠٢٢، الشمول المالي وانعكاساته على معدل النمو الاقتصادي في مصر، مجلة كلية السياسة والاقتصاد، المجلد ١٥، العدد ١٤، أبريل ٢٠٢٢، كلية السياسة والاقتصاد، جامعة السويس.

٥. إسراء مؤيد عبد الله، "التسويق الإلكتروني"، بحث منشور، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد الثالث عشر، ٢٠٠٦.

٦. حسن موسى، "التجارة الإلكترونية"، ملفات الأهرام، العدد (٤٢٠٩١)، مارس ٢٠٠٢.

٧. حسن يوسف، "الاقتصاد الإلكتروني"، الطبعة الأولى، المركز القومي للإصدارات القانونية، ٢٠١٢.

٨. خالد ممدوح إبراهيم، "لوجستيات التجارة الإلكترونية"، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، ٢٠٠٨.

٩. سامرة نعمة كامل، "مفهوم التجارة الإلكترونية ومزاياها وتأثيرها على المجتمع العربي"، (بحث منشور)، مجلة القادسية للعلوم الإدارية والاقتصادية، المجلد (١٠)، العدد٢، ٢٠٠٨.

١٠. شنبي صورية بن الخضر، السعيد (٢٠١٩)، "أهمية الشمول المالي في تحقيق التنمية"، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبة، العدد ٢ المجلد ٣.

١١. شنبي صورية بن الخضر، السعيد (٢٠١٩)، "أهمية الشمول المالي في تحقيق التنمية"، مجلة البحوث في العلوم المالية والمحاسبة، العدد ٢ المجلد ٣.

١٢. عبد الرزاق وقاسم، عامر والرفاعي، غالب عوض (٢٠٢٠)، "مؤشرات الاشتمال المالي وأثرها على الأداء المالي للبنوك الأردنية المدرجة في سوق عمان المالي"، مجلة الأعمال والقانون مجلة جامعة العين للأعمال والقانون المجلد ٤، العدد ٢.

١٣. لشحادة، عبد الرزاق وقاسم، عامر والرفاعي، غالب عوض (٢٠٢٠)، "مؤشرات الاشتمال المالي وأثرها على الأداء المالي للبنوك الأردنية المدرجة في سوق عمان المالي"، مجلة الأعمال والقانون مجلة جامعة العين للأعمال والقانون المجلد ٤، العدد ٢.
١٤. محمد صالح الحناوي، "مقدمة في عصر التكنولوجيا"، الدار الجامعية، الإسكندرية، ٢٠٠٤.
١٥. معوض، تغريد مختار سيد وعلم الدين مي محمد (٢٠٢١) تقييم مدى قدرة ركائز الشمول المالي على دعم الميزة التنافسية للبنوك التجارية في ظل جائحة كورونا Covid19 المجلة العلمية التجارة والتمويل المجلد ١ ، العدد ٤١.
١٦. ناصر وسام خليل، "التجارة والتسويق الإلكتروني"، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر، عمان – الأردن، ٢٠٠٩.
١٧. نبيل ذنون جاسم & مثال مرهون مبارك (٢٠١٠) معيقات تطبيق الصيرفة الإلكترونية في القطاع المصرفي الحكومي، مجلدة الإدارة والاقتصاد – جامعة بغداد العدد ٢٥.
١٨. حدو بن عبيزة & عدوكة لخضر، "التجارة الإلكترونية منافعها ومعوقاتها ومتطلبات نجاحها"، الملتقى العالمي حول: عصرنة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الإلكترونية في الجزائر. عرض تجارب دولية، المركز الجامعي، الجزائر، ٢٠١١، ص ٩.
١٩. سعد جار الله عبد الله ، ٢٠١٧التجارة الإلكترونية وآثارها على النمو الاقتصادي في الصين، رسالة ماجيستير، كلية الدراسات الآسيوية العليا، جامعة الزقازيق – مصر.
٢٠. ضيف، فضيل البشير (٢٠٢٠)، واقع وتحديات الشمول المالي في الجزائر"، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية مجلة، ٦ عند ١.
٢١. عبد المطلب عبد الحميد، "اقتصاديات التجارة الإلكترونية"، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية ، ٢٠١٤.
٢٢. فينان حسين مصطفى عطية، ٢٠٢٢، "أثر الشمول المالي على النمو الاقتصادي في مصر خلال الفترة ما بين ٢٠٠٠ إلى ٢٠٢٢"، مجلة البحوث الإدارية، المجلد ٤١ ، العدد ٣، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية – مركز الاستشارات والبحوث والتطوير.
٢٣. محمد أحمد الشافعي، ٢٠٢٣، قياس أثر التجارة الإلكترونية على النمو الاقتصادي في مصر خلال (٢٠٠٠-٢٠٢٠)، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، المجلد ٤، العدد ٢، يوليو ٢٠٢٣، كلية التجارة، جامعة دمياط.
٢٤. البنك الدولي، التجارة الإلكترونية والتنمية الاقتصادية، ٢٠٢١.
٢٥. البنك المركزي المصري، تقارير الشمول المالي، ٢٠٢٣.
٢٦. تقرير البنك المركزي المصري، ٢٠٢٣.

٢٧. تقرير وزارة الاتصالات ٢٠٢٣.

٢٨. صندوق النقد الدولي، أثر الشمول المالي على الاقتصادات النامية، ٢٠٢٢.

٢٩. وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، تقرير التحول الرقمي في مصر، ٢٠٢٣.

ثانيًا- المراجع باللغة الإنجليزية:

1. Akhil D., 2013, "Financial Inclusion: Issues and Challenges", Akgec International Journal Of Technology, Vol. 4, No. 2.
2. Alexandra A., (2018) " Fin Tech as a facilitator for the capital market union?Working Papers, 18-15.
3. Alexandra Z., Weill L., (2016), "The determinants of financial inclusion in Africa", Review of Development Finance, vol. 6.
4. Asli D., 2015, "The Global Findex Database 2014 Measuring Financial Inclusion around the World", world bank group, Development Research Group, Finance and Private Sector Development Team, WPS7255.
5. Bao Z, Zhai S., and He J., 2018, "Is the Development of China's Financial Inclusion Sustainable? Evidence from a Perspective of Balance", ProQuest, Vol. 10, Issue. 4.
6. Cross Border Trade of (B2C)
7. Culpeper, R., 2022. The role of the G20 in enhancing financial inclusion. Heinrich Böll Stiftung (The Green Political Foundation) Publication (February).
8. Dickey D. and Fuller W.(1981) 'The likelihood Ratio Statistics for Autoregressive Time Series With a unit Root", Econometrica ,n49.
9. Enders, W. (1995) Applied Econometric Time Series. 2. John Wiley & Sons.
10. Engle, R.F. (1982) Autoregressive Conditional Heteroscedasticity with Estimates of the Variance of United Kingdom Inflation. Econometrica, 50: (4): 987-1007.
11. Kunt, Asli D., and Klapper L., ٢٠٢٣, "Measuring Financial Inclusion The Global Findex Database", The World Bank, Development Research Group Finance and Private Sector Development Team, WPS6025.
12. Ramji M., (٢٠١٩), "Financial Inclusion in Gulbarga:Finding Usage in Access", Institute for Financial Management and Research, Working Paper Series No. 26 .

13. UNCTAD (2020), "Estimates of Global E-commerce 2019 and preliminary assessment of COVID19 IMPACT ON ONLINE RETAIL 2020 ", Technical Notes on ICT for Development.
14. UNCTAD, (2020). "Estimates of Global E-Commerce".
15. UNCTAD, (2020)." B2C E-Commerce Index 2020".
16. UNCTAD, (2021). "B2C E-Commerce Index 2020"
17. World Bank, 2014, "Financial Inclusion", Global Financial Development Report 2014. Washington, DC: World Bank. doi: 10.1596/978-0-8213-9985-9. License: Creative.
18. James F. Devlin, (2009), An analysis of influences on total financial exclusion, The Service Industries Journal, Volume 29.
19. Mariam youcef, 2017" E - commerce and its impact on the economics of Arab business ،"Algerian, Journal of Economic Development, University of Batna, Algeria, No.6.
20. . Zachosova, N. Herasymenko, O., and Shevchenko, A. (2018), Risks and Possibilites of the Effect of Financial Inclusion on Managing the financial Security at the Macro Level, Investment Possibilites of the Effect of Financial Inclusion on Managing the financial.
21. Security at the Macro Level, Investment Management and Finacial Innovations,15(4).

دور التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة في تحسين التميز الوظيفي لدى العاملين في الشركة المصرية للإتصالات

أ.د. امجد حامد عمارة *

د. آلاء سعيد السيد عبد الحميد**

محمد عبد المنعم محفوظ ***

(*)**أ.د/ امجد حامد عمارة:**أستاذ إدرة الاعمال وعميد كلية التجارة السابق- جامعة المنوفية ، وله اهتمامات بحثية في إدارة الموارد البشرية وإدارة الأعمال والتمويل

E-mail: amgadomara63@yahoo.com

(* *)**آلاء سعيد السيد عبد الحميد :** مدرس بقسم ادارة الاعمال – كلية التجارة جامعة المنوفية ، حاصلة على دكتوراه ادارة الاعمال من كلية التجارة جامعة المنوفية ، وتتمثل اهتماماتها البحثية الحالية فى مجالى ادارة الموارد البشرية ، والسلوك التنظيمى

Email : alaa_saeed80@hotmail.com

(***) **محمد عبد المنعم محفوظ**: مدرس مساعد بالمعهد العالي للعلوم الادارية باوسيم الجيزة

Email : mmahfouz7777@gmail.com

ملخص البحث

هدف البحث إلى تحسين التميز الوظيفي للعاملين بالشركة المصرية للاتصالات من خلال دور التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة، ويتكون **مجتمع** البحث من العاملين بالشركة المصرية للاتصالات في محافظة الجيزة، والبالغ عددهم 1161 مدير/ اداري/فني/عامل، وقام الباحث بالاعتماد علي أسلوب العينة العشوائية في تحديد مفردات البحث، وبلغ حجم العينة 242 مفردة.، **مشكلة** البحث يشعر الموظفون في الشركة المصرية للاتصالات بأن العمل يؤثر على حياتهم الشخصية، أيضاً وجود تحديات في تشجيع الإدارة العليا لمراعاة الاهتمامات العائلية والشخصية، ووجود بعض التحديات في التعاون والدعم بين الزملاء في الأوقات الصعبة

اعتمد الباحث على أساليب التحليل الوصفي الوسيط والوسط الحسابي والانحراف المعياري وذلك في تحليل ووصف استجابات المستقصي منهم وعرض قيم المتغيرات محل البحث وهى الإدارة الاستراتيجية وجودة الحياة الوظيفية.، كما اعتمد الباحث أيضاً على أسلوب تحليل الإنحدار لإختبار وتحليل العلاقة بين المتغيرات، وتوصلت **نتائج** البحث إلي وجود علاقة ارتباط طردية متوسطة ذو دلالة احصائية بين المتغير المستقل والتابع، حيث تشير إلى وجود أثر معنوي ذو دلالة إحصائية التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة على التميز الوظيفي وجود أثر معنوي ذو دلالة إحصائية للتوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة على الأداء والانجاز في الشركة المصرية للاتصالات، ووجود أثر معنوي ذو دلالة إحصائية للتوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة على التعاون والالتزام الوظيفي في الشركة المصرية للاتصالات، وأيضاً وجود أثر معنوي ذو دلالة إحصائية للتوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة على التعلم المستمر في الشركة المصرية للاتصالات.

وكانت **توصيات** البحث ممثلة في تعزيز التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة لتحسين الأداء والإنجاز وذلك من خلال توفير بيئة عمل مرنة وتعزيز رفاهية الموظفين. وكذلك تعزيز التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة لزيادة التعاون والالتزام الوظيفي وذلك من خلال تطوير ثقافة العمل الجماعي وتحفيز الموظفين وتحقيق رضاهم الوظيفي. أيضاً دعم التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة لتعزيز التعلم المستمر وذلك من خلال توفير فرص تدريب وتطوير مرنة وخلق بيئة تشجع على الابتكار والتعلم.

الكلمات المفتاحية:

التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة – التميز الوظيفي

Summary

Research Objective The study aims to identify the role of work-life balance in enhancing job excellence among employees of Telecom Egypt (WE). The research population consists of employees of Telecom Egypt in Giza Governorate, totaling 1,161 managers, administrators, technicians, and workers. The researcher relied on a random sampling method to determine the research sample, which amounted to 242 participants., Research Problem Employees at Telecom Egypt feel that work negatively impacts their personal lives Additionally, there are challenges in encouraging senior management to consider family and personal interests. Furthermore, some difficulties exist in cooperation and support among colleagues during challenging times.

The research results concluded that there is a moderate positive correlation with statistical significance between the independent and dependent variables. This indicates a significant statistical impact of work-life balance on job excellence Additionally, there is a significant statistical impact of work-life balance on performance and achievement at Telecom Egypt Furthermore, the results show a significant statistical impact of work-life balance on collaboration and job commitment at Telecom Egypt as well as a significant statistical impact on continuous learning within the company.

The research recommendations focused on enhancing work-life balance to improve performance and achievement by providing a flexible work environment and promoting employee well-being Additionally, it emphasized enhancing work-life balance to increase collaboration and job commitment through developing a teamwork culture motivating employees and ensuring job satisfaction Furthermore, the research recommended supporting work-life balance to promote continuous learning by providing flexible training and development opportunities and creating an environment that encourages innovation and learning.

Keywords :
Work-Life Balance -Job Excellence

أولاً: المقدمة

يعتبر التوازن بين الحياة المهنية والحياة الشخصية من العوامل الأساسية التي تسهم في تحقيق الرضا الوظيفي وتعزيز الأداء الوظيفي المتميز. ومع تزايد ضغوط العمل وتنوع متطلبات الحياة الشخصية، أصبح من الضروري إيجاد هذا التوازن لتحسين الإنتاجية وتعزيز الابتكار لدى العاملين، مما يساهم في تحقيق التميز في العمل. يهدف هذا البحث إلى استكشاف أهمية تحقيق التوازن بين الجانبين وتأثيره على الأداء الوظيفي، بالإضافة إلى استعراض أفضل الممارسات التي يمكن أن تساعد الأفراد والمؤسسات في الوصول إلى هذا التوازن، لضمان بيئة عمل محفزة ومستدامة.

ثانياً: مصطلحات البحث والدراسات السابقة

❖ التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الشخصية

يعرف التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الشخصية قدرة الفرد على تحقيق الانسجام بين متطلبات العمل والالتزامات الشخصية والعائلية، بحيث لا يهيمن أحد الجانبين على الآخر. يسهم هذا التوازن في تعزيز الرضا الوظيفي والحياة الشخصية كما يعكس قدرة الأفراد على إدارة أوقاتهم وطاقاتهم لتلبية احتياجات الحياة المهنية والشخصية دون الشعور بالإجهاد أو التقصير في أي منهما. (Greenhaus & Allen, 2011).

❖ التميز الوظيفي:

يعرف((Gilson, 2024) التميز الوظيفي على أنه بمثابة "أداء الفرد لعمله طبقاً للضوابط والمعايير المرجعية لضبط الأداء الوظيفى.

❖ أهمية التميز الوظيفي

إحتل موضوع التميز الوظيفي في الفكر التنظيمي أهمية كبيرة تبرز من خلال النقاط الآتية: (David,2000)، و(الجبوري ، ٢٠١٢)

١. يؤدي التميز الوظيفي إلى الكشف عن العناصر الكفوءة ووضعها في المواقع المناسبة وكذلك تحديد العناصر التي تحتاج إلى دعم وتطوير للنهوض بأدائها .
٢. تحسين المشاركة والمسؤولية الجماعية.
٣. خلق بيئة تدعم وتحافظ على التحسين والتعلم المستمر.

٤. زيادة الكفاءة بزيادة التعاون بين الإدارة والأقسام.

❖ **أساليب تحقيق التميز الوظيفي**

١. أساليب تحقيق التميز الوظيفي
٢. تشجيع التفكير بالشراكة في العمل
٣. ربط الحوافز بالأداء

❖ **الدراسات السابقة**

تنوعت الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات البحث وفيما يلي عرض لهذه الدراسات:

دراسات سابقة ذات صلة بالتوازن بين الحياة الشخصية والحياة الوظيفية

– هدفت دراسة (ماضي، ٢٠١٤) إلى للتعرف على جودة الحياة الوظيفية وأثرها على مستوى الأداء الوظيفي للعاملين "دراسة تطبيقية على الجامعات الفلسطينية"، واستخدمت المنهج الوصفي التحليلي، وتوصل النتائج إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين ابعاد جودة الحياة الوظيفية والأداء الوظيفي للعاملين، كما اظهرت النتائج وجود تأثير مهم ذو دلالة احصائية لابعاد جودة الحياة الوظيفية وأن أهم الأبعاد تأثيرا تتمثل في فرص الترقي والتقدم الوظيفي والعلاقات الاجتماعية، الاستقرار والأمان الوظيفي، المشاركة في اتخاذ القرارات، برامج التدريب والتعلم، والتوازن بين الحياة الشخصية والحياة الوظيفيية.

– ركزت دراسة (أبو عودة، ٢٠١٨)، إلى التعرف على أثر جودة الحياة الوظيفية على تحقيق التميز المؤسسي في منظمات المجتمع المدني بقطاع غزة، وكانت نتائج الدراسة تشير إلى وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين كل من (الاجور والمكافآت العادلة، الاستقرار والأمان الوظيفي، والتوازن بين الحياة الشخصية والحياة الوظيفية، والمشاركة في اتخاذ القرارات، ووالتقدم والترقي الوظيفي، برامج التدريب، التكنولوجيا المستخدمة) وتحقيق التميز المؤسسي في منظمات المجتمع المدني بقطاع غزة، كما تبين وجود أربعة متغيرات مؤثرة على التميز المؤسسي بالترتيب(المشاركة في اتخاذ القرارات، برامج التدريب، التكنولوجيا المستخدمة، الاجور والمكافآت).

– بحثت دراسة (Kamrunnahar Happy,2021)، في التأثير الوسيط للرضا الوظيفي (JS) بين أبعاد التوازن بين العمل والحياة (WLB) والمشاركة في العمل (WE) على أعضاء هيئة التدريس في الجامعات الخاصة في دكا ببانجلاديش. تم جمع البيانات من خلال نموذج google

باستخدام قائمة استبيان. تشير النتائج إلى أن أبعاد التوازن بين العمل والحياة ليس لها تأثير مباشر مهم على المشاركة في العمل، ولكن لها تأثير غير مباشر من خلال زيادة الرضا الوظيفي لأعضاء هيئة التدريس. بالإضافة إلى ذلك، فإن مساهمة وتشجيع الأسرة والعمل تجعل أعضاء هيئة التدريس راضين وأكثر انخراطًا في عملهم.

أشار (Bhende, P. M. 2020) جودة الحياة الوظيفية Quality of Work Lifeواختصارها(QWL) بأنها فلسفة تتكون من مجموعة من المبادئ التي ترى أن الأفراد هم المورد الأكثر أهمية في المنظمة كما أنه مورد جدير بالثقة ومسؤول وقادر على صنع مساهمة قيمة ويجب التعامل معه بكرامة وإحترام، أما العناصر التي تتضمنها جودة الحياة الوظيفية للفرد فهي بيئة العمل المادية، والبيئة الاجتماعية داخل التنظيم والنظام الإداري والتوازن بين الحياة داخل وخارج العمل، وتتكون جودة الحياة الوظيفية من فرص المشاركة الفعالة في العمل الجماعي والمشاركة في حل المشكلات والتي تعود بالنفع على الموظفين وأصحاب العمل.

إن الممارسات أو السياسات التي تتبعها الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية تهدف إلى مساعدة الموظفين على تحقيق التوازن بين العمل والحياة فهي تمثل واحدة من استراتيجيات الالتزام من قبل الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية تجاه العاملين (Greer, C. R. 2021) وخاصة العاملين في مجال خدمات التكنولوجيا بين الشركات، ومتخصصي تكنولوجيا المعلومات والمهندسين ، ومن بينهم تعمل هذه الممارسات أو السياسات على تعزيز الالتزام لدى العاملين، ومن ضمن سياسات الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية التي تعطي أيام الإجازة لأسباب عائلية، أو المساعدة المالية لدعم الأسرة، أو رعاية الأطفال أو رعاية الوالدين، أو جداول العمل المرنة، أو ساعات العمل الأقصر أو العمل من المنزل، وعلى هذا فإن الترتيبات المخصصة بين الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية والموظفين هي الحل الأكثر شيوعًا لمشكلة التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة وهي موضوع عقد نفسي ضمني بين الموظفين وإدارة الموارد البشرية (Atmaja, D. S.,et al., 2022)، توفر الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية الحياة العملية المتوازنة لتخفض مستويات دوران العمل، وتحسين الأداء، والرضا الوظيفي ومن ثم التميز الوظيفي (Kim, H. K. 2014).

ذات صلة بالتميز الوظيفي

– بحثت دراسة (Kamrunnahar Happy,2021)، في التأثير الوسيط للرضا الوظيفي (JS) بين أبعاد التوازن بين العمل والحياة (WLB) والمشاركة في العمل (WE) على أعضاء هيئة التدريس

في الجامعات الخاصة في دكا ببانجلاديش. تم جمع البيانات من خلال نموذج google باستخدام قائمة استبيان. تشير النتائج إلى أن أبعاد التوازن بين العمل والحياة ليس لها تأثير مباشر مهم على المشاركة في العمل، ولكن لها تأثير غير مباشر من خلال زيادة الرضا الوظيفي لأعضاء هيئة التدريس. بالإضافة إلى ذلك، فإن مساهمة وتشجيع الأسرة والعمل تجعل أعضاء هيئة التدريس راضين وأكثر انخراطًا في عملهم.

– هدفت دراسة (الفحيلة،٢٠١٩) إلى تشخيص توافر ابعاد جودة الحياة الوظيفية في إدارات التعليم في المملكة العربية السعودية، الكشف عن علاقة أبعاد جودة الحياة الوظيفية والتميز الوظيفي في إدارات التعليم في المملكة العربية السعودية، وكذلك التعرف على المعوقات التي تواجه جودة الحياة الوظيفية والتي تعوق تحقق التميز الوظيفي في إدارات التعليم في المملكة العربية السعودية، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وكانت نتيجة االدراسة وجود علاقة بين أبعاد جودة الحياة الوظيفية والتميز الوظيفي في إدارات التعليم في المملكة العربية السعودية، وكذلك وجود بعض المعوقات التي تواجه جودة الحياة الوظيفية والتي تعوق تحقق التميز الوظيفي في إدارات التعليم في المملكة العربية السعودية.

– كما سعى بحث (عمارة،٢٠٢٢) إلى التعرف على العلاقة بين إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية والقدرات الإبداعية للعاملين فى وزارة الكهرباء والماء بدولة الكويت وقد توصل البحث إلى مجموعة من النتائج أهمها توافر أبعاد إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية فى الوزارة محل الدراسة والمتمثلة فى استراتيجية: (تخطيط الموارد البشرية، استقطاب الموارد البشرية، تدريب وتنمية الموارد البشرية، تعويض ومكافأة الموارد البشرية)، كما توصلت الدراسة إلى توافر أبعاد القدرات الإبداعية فى الوزارة محل الدراسة والمتمثلة فى تنمية الأفراد ومشاركتهم، والإبداع والتعلم، والسلامة والصحة المهنية، وأخيرا توصلت الدراسة إلى وجود علاقة معنوية إيجابية بين إدارة الموارد البشرية بجميع أبعادها وبين القدرات الإبداعية للعاملين بوزارة الكهرباء والماء بدولة الكويت.

تسعى الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية لتوفير حياة عملية متوازنة، ومعدل دوران منخفض، وتحسين الأداء، والرضا الوظيفي (kim.,2014)، ولقد أدت التغيرات الإقتصادية الحديثة والتغيرات الاجتماعية مثل التقدم التكنولوجي وزيادة عدد الأسر ذات الدخل المزدوج إلى مزيد من ممارسات الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية للموائمة بين الإحتياجات الشخصية والعائلية والمهنية

(Owens et al., 2018)، ولذلك يتمتع الأشخاص المتوازنون بصحة نفسية ممتازة لأنهم يتمتعون بظروف فسيولوجية مثالية (Haar et al., 2013)، وبالإضافة إلى هذا فإنه من الممكن أن يؤدي كلاً من السلام النفسي والرضا الوظيفي إلى زيادة مشاركة الأفراد في العمل وبالتالي تحقيق التميز الوظيفي.

على عكس ذلك يؤثر التداخل بين العمل والأسرة سلبًا على الرضا الوظيفي والمشاركة (Waltz et al., 2020)، وفي حقيقة الأمر فإن الرضا الوظيفي يتضمن مشاركة الموظفين في العمل (Arifin, 2021; Dumbre, 2014; Garg et al., 2018). وبالإضافة على ذلك فإن للمشاركة في العمل دورًا أساسيًا في تحسين بيئة العمل لأن الموظفين المنخرطين أكثر إبداعًا وإنتاجية، ويعد مطلب التوازن بين العمل والحياة ضروريًا لجميع فئات العاملين مما يكون ذلك مشجعاً لهم على تميزهم الوظيفي.

ثالثاً: مشكلـــة البحث

ويقوم الباحث بعرض مشكلة الدراسة متمثلة في الدراسة الإستطلاعية ومن ثم بلورة مشكلة الدراسة كمايلي:

تم استطلاع رأي لعينة عشوائية ميسرة من العاملين بمجموعة سنترالات المنطقة الأولى في محافظة الجيزة بالشركة المصرية للاتصالات (WE)، تم إعداد قائمة استبيان مبدئية تحتوي على مجموعة من الأسئلة ثم توجيهها لعينة عشوائية ميسرة قدرها (٥٠) مفردة من العاملين بالشركة المصرية للاتصالات (WE)، وذلك بهدف التعرف على آرائهم حول الأسباب التي قد تُحدث تغيّر في أداء العاملين لجعله أداء متميز، كانت نسبة إستجابة مفردات العينة ٩٠% من أصل (٥٠) مفردة، بواقع استجابة (٤٥) مفردة لإستمارات الإستبيان المبدئي، وكما هو موضح في الجدول رقم (١) يمكن للباحث إستعراض نتائج الإستبيان على النحو التالي:

جدول رقم (١) التحصيل العلمي للمشاركين في الاستبيان المبدئي

م	المؤهل العلمي	التكرار	النسبة المئوية
1	مؤهل متوسط	4	8.8%
2	مؤهل عال	14	31.1%
3	دبلوم عال	8	17.7%
4	ماجستير	12	26.6%
٥	دكتوراة	7	15.5%
المجموع		45	%100

اعداد الباحث

جدول رقم (٢) نتائج الإستطلاع المبدئي لأراء عينة من العاملين في شركة المصرية للاتصالات

المتغير	م	عبارات الإستبيان	موافق تماماً	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماماً	النسبة
التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة	١	وقت العمل لا يأخذ من وقتي في ممارسة حياتي الشخصية أو العائلية.	8	11	10	8	8	45
			%17.77	%24.4	%22.22	%17.7	%17.7	%100
	٢	المديرون بالشركة يستوعبون الاحتياجات المتعلقة بالأسرة	6	12	11	9	7	45
			%13.3	%26.6	%24.44	%20	%15.5	%100
	٣	تشجع الإدارة العليا المشرفين على مراعاة الاهتمامات العائلية والشخصية للموظفين	8	8	5	11	13	45
			%17.7	%17.7	%11.11	%24.44	%28.8	%100
	٤	أشعر بالرضا عن الحياة المتوازنة بين أنشطة العمل والأنشطة خارج نطاق العمل	11	9	8	8	9	45
			%24.4	%20	%17.7	%17.7	%20	%100
المتغير التابع التميز الوظيفي	٥	أشعر بأن جهودي الوظيفية موضع تقدير من قبل الشركة	7	9	10	9	10	45
			%15.5	%20	%22.22	%20	%22.22	%100
	٦	يُسمح لي بتوسيع مسئوليات وظيفتي والأداء بشكل مستقل	10	11	7	9	8	45
			%22.22	%24. 4	%15.5	%20	%17.7	%100
	٧	يمكنني الإعتماد على زملائي عندما تتعقدالأمور	9	10	11	8	7	45
			%20	%22.22	%24.44	%17.7	%15.5	%100
	٨	توجد فرص جيدة لي للحصول على التعليم من أجل زيادة معرفتي وقدراتي على القيام بعملي	6	12	11	9	7	45
			%13.3	%26.6	%24.44	%20	%15.5	%100
	٩	تقدم الشركة تدريباً منهجياً لتطوير مهارات وأداء الموظفين	9	10	11	9	6	45
			%20	%22.22	%24.44	%20	%13. 3	%100

اعداد الباحث

تعليقاً على الجدول السابق والذي يبين أن نسبة الموافقة الإجمالية (٤٢.١٧%) متوسطة، مما يشير إلى بعض التوازن بين العمل والحياة الشخصية، ولكن هناك نسبة كبيرة من الموظفين يشعرون بأن العمل يؤثر على حياتهم الشخصية، كما تبين وجود تحديات في تشجيع الإدارة العليا لمراعاة الاهتمامات العائلية والشخصية، كما يعكس الجدول السابق وجود بعض التحديات في التعاون والدعم بين الزملاء في الأوقات الصعبة

ضرورة تصميم برامج لرفع مستويات التوازن بين العمل والحياة الشخصية للعاملين ومعرفة ما إذا كانت لتلك البرامج لها أثر على العاملين أم لا، وهذا ما يمكن تفسيره من خلال الإجابة على التساؤلات التالية والتي **يمكن صياغة مشكلة البحث من خلالها**.

١- هل يتحسن الأداء والانجاز إذا تحقق التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة في الشركة المصرية للاتصالات.

٢- هل يتحسن التعاون والالتزام الوظيفي إذا تحقق التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة في الشركة المصرية للاتصالات.

٣- هل يتحسن التعلم المستمر إذا تحقق التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة في الشركة المصرية للاتصالات.

رابعاً: أهداف البحث

- تحسين التميز الوظيفي من خلال التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة للعاملين بالشركة المصرية للاتصالات
- التعرف على ما إذا كان يتحقق التميز الوظيفي إذا تحسن التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة لدى العاملين في الشركة المصرية للاتصالات.
- التعرف على مدى مناسبة ظروف العمل المادية والمعنوية مع الاحتياجات الشخصية للعاملين.

خامساً: فروض البحث

من خلال العرض السابق لمشكلة البحث وتساؤلاتها، وتحقيقاً لأهداف البحث، اعتمد البحث في صياغة الفروض على البيانات الثانوية ممثلة في الدراسات والبحوث السابقة.

وكذلك الدراسة الاستطلاعية التي قام بها الباحث في ضوء ذلك تمت صياغة فروض البحث على النحو التالي:

– يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية للتوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة على التميز الوظيفي في الشركة المصرية للاتصالات.

ويتفرع منه الفروض التالية:

١. يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية للتوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة على الأداء والانجاز في الشركة المصرية للاتصالات.
٢. يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية للتوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة على التعاون والالتزام الوظيفي في الشركة المصرية للاتصالات.
٣. يوجد أثر معنوي ذو دلالة إحصائية للتوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة على التعلم المستمر في الشركة المصرية للاتصالات.

سادساً: أهمية البحث

تنبع أهمية هذه البحث من حداثة الموضوع، والتي تبرز من خلال ما سوف يتوصل له باعتبارها تمثل استجابة حقيقية لأحد أبرز الموضوعات في مجال إدارة الموارد البشرية.

وتأتي أهمية هذا البحث علي الجانب العلمي والجانب العملي على حد سواء، ويمكن الإشارة لأهمية البحث كما يلي:

- **الأهمية العلمية**

تنصب أهمية البحث من الناحية الأكاديمية علي الجوانب التي يتميز بها هذا البحث والتي تتمثل في التالي:

– التعمق في مفهوم التميز الوظيفي من خلال التعرف على أبعاده المختلفة.

– تنمية المتغيرات التي يمكن أن يستخدمها الباحثون لدراسة علاقات نواتج التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة في تحسين التميز الوظيفي مع المتغيرات المختلفة، سواء في صناعة خدمات الإتصالات أو أي صناعة خدمات أخرى.

– قد تشكل هذه البحث قاعدة لدراسات أخرى في المستقبل تتناول موضوع التميز الوظيفي لقطاعات أخرى.

- **الأهمية العملية**

تبرز أهمية البحث من الناحية العملية في أنه:

١- توضح مدى تحسن مستوى العاملين في التميز الوظيفي من خلال توفير مستوى مناسب للتوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة، وأيضاً تمكين الشركة المصرية للإتصالات من الإستفادة بالنتائج التي يتم التوصل إليها خلال هذه البحث.

٢- كما تبرز أهمية هذه البحث أيضاً أنها ذات الأسبقية في دراستها لأثر التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة كمتغير مستقل في العلاقة مع التميز الوظيفي، وهذا يعتبر إضافة نوعية من الناحية الأكاديمية والتطبيقية.

سابعاً: مجتمع وعينة البحث

❖ **مجتمع البحث**

يشتمل مجتمع البحث على جميع العاملين بالشركة المصرية للاتصلات WE محل البحث، ونظراً لصعوبة إجراء البحث الميدانية بطريقة المسح الشامل على جميع الموظفين في الشركة المصرية للاتصالات، والذي يبلغ عددهم ٥٣٣٣٢ (ثلاثة وخمسون ألف، وثلاثة مئة، اثنان وثلاثون) موظف خلال سنة ٢٠٢٣على مستوى الجمهورية، لذا يعتمد الباحث على أسلوب العينة العشوائية، وبتقديم قائمة استبيان إلكترونية (GOOGLE FORMS) للموظفين العاملين بقطاع محافظة الجيزة، ومن الأسباب التي دفعت الباحث إلى استخدام استبيان إلكتروني هو سهولة الوصول لحجم العينة المطلوبة وكذلك ضمان استجابة الموظفين للاستبيان بالاجابة على اسئلتها في أوقات الراحة دون تعطيل للمهام الموكلة لهم، وأيضاً عدم التقيد بوقت العمل في تسليم وتسلم الاستبيان قبل وبعد الإجابة عليه، وأخيراً إمكانية الوصول للموظفين في حالات الإجازات المختلفة أثناء عملية الاستقصاء.

ينقسم قطاع محافظة الجيزة بالشركة المصرية للاتصالات إلى ثلاث مناطق كما في التالى:

- عدد الموظفين بالمنطقة الأولى ٥٧٤ موظف.
- المنطقة الثانية ٤٤٧ الموظف.
- المنطقة الثالثة ١٤٠ موظف.

بإجمالي ١١٦١ موظف بالشركة محل البحث في نطاق محافظة الجيزة وهو حجم المجتمع محل البحث.

❖ **عينة البحث**

يعتمد الباحث في هذا البحث على أسلوب العينة العشوائية البسيطة من العاملين بالشركة المصرية للاتصلات WE، وقد تم إختيار العينة وفقاً لمعادلة (STEVEN K. THOMPSON, 2012)، كما تم حساب العينة باستخدام موقع "RAOSOFT SAMPLESIZE" وذلك للتأكد من مدى صحة تطبيق المعادلة

معادلة استيفن ثامبوس

$$n = \frac{(N * P) * (1 - P)}{((N - 1) * (d^2 \div z^2) + (p(1 - P))}$$

- حجم العينة
- حجم المجتمع
- الدرجة المعيارية المطابقة لمستوى المعنوية ٠.٠٥، ومستوى الثقة ٠.٩٥، وتساوى ١.٩٦
- نسبة الخطأ وتساوى ٠.٠٥
- القيمة الإحتمالية =٠.٥٠

فإذا كان حجم المجتمع = ١١٦١ موظف بالشركة المصرية للإتصالات كما تقدم فإن حجم العينة = ٢٨٩ موظف.

ثامناً: مصادر وطرق جمع البيانات

إعتمد الباحث على نوعين من البيانات لتحقيق أهداف البحث وهما البيانات الثانوية والبيانات الأولية، وفيما يلي عرض لهذين النوعين من البيانات:

❖ **البيانات الثانوية:** وهى البيانات التي استعان بها الباحث في بلورة مشكلة وأسئلة البحث وصياغة فروضها، وتكوين الإطار النظري للدراسة وقياس متغيراتها وفي تحديد مجتمع البحث وتوزيع مفرداتها، وتم جمع هذه البيانات من خلال الإعتماد على الكتب والرسائل العلمية والدوريات التي تناولت دور دور التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة في تحسين التميز

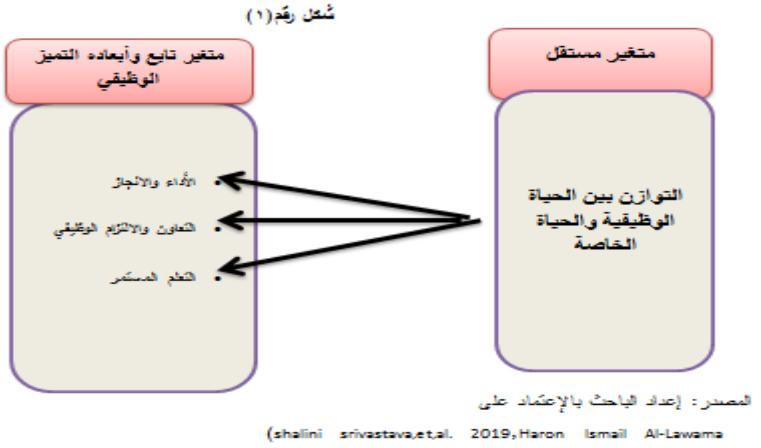
الوظيفي

❖ **البيانـات الأوليـة:** بالاضـافة إلـى البيانـات الثانويـة تـم الإعتمـاد علـى البيانـات الأوليـة اللازمـة لتحقيق أهداف البحث، وتم الحصـول علـى البيانـات الأوليـة من مفردات عينـة البحث للتعـرف علـى طبيعـة دور التـوازن بـين الحيـاة الوظيفيـة والحيـاة الخاصـة فـي تحسـين التميـز الوظيفي، وتم جمع هذه البيانات من خـلال الإعتماد على قائمة استبيان إلكترونية (GOOGLE FORM) تم إرسالها إلى الموظفين العالمين بالشركة المصرية للاتصالات محل البحث، وقد تم تصميم أداة جمع البيانات في ضوء الإطار النظري والدراسات السابقة، وفي ضوء المقاييس التي اعتمد عليها وصممها باحثون آخرون.

تاسعاً: مقاييس ومتغيرات البحث

تتحدد متغيرات البحث والمتمثلة في التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة كمتغير مستقل، التميز الوظيفي كمتغير تابع؛ كما هو موضح بالشكل التالي:

شكل رقم(١)



المصدر: إعداد الباحث بالإعتماد على
(shalini srivastava,et.al. 2019,Haron Ismail Al-Lawama

❖ التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة

تمثل التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة المتغير المستقل واعتمد الباحث على المقياس الذي اعتمدت عليه دراسة كل من Amanda Putri1, Ali Amran., (2021) Shalaka Sharad Shah (2014)، ويتكون المقياس من ٥ عبارات، والتي يتضمنها المتغير المستقل، وتضمن المتغير المستقل (التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة) المقاييس الآتية

الموضحة بالجدول رقم (٣):

جدول(٣) العبارات الخاصة بالمتغير المستقل " التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة

البعد	العبارات	المقاييس المعتمدة في البحث الحالية
التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة	أشعر بالسعادة والراحة في عملي وحياتي العائلية	Amanda Putri1, Ali Amran., (2021) Shalaka Sharad Shah (2014)
	لدي الوقت لممارسة الهوايات والأنشطة الأخرى خارج أنشطة العمل.	
	وقت العمل لا يأخذ من وقتي في ممارسة حياتي الشخصية أو العائلية.	
	المديرون بالشركة يستوعبون الاحتياجات المتعلقة بالأسرة	
	تشجع الإدارة العليا المشرفين على مراعاة الاهتمامات العائلية والشخصية للموظفين	

❖ **جدول (٤) الأبعاد والعبارات الخاصة بالمتغير التابع " التميز الوظيفي**

البعد	العبارات	المقاييس المعتمدة في الدراسة
الأداء والإنجاز	تحدد المنظمة معايير الأداء لكل موظف حسب طبيعة عمله	البطاينة، محمد تركي، ٢٠١٦ Marwa Gaber Ahmed Fahim,. 2018،
	أشعر بأن جهودي الوظيفية موضع تقدير من قبل الشركة	
	يُسمح لي بتوسيع مسئوليات وظيفتي والأداء بشكل مستقل	
التعاون والإلتزام الوظيفي	أهتم بمستقبل الشركة	Halbast Hussein Hamadamin and Tarik Atan (2019) أحمد، ستي سيد، (٢٠١٧)
	أشعر أن قيمي وقيم الشركة متشابهة	
	أشعر أن مشاكل الشركة هي مشاكلي أنا	
	يمكنني الإعتماد على زملائي عندما تتعقدالأمور	
	مسئولي المباشر يستمع للمشكلات المرتبطة بالعمل ويساعدني في حلها	
التعلم المستمر	توجد طريقة واضحة عن المعارف والمهارات الجديدة التي يجب اكتسابها في عملي.	كشكوشة، نجوى متولي حسن(٢٠٢٢) Marwa Gaber Ahmed Fahim,. 2018 (Dodot A., et al., (2020
	يتم إعداد القادة القادرين على استيعاب كل ما هو جديد معرفيا لملائمة الإحتياجات المستقبلية.	
	توجد فرص جيدة لي للحصول على التعلم من أجل زيادة معرفتي وقدراتي على القيام بعملي	
	تشجع الشركة على التطوير الوظيفي للموظفين من خلال الإثراء الوظيفي والتناوب الوظيفي	
	تلتزم الشركة بترقية الموظفين المؤهلين لمناصب أعلى	
	تقدم الشركة تدريباً منهجياً لتطوير مهارات وأداء الموظفين	

عاشراً: أساليب تحليل البيانات واختبارات فروض البحث

تم الإستعانة بالأساليب الإحصائية التالية:

(١) **أساليب التحليل الوصفي:** اعتمد الباحث على أساليب التحليل الوصفي الوسيط والوسط

الحسابي والانحراف المعياري وذلك في تحليل ووصف استجابات المستقصي منهم وعرض قيم المتغيرات محل البحث وهى التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة والتميز الوظيفي.

(٢) أسلوب تحليل الإنحدار:لإختبار وتحليل العلاقة بين دور الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية في كل من جودة الحياة الوظيفية وأبعادها.

(٣) معالجة وتحليل البيانات

بعد وصول قوائم الاستبيان يتم مراجعتها للتأكد من صلاحيتها لأغراض التحليل الإحصائي كما يتم التأكد من سلامة الترميز (CODING) لجميع أسئلة البحث، وبالتالى فيتم مراجعة وتحليل البيانات الميدانية التي جمعت من مفردات العينة عن طريق الحاسب الألى، كما يتم إستخدام برنامج (SPSS) في عمليات التحليل الإحصائي بإجراء تحليل الإنحدار لقياس العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع مرة أخرى، ومن خلاله نحصل على "R SQUARED" (R2) أو ما يطلق عليه بمعامل التحديد، وذلك لقياس القوة التفسيرية لنسبة التباين في المتغير التابع الذي يمكن التنبؤ به من خلال المتغير (أو المتغيرات) المستقلة، أيضاً نحصل على إختبار (F) والذي يقيس المعنوية للمتغيرات ككل، وأخيراً إختبار (T) والذي يقيس معنوية كل متغير على حدة.

(٤) نسبة استجابة العينة

جدول رقم (٥) نسبة استجابة مفردات العينة

عينة البحث	حجم المجتمع	عدد الاستمارات الموزعة	الاستجابة	نسبة الاستجابة
العاملين بقطاع محافظة الجيزة بالشركة المصرية للاتصالات WE	١١٦١	٢٨٩	٢٤٢	%٨٤

المصدر : إعداد الباحث.

(٥) معامل الارتباط لأداة البحث

لقد تم حساب الارتباط لمقاييس التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصةوذلك باستخدام معامل ارتباط (بيرسون) PEARSON CORRELATION لقياس العلاقة بين كل عبارة والدرجة الكلية للمتغير المتعلق بها، وهذا ما يوضحه الجدول التالي :

❖ **التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة:**

جدول رقم (٦) معاملات الارتباط بين الدرجات الإجمالية لـ " التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة " والعبارات المتعلقة بكل بعد باستخدام معامل ارتباط (بيرسون)

التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة	
العبارة	معامل الارتباط (R)
1	0. 727**
2	0. 771**
3	0. 797**
4	0. 735**
5	0. 699**

المصدر: إعداد الباحث في ضوء تحليل بيانات قائمة الاستبيان.

يتضح من الجدول السابق ما يلي:

الدرجة الكلية لـ: التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة:

– أن علاقة معاملات الارتباط لكل عبارة بالدرجة الكلية للبعد المنتمية إليه دالة عند مستوى معنوية (٠.٠٥) فأقل. وتراوحت معاملات الارتباط بين (٠.٦٩ و ٠.٧٩)؛ مما يدل على أن جميع العبارات صادقة ومرتبطة مع أداة البحث، الأمر الذي يبين صدق أداة البحث وصلاحيتها للتطبيق الميداني.

(٦) توزيع مفردات العينة وفقاً للعوامل الديموجرافية

استخدم الباحث بعض المتغيرات الديموجرافية لتعبر عن خصائص عينة البحث والتي تتمثل في (النوع – المستوى التعليمي – سنوات الخبرة – الراتب):

١ – المتغيرات الديموجرافية لتعبر عن خصائص عينة البحث وفقاً للنوع كما هو موضح بالجدول التالي

جدول رقم (٧) توزيع عينة البحث طبقاً للنوع

النوع	عدد	%
ذكر	١٦٨	٧٦.٩
انثى	٥٦	٢٣.١
الإجمالي	٢٤٢	١٠٠.٠

المصدر : من اعداد الباحث

تشير بيانات الجدول السابق الى أن عينة البحث البالغ عدد (٢٤٢) مفردة توزعت الى (١٦٨) مفردة من الذكور بنسبة ٧٦.٩% و(٥٦) مفردة من الإناث بنسبة ٢٣.١ %.

٢ – المتغيرات الديموجرافية لتعبر عن خصائص عينة البحث وفقاً للمستوى التعليمي كما هو موضح بالجدول التالي

جدول رقم (٨) **توزيع عينة البحث طبقاً المستوى التعليمي**

المستوى التعليمي	عدد	%
مؤهل متوسط	٦	٢.٥
مؤهل عال	٣٦	١٤.٩
دبلوم عال	٣٧	١٥.٣
ماجيستير	١٠٦	٤٣.٨
دكتوراة	٥٧	٢٣.٦
الإجمالي	**٢٤٢**	**١٠٠**

المصدر: من إعداد الباحث في ضوء تحليل بيانات قائمة الاستبيان.

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أغلبية عينة البحث من العاملين بعدد (١٠٦) مفردة بنسبة ٤٣.٦% حاصلون على مؤهل (ماجستير)، وجاء بعد ذلك الحاصلون على مؤهل (دكتوراة) بعدد (٥٧) مفردة بنسبة ٢٣.٦%، وجاء بعد ذلك الحاصلون على مؤهل (دبلوم عال) بعدد (٣٧) مفردة بنسبة ١٥.٣%، وجاء بعد ذلك الحاصلون على مؤهل (مؤهل عال) بعدد (٣٦) مفردة بنسبة ١٤.٩%، وأخيراً الحاصلون على مؤهل (مؤهل متوسط) بعدد (٦) مفردة بنسبة ٢.٥% .

٣ – المتغيرات الديموجرافية لتعبر عن خصائص عينة البحث وفقاً لسنوات الخبرة كما هو موضح بالجدول التالي

جدول رقم (٩) توزيع عينة البحث طبقاً لمدة سنوات الخبرة

سنوات الخبرة	عدد	%
أقل من ٥ سنوات	٢٠	٨.٣
من ٥ سنوات إلى ١٠ سنوات	٣٤	١٤
من ١١ سنة إلى ١٥ سنة	٢٨	١١.٦
من ١٦ سنة إلى ٢٠ سنة	٤٦	١٩
من ٢١ سنة إلى ٢٥ سنة	٦٠	٢٤.٨
من ٢٦ سنة فأكثر	٥٤	٢٢.٣
الإجمالي	**٢٤٢**	**١٠٠**

المصدر: من إعداد الباحث في ضوء تحليل بيانات قائمة الاستبيان.

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أغلبية عينة البحث من العاملين بعدد (٦٠) مفردة بنسبة ٢٤.٨% ينتمون لفئة (من ٢١ سنة غلى ٢٥ سنة)، وجاء بعد ذلك فئة (من ٢٦فأكثر) بعدد (٥٤) مفردة بنسبة ٢٢.٣%، ثم جاء بعد ذلك فئة (من ١٦ سنوات إلى ٢٠ سنوات) بعدد (٤٦) مفردة بنسبة ١٩%، ثم جاء بعد ذلك فئة (من ٥ سنوات إلى ١٠ سنوات) بعدد (٣٤) مفردة وبنسبة ١٤%، ثم جاء بعد ذلك فئة (من١١ سنة إلى ١٥ سنة) بعدد (٢٨) مفردة وبنسبة ١١.٦%، وأخيراً فئة (أقل من ٥ سنوات) بعدد (٢٠) بنسبة ٨.٣%.

٤ – المتغيرات الديموجرافية لتعبر عن خصائص عينة البحث وفقاً للراتب كما هو موضح بالجدول التالي:

جدول رقم (١٠) توزيع عينة البحث طبقاً للراتب

الراتب	عدد	%
أقل من ٥٠٠٠ج	٣٢	١٣.٢
من ٥٠٠٠ إلى أقل من ١٠٠٠٠ج	٩٢	٣٨
من ١٠٠٠٠ج إلى أقل من ١٥٠٠٠ج	٦٥	٢٦.٩
من ١٥٠٠٠ج إلى اقل من ٢٠٠٠٠ج	٤٧	١٩.٤
من ٢٠٠٠٠ج فأكثر	٦	٢.٥
الإجمالي	**٢٤٢**	**١٠٠**

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن أغلبية عينة البحث من العاملين بعدد (٩٢) مفردة بنسبة ٣٨% ممن يتقاضون الراتب والذين ينتمون لفئة (من ٥٠٠٠ إلى أقل من ١٠٠٠٠ج)، وجاء بعد ذلك فئة (من ١٠٠٠٠ج إلى أقل من ١٥٠٠٠ج) بعدد (٦٥) مفردة بنسبة ٢٦.٩%، ثم جاء بعد ذلك فئة (من ١٥٠٠٠ج إلى اقل من ٢٠٠٠٠ج) بعدد (٤٧) مفردة بنسبة ١٩.٤%، ثم جاء بعد ذلك فئة (أقل من ٥٠٠٠ج) بعدد (٣٢) مفردة وبنسبة ١٣.٢%، وأخيراً فئة (من ٢٠٠٠٠ج فأكثر) بعدد (٦) بنسبة ٢.٥%.

(٧) الإحصاءات الوصفية لمتغيرات البحث

لا يختلف إدراك العاملين لـ التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة بإختلاف المتغيرات الديموجرافية

١ – يتم اختبار التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة وفقاً للنوع (ذكر– أنثى)، **والأسلوب الإحصائي المستخدم اختبار "مان وتينى " Mann Whitney test** ثم حساب معنوية الاختبار على أساس مستوى معنوية أقل من (٠.٠٥) ليدل على وجود فروق دالة إحصائياً، وإذا كان مستوى المعنوية أكبر من (٠.٠٥) دل ذلك على عدم وجود فروق دالة إحصائياً.

جدول رقم (١١) قياس الفروق بين متغير (النوع) طبقا لـ التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة والحياة الخاصة " باستخدام اختبار "مان وتينى Mann Whitney test

المحاور	عينة البحث	العدد	المتوسط الرتبي	قيمة Z	القرار	
					مستوى المعنوية	الدلالة
التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة	ذكر	١٨٦	١٢٥.٣٢	١.٥٤٧	**٠.١٢٢	غير دالة
	أنثى	٥٦	١٠٨.٨٢			

من الجدول السابق يتضح ما يلي:

– توجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متغير النوع (ذكر – أنثى) طبقا لبعد (التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة)، حيث بلغت قيمة "Z" (١.٥٤٧)، عند مستوى معنوية أكبر من (٠.٠٥)، مما يدل على عدم وجود اختلاف فى الآراء طبقاً لمتغير التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة ويرجع ذلك إلى تقارب إدراك العاملين حسب النوع (ذكر – أنثى) لمفهوم التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة

حادي عشر: اختبارات فروض البحث

من خلال الإحصاء التحليلي متمثل في استخدام أسلوب الانحدار الخطي المتعدد **Multi regression** لدور التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة في تحسين **التميز الوظيفي**، واختبار "**مان وتيني**" **Mann Whitney test** لقياس مدى الفروق بين عينتين مستقلتين وفقاً لـ" التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة " و" **التميز الوظيفي** "، **اختبار** "**كروسكال ويلز**" **kruskal Wallis Test** لقياس مدى الفروق بين أكثر من عينتين مستقلتين وفقاً لـ " التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة " وأبعاد " **التميز الوظيفي** "، ثم حساب معنوية الاختبار على أساس مستوى معنوية أقل من (٠.٠٥) ليدل على وجود فروق دالة إحصائياً، وإذا كان مستوى المعنوية أكبر من (٠.٠٥) دل ذلك على عدم وجود فروق دالة إحصائياً.

جدول رقم (١٢) اختبار لأثر التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة على التميز الوظيفي باستخدام أسلوب الانحدار المتعدد

النموذج	درجات الحرية	معامل الارتباط	معامل التحديد	اختبار ف		اختبار ت			
		(R)	(R^2)	قيمة (F)	المعنوية	درجة التأثير (B)		قيمة (T)	المعنوية
الانحدار	٤	٠.٧١	٠.٥١	٦١.٩٧٥	٠.٠٠٠	النموذج	١.٢١	٩.١٥	٠.٠٠٠
						التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة	٠.١٧	٣.٤٦	٠.٠٠١
البواقي	٢٣٧								
الكلي	٢٤١								
المتغير المستقل: التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة									
المتغير التابع: التميز الوظيفي									

يتضح من بيانات الجدول السابق رقم (١٢) ما يلي:

- **معنوية التأثير:** تشير قيمة (T) إلى وجود تأثير طردي معنوي بين البُعد الرابع للمتغير الوسيط (التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة) والمتغير التابع (التميز الوظيفي) حيث بلغت قيمة T المحسوبة (٣.٤٦) وبمستوى معنوية (٠.٠٠١) وهي قيمة أقل من (٠٥.).
- **درجة التأثير (B):** التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة تؤثر في التميز الوظيفي بنسبة (٠.١٧) حيث أن معامل التأثير (B) بلغ قيمة (٠.١٧) وبمستوى معنوية (٠.٠٠١) وهي قيمة أقل من (٠٥.)؛ مما يؤكد أن هناك اتفاق بين استجابات العينة من العاملين نحو أثر التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة على التميز الوظيفي.
- من خلال نموذج الانحدار السابق يتضح قبول الفرض الذي ينص علي " يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبُعد التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة على التميز الوظيفي ".

القرار:

ومما سبق اتضح صحة فرض الدراسة القائل: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لبُعد التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة على التميز الوظيفي وأبعاده.

مناقشة وتحليل النتائج

١. العلاقة الطردية: تعني أن زيادة مستوى التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة تؤدي إلى تحسن في التميز الوظيفي، مما يدعم فرضية البحث.
٢. قوة التأثير: على الرغم من أن معامل التأثير (B) ليس كبيرًا جدًا، إلا أنه يشير إلى وجود تأثير إيجابي ثابت بين المتغيرين.
٣. الدلالة الإحصائية: تدعم هذه القيم الفرض القائل بأن التوازن بين العمل والحياة الخاصة عامل مؤثر في تحقيق التميز الوظيفي، مما يعني أن توفير سياسات تساعد الموظفين على تحقيق هذا التوازن قد يسهم في تحسين أدائهم وتميزهم في العمل.

ثاني عشر: نتائج وتوصيات البحث

يهدف هذا الجزء إلى التوصل للربط بين كل من نتائج البحث وبين الفرض الذي بُنيت عليه البحث.

أولاً: نتائج البحث

بشكل عام أثبتت النتائج الاحصائية "وجود أثر معنوي للتوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة على التميز الوظيفى وأبعاده":

١. وجود أثر معنوى ذو دلالة إحصائية للتوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة على الأداء والانجاز فى الشركة المصرية للاتصالات.
٢. وجود أثر معنوى ذو دلالة إحصائية للتوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة على التعاون والالتزام الوظيفى فى الشركة المصرية للاتصالات.
٣. وجود أثر معنوى ذو دلالة إحصائية للتوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة على التعلم المستمر في الشركة المصرية للاتصالات

ثانياً: توصيات البحث

فى ضوء النتائج التى تم التوصل إليها، من خلال الإجابة على أسئلة البحث وتحقيق أهدافها أمكن التوصل إلى مجموعة من التوصيات التى قد تساهم فى تحقيق أهداف شركة المصرية للاتصالات كما يلى:

١. تعزيز التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة لتحسين الأداء والإنجاز وذلك من خلال توفير بيئة عمل مرنة وتعزيز رفاهية الموظفين
٢. تعزيز التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة لزيادة التعاون والالتزام الوظيفي وذلك من خلال تطوير ثقافة العمل الجماعي وتحفيز الموظفين وتحقيق رضاهم الوظيفي.
٣. ٣. دعم التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة لتعزيز التعلم المستمر وذلك من خلال توفير فرص تدريب وتطوير مرنة وخلق بيئة تشجع على الابتكار والتعلم.

الأبحاث المستقبلية المقترحة

استنادًا إلى نتائج البحث الحالية، يمكن اقتراح مجموعة من المجالات للدراسات المستقبلية لتعميق الفهم حول العلاقة بين الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية وجودة الحياة الوظيفية، ويمكن عرض الاقتراحات التالية للدراسات المستقبلية:

١- التوازن بين العمل والحياة وتأثيره على الصحة النفسية والبدنية للعاملين وانعكاسه على الأداء الوظيفي
٢- دور القيادة الإدارية في تعزيز ثقافة التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الشخصية وتحقيق التميز الوظيفي.
٣- التوازن بين العمل والحياة الشخصية كمدخل لتعزيز الإبداع والابتكار الوظيفي

المراجع:

١- البطاينة، محمد تركي، ٢٠١٦، "أثر استراتيجيات إدارة الموارد البشرية على الأداء الوظيفي دراسة ميدانية من وجهة نظر المديرين في البنوك التجارية الأردنية – محافظة اربد"، مجلة العلوم الإدارية، المجلّد ٤٣، العدد ١

٢- كشكوشة، نجوى متولي حسن "جودة الحياة الوظيفية وعلاقتها بالأداء السياقي في ظل الوظائف الحديثة لإدارة الموارد البشرية: بالتطبيق على العاملين بالهيئة المصرية العامة للبترول"، المجلة العربية للإدارة (تحت النشر)، مج ٤٢،ع ٢ – يونيو ٢٠٢٢، ص٢٢٣– ٢٤٣ .

٣- ماضي، خليل اسماعيل ابراهيم،(٢٠١٤)، جودة الحياة الوظيفية وأثرها على مستوى الأداء الوظيفي للعامين، دراسة تطبيقية على الجامعات الفلسطينية، رسالة دكتوارة غير منشورة، كلية التجارة جامعة قناة السويس، القاهرة.

4- Amanda Putri1, Ali Amran., (2021) Employees' Work-Life Balance Reviewed From Work From Home Aspect During COVID-19 Pandemic., International Journal of Management Science and Information Technology (IJMSIT) Vol. 1, No. 1.

5- Atmaja, D. S., Fachrurazi, F., Abdullah, A., Fauziah, F., Zaroni, A. N., & Yusuf, M. (2022). Actualization of performance management models for the development of human resources quality, economic potential, and financial governance policy in Indonesia ministry of education.

6- Bhende, P. M. (2020). Quality of Work Life of Employees in Banking Sector-A Study of Bank Managers and Staff in Goa (Doctoral dissertation, Goa University).

7- Greer, C. R. (2021). Strategic human resource management. Pearson Custom Publishing.

8- Greenhaus, J. H., & Allen, T. D. (2011). Work-family balance: A review and extension of the literature. Handbook of occupational health psychology, 2, 165-183.

9- Gilson, L. L. (2024). Why be creative: A review of the practical outcomes associated with creativity at the individual, group, and organizational levels. *Handbook of organizational creativity*, 303-322.

10- Kamrunnahar Happy "The Mediating Effect of Job Satisfaction Between the Dimensions of Work-Life Balance and Work Engagement: A Study on Faculty Members of Private Universities in Dhaka, Bangladesh", Jahangirnagar University Journal of Management Research, Vol.4, 2021, pp18:46.

11- Kim, H. K. (2014). Work-Life Balance and Employees' Performance: The Mediating Role of Affective Commitment. Global Business & Management Research, 6(1).

12- Shalaka Sharad Shah (2014).,The Role of Work-Family Enrichment in Work Life Balance & Career Success: A Comparison of German & Indian Managers. See discussions, stats, and author profiles for this publication at: https://www.researchgate.net/publication/261321839.

websites

13- http://www.raosoft.com/samplesize.html.

الملاحق

أولاً: قائمة استبيان

استبيان عن "دور التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة في تحسين التميز الوظيفي" دراسة ميدانية على العاملين بالشركة المصرية للاتصالات

السادة الأفاضل تحية طيبة،، يقوم الباحث باجراء دراسة ميدانية على العاملين بالشركة وذلك للتعرف على آراء سيادتكم نحو "دور التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة في تحسين التميز الوظيفي" وهذا الاستبيان كأحد متطلبات الحصول على درجة الدكتوراة في إدارة الأعمال لذا يرجى من سيادتكم التكرم بملء هذا الاستبيان وذلك من خلال الاشارة إلى احدى مستويات الموافقة (لا أوافق بشدة – لا أوافق – محايد – موافق – موافق بشدة) على الأسئلة التالية، علماً بأن اجابات سيادكم لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي، وشكراً لحسن تعاونكم.

المحور الديموغرافي

النوع: ذكر ☐ أنثى ☐

سنوات الخبرة

- ☐ أقل من ٥ سنوات
- ☐ من ٥ سنوات إلى ١٠ سنوات
- ☐ من ١١ سنة إلى ١٥ سنة
- ☐ من ١٦ سنة إلى ٢٠
- ☐ من ٢١سنة إلى ٢٥ سنة
- ☐ من ٢٦ سنة فأكثر

المستوى التعليمي

- ☐ مؤهل متوسط
- ☐ مؤهل عال
- ☐ دبلوم عال
- ☐ ماجستير
- ☐ دكتوراة

الدخل الشهري

- ☐ أقل من ٥٠٠٠ج
- ☐ من ٥٠٠٠ج إلى أقل من ١٠٠٠٠ج
- ☐ من ١٠٠٠٠ج إلى أقل من ١٥٠٠٠ج
- ☐ من ١٥٠٠٠ج إلى أقل من ٢٠٠٠٠ج
- ☐ من ٢٠٠٠٠ج إلى أقل من ٢٥٠٠٠ج
- ☐ من ٢٥٠٠٠ج فأكثر

اسم المحافظة التي تعمل بها
اسم القطاع الذي تعمل به
اسم المنطقة التي تعمل بها

الاستبيان

المتغير	الأبعاد	م	العبـــارات	موافق بشدة	موافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة	التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة	١	أشعر بالسعادة والراحة في عملي وحياتي العائلية					
		٢	لدي الوقت لممارسة الهوايات والأنشطة الأخرى خارج أنشطة العمل.					
		٣	وقت العمل لا يأخذ من وقتي في ممارسة حياتي الشخصية أو العائلية.					
		٤	المديرون بالشركة يستوعبون الاحتياجات المتعلقة بالأسرة					
		٥	تشجع الإدارة العليا المشرفين على مراعاة الاهتمامات العائلية والشخصية للموظفين					
المتغير التابع: التميز الوظيفي	الأداء والإنجاز	٦	تحدد المنظمة معايير الأداء لكل موظف حسب طبيعة عمله					
		٧	أشعر بأن جهودي الوظيفية موضع تقدير من قبل الشركة					
		٨	يُسمح لي بتوسيع مسئوليات وظيفتي والأداء بشكل مستقل					
	التعاون والإلتزام الوظيفي	٩	أهتم بمستقبل الشركة					
		١٠	أشعر أن قيمي وقيم الشركة متشابهة					
		١١	أشعر أن مشاكل الشركة هي مشاكلي أنا					
		١٢	يمكنني الإعتماد على زملائي عندما تتعقدالأمور					
		١٣	مسئولي المباشر يستمع للمشكلات المرتبطة بالعمل ويساعدني في حلها					
	التعلم المستمر	١٤	توجد طريقة واضحة عن المعارف والمهارات الجديدة التي يجب اكتسابها في عملي.					
		١٥	يتم إعداد القادة القادرين على استيعاب كل ما هو جديد معرفيا لملائمة الإحتياجات المستقبلية.					
		١٦	توجد فرص جيدة لي للحصول على التعليم من أجل زيادة معرفتي وقدراتي على القيام بعملي					
		١٧	تشجع الشركة على التطوير الوظيفي للموظفين من خلال الإثراء الوظيفي والتناوب الوظيفي					

					تلتزم الشركة بترقية الموظفين المؤهلين لمناصب أعلى	١٨		
					تقدم الشركة تدريباً منهجياً لتطوير مهارات وأداء الموظفين	١٩		

انتهى الاستبيان

شكراً لكم.

ثانياً: مخرجات برنامج Spss

```
GET
  FILE='C:\Users\Mohmed\Untitled2 التحليل الاحصائي .sav'.
DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.
RELIABILITY
  /VARIABLES=
  /SCALE('الخاصة والحياة الوظيفية الحياة بين التوازن -ألفا')
ALL
  /MODEL=ALPHA.
```

Reliability

Scale: ألفا- التوازن بين الحياة الوظيفية والحياة الخاصة

		N	%
Cases	Valid	242	100.0
	Excluded[a]	0	.0

Reliability

Scale: ألفا- الأداء والانجاز

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	242	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	242	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.752	3

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=
  /SCALE('الوظيفي والالتزام التعاون -ألفا') ALL
  /MODEL=ALPHA.
```

Reliability

Scale: ألفا- التعاون والالتزام الوظيفي

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	242	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	242	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.770	5

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=
  /SCALE('المستمر التعلم -ألفا') ALL
  /MODEL=ALPHA.
```

Reliability

Scale: ألفا- التعلم المستمر

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	242	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	242	100.0

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

```
RELIABILITY
  /VARIABLES=
```

```
  /SCALE('الوظيفي التميز -ألفا') ALL
  /MODEL=ALPHA.
```

Reliability

Scale: ألفا- التميز الوظيفي

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	242	100.0
	Excluded[a]	0	.0
	Total	242	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.891	14

```
GET
  FILE='C:\Users\Mohmed\Untitled2 التحليل الاحصائي .sav'.
DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.
DESCRIPTIVES VARIABLES
```

Regression

Model Summary

Regression

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.715[a]	.511	.503	.45635

a. Predictors: (Constant), QWL4, QWL2, QWL3, QWL1

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	51.627	4	12.907	61.975	.000[b]
	Residual	49.357	237	.208		
	Total	100.984	241			

a. Dependent Variable: EXCELLENCE b. Predictors: (Constant

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.218	.133		9.151	.000
		.	.	.165	2.278	.024
	life	.171	.049	.202	3.467	.001

أثر تطبيق معايير الحوكمة على كفاءة عمليات المراجعة الخارجية في المؤسسات المالية "دراسة ميدانية على البنك الأهلي المصري"

The Impact of Implementing Governance Standards on the Efficiency of External Audits in Financial Institutions

"An Applied Study of the National Bank of Egypt"

د. محمد السيد محمد ابو زيد *

(*) د.محمد السيد محمد ابو زيد :معهد راية

Email: hamdymanal171@gmail.com

المستخلص

نظراً للتحولات السريعة التي يشهدها القطاع المالي وزيادة التحديات المرتبطة بالشفافية والمساءلة، فإن تطبيق معايير الحوكمة المؤسسية أصبح ضرورة أساسية ومن العوامل التي تعزز استقرار المؤسسات المالية وتدعم نزاهة وشفافية التقارير المالية، مما يسهم في زيادة ثقة المستثمرين وأصحاب المصالح، ويعد البنك الأهلي المصري نموذجاً مهماً لدراسة أثر الحوكمة على كفاءة عمليات المراجعة الخارجية، نظراً لدوره البارز في الاقتصاد المصري وحجمه الكبير في السوق المصرفي، وفي هذا السياق تبرز أهمية عمليات المراجعة الخارجية كأداة رقابية تضمن امتثال المؤسسات المالية للمعايير المحاسبية والتشريعات الرقابية، مما يعزز جودة التقارير المالية ويحد من المخاطر المالية.

وقد هدفت الدراسة إلى تحليل تأثير تطبيق معايير الحوكمة على كفاءة عمليات المراجعة الخارجية في البنك الأهلي المصري خلال تقديم رؤية متعمقة حول كيفية تأثير تطبيق معايير الحوكمة المؤسسية على جودة وكفاءة المراجعة الخارجية في المؤسسات المالية، وفي سبيل تحقيق هذا الهدف اعتمد الباحث علي الدراسة الميدانية وتمثل مجتمع الدراسة في العاملين بالبنك الأهلي المصري بكافة فروعه على مستوى الجمهورية وتم جمع البيانات من خلال قائمة استقصاء تم إعدادها لغرض هذا البحث وتوزيعها عبر الإنترنت للعاملين من موظفي البنك الأهلي المصري باستخدام Google Form. وتم تحديد حجم العينة باستخدام Sample Size Calculator وكانت الاستجابة بواقع ٣٨٢ قائمة صالحة للتحليل وتم اختبار الصدق والثبات وتحليل البيانات وقيم المتوسطات والانحراف المعياري لمتغيرات الدراسة.

أظهرت الدراسة أن تطبيق معايير الحوكمة في البنك الأهلي المصري يعزز استقلالية المراجعين الخارجيين ويحسن جودة التقارير المالية مما يقلل من فرص التلاعب المالي ويزيد من ثقة المستثمرين كما أن وجود لجان تدقيق مستقلة واستخدام التكنولوجيا الحديثة في عمليات المراجعة يسهم في تحسين كفاءة عمليات المراجعة الخارجية ومع ذلك تواجه بعض التحديات التنظيمية والإجرائية التي تؤثر على سرعة وكفاءة المراجعة.

الكلمات المفتاحية: الحوكمة المؤسسية، المراجعة المالية، المراجعة الخارجية، الشفافية المالية.

ABSTRACT

Given the rapid transformations taking place in the financial sector and the increasing challenges associated with transparency and accountability, implementing corporate governance standards has become a fundamental necessity. It is one of the factors that enhance the stability of financial institutions and support the integrity and transparency of financial reporting, contributing to increased investor and stakeholder confidence. The National Bank of Egypt (NBE) serves as an important model for studying the impact of governance on the efficiency of external audits, given its prominent role in the Egyptian economy and its large size in the banking market. In this context, the importance of external audits emerges as a supervisory tool that ensures financial institutions' compliance with accounting standards and regulatory legislation, enhancing the quality of financial reporting and reducing financial risks.

The study aimed to analyze the impact of implementing governance standards on the efficiency of external audit processes at the National Bank of Egypt, providing an in-depth perspective on how the application of institutional governance standards affects the quality and efficiency of external audits in financial institutions.

To achieve this goal, the researcher relied on a field study. The study population consisted of employees of the National Bank of Egypt across all branches nationwide. Data was collected through a questionnaire specifically designed for this research and distributed online to the bank's employees using Google Form. The sample size was determined using the Sample Size Calculator, resulting in 382 valid responses for analysis. The validity and reliability of the data were tested, and the data was analyzed, including the calculation of means and standard deviations for the study variables.

The study showed that implementing governance standards at the National Bank of Egypt enhances the independence of external auditors and improves the quality of financial reports, thereby reducing opportunities for financial manipulation and increasing investor confidence. Additionally, the presence of independent audit committees and the use of modern technology in audit processes contribute to improving the efficiency of external audits. However, some organizational and procedural challenges affect the speed and efficiency of the audit.

Keywords: Institutional Governance, Financial Audit, External Audit, Financial Transparency.

مقدمة:

مع زيادة الدور الذي تلعبه المؤسسات المالية في الاقتصاد العالمي، ازدادت الحاجة إلى تطبيق معايير الحوكمة لتعزيز مستويات الشفافية والمساءلة وضمان الاستقرار المالي. تُعد الحوكمة المؤسسية إحدى الركائز الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسات المالية لتحقيق أهدافها الاستراتيجية، حيث تسهم في تحسين جودة التقارير المالية وتعزيز ثقة المستثمرين وأصحاب المصالح. ومن بين أهم أدوات الرقابة التي تدعم ممارسات الحوكمة تأتي المراجعة الخارجية، والتي تُعتبر عاملاً حاسماً في ضمان دقة القوائم المالية والتحقق من الامتثال للمعايير المحاسبية والتنظيمية.

وبالتالي فإن الحوكمة المؤسسية تعتبر إحدى الركائز الأساسية لتعزيز الشفافية والمساءلة داخل المؤسسات المالية، حيث تساهم في تحسين جودة التقارير المالية وتقليل المخاطر المرتبطة بسوء الإدارة والاحتيال المالي، وفي هذا السياق تلعب المراجعة الخارجية دوراً حيوياً في تقييم مدى امتثال المؤسسات للمعايير المحاسبية والتنظيمية والحوكمة، مما يضمن مصداقية المعلومات المالية المقدمة لأصحاب المصالح، ومع تزايد التوجه العالمي نحو تبني ممارسات حوكمة أكثر صرامة، أصبح من الضروري دراسة تأثير هذه المعايير على كفاءة عمليات المراجعة الخارجية، خاصة في المؤسسات المالية التي تعد من أكثر القطاعات حساسية وتأثيراً على الاستقرار الاقتصادي. (دليل قواعد مصرف الإمارات العربية المتحدة المركزي، نظام الحوكمة المؤسسية للبنوك، مارس ٢٠١٩)

ولقد ركز البحث الحالي على دراسة العلاقة بين تطبيق معايير الحوكمة وكفاءة عمليات المراجعة الخارجية في المؤسسات المالية، مع التركيز على البنك الأهلي المصري كنموذج تطبيقي، حيث يعد البنك الأهلي المصري من أكبر المؤسسات المصرفية في مصر، كما يعتبر البنك الأهلي المصري من البنوك الرائدة التي التزمت بمفاهيم الحوكمة، ويتمتع بتاريخ طويل من الالتزام بمبادئ الحوكمة وتطوير آليات الرقابة الداخلية والخارجية، حيث يتضح ذلك من خلال الطريقة التي يتبعها مجلس الإدارة والإدارة العليا لتوجيه ومباشرة شؤون وأعمال البنك، ويبرز دليل الحوكمة الخاص بالبنك التزامه بمبادئ الشفافية، الإفصاح، والمسؤولية الاجتماعية، مما يعزز الثقة بين العملاء والمستثمرين. (الناغي؛ محمود السيد، وآخرين، ٢٠٢٣)

وبناءاً على ما سبق سوف يتناول هذا البحث تأثير تطبيق معايير الحوكمة على كفاءة عمليات

المراجعة الخارجية في البنك الأهلي المصري، من خلال دراسة آليات الحوكمة المتبعة في البنك، وتقييم مدى تأثيرها على جودة التقارير المالية وفاعلية المراجعة الخارجية، وسيتم تسليط الضوء على التحديات التي قد تواجه المراجعين الخارجيين عند مراجعة القوائم المالية للبنك، واقتراح آليات لتعزيز كفاءة هذه العمليات بما يحقق مستوى أعلى من الشفافية والمصداقية، وسيتم تقديم توصيات عملية يمكن أن تساعد في تعزيز الحوكمة المؤسسية داخل المؤسسات المالية المصرية، وتحسين جودة وكفاءة عمليات المراجعة الخارجية، مما يسهم في تحقيق الاستقرار المالي وتعزيز ثقة المستثمرين والمتعاملين مع النظام المصرفي.

مشكلة البحث:

في ظل الأزمات المالية العالمية والتطورات الاقتصادية المتسارعة، برزت الحوكمة المؤسسية كأداة أساسية لتعزيز الشفافية والمساءلة في المؤسسات المالية، وتلعب المراجعة الخارجية دوراً حيوياً في ضمان مصداقية التقارير المالية وكشف المخاطر المحتملة، ومع ذلك قد تتأثر كفاءة هذه العمليات بمستوى تطبيق معايير الحوكمة داخل المؤسسة، وعلى الرغم من أهمية المراجعة الخارجية في ضمان نزاهة ودقة التقارير المالية، إلا أن فعاليتها قد تتأثر بمستوى الحوكمة المطبق داخل المؤسسات المالية، لذلك تنبع مشكلة البحث من الحاجة إلى فهم مدى تأثير تطبيق معايير الحوكمة على كفاءة عمليات المراجعة الخارجية في المؤسسات المالية، مع التركيز على البنك الأهلي المصري كنموذج تطبيقي.

لذلك يسعى البحث للإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي:

"ما هو تأثير تطبيق معايير الحوكمة على كفاءة عمليات المراجعة الخارجية في البنك الأهلي المصري؟"

ويندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي عدة تساؤلات فرعية، منها ما يلي:

التساؤل الفرعي الأول: ما مدى التزام البنك الأهلي المصري بمعايير الحوكمة المؤسسية؟

التساؤل الفرعي الثاني: كيف يؤثر تطبيق معايير الحوكمة على استقلالية وموضوعية المراجعين الخارجيين في البنك؟

التساؤل الفرعي الثالث: ما هو دور تطبيق الحوكمة في تقليل الفساد المالي والإداري في المؤسسات

المالية وتحسين جودة التقارير المالية للبنك الأهلي المصري ؟

ويسعى التساؤل الفرعي الأول إلى الوقوف مدى التزام البنك الأهلي المصري بمعايير الحوكمة المؤسسية، بينما يهدف التساؤل الفرعي الثاني إلى دراسة كيف يؤثر تطبيق معايير الحوكمة على استقلالية وموضوعية المراجعين الخارجيين في البنك، وأخيراً يستكشف التساؤل الفرعي الثالث دور تطبيق الحوكمة في تقليل الفساد المالي والإداري في المؤسسات المالية وتحسين جودة التقارير المالية للبنك الأهلي المصري.

أهداف البحث:

يهدف البحث إلى تقديم رؤية متعمقة حول كيفية تأثير تطبيق معايير الحوكمة المؤسسية على جودة وكفاءة المراجعة الخارجية في المؤسسات المالية، وخاصة البنك الأهلي المصري باعتباره أكبر البنوك العاملة في مصر، لذلك تعتمد هذه الدراسة على تحليل مدى فاعلية الحوكمة في تحقيق الشفافية والحد من المخاطر وتحسين دقة التقارير المالية، وهو ما يسهم في تعزيز ثقة المستثمرين وأصحاب المصالح في البنك، وذلك وفقاً لما يلي:

الهدف الرئيسي:

"تحليل تأثير تطبيق معايير الحوكمة على كفاءة عمليات المراجعة الخارجية في البنك الأهلي المصري".

من خلال تقديم رؤية متعمقة حول كيفية تأثير تطبيق معايير الحوكمة المؤسسية على جودة وكفاءة المراجعة الخارجية في المؤسسات المالية، وخاصة البنك الأهلي المصري باعتباره أكبر البنوك العاملة في مصر.

الأهداف الفرعية:

١ . تقييم مدى التزام البنك الأهلي المصري بتطبيق معايير الحوكمة المؤسسية.

من خلال قياس درجة التزام البنك بمعايير الحوكمة، مثل الشفافية، والمساءلة، والإفصاح المالي، ودور مجلس الإدارة، ويعتبر الالتزام بهذه المعايير مؤشراً على جودة الحوكمة في البنك.

٢ . دراسة تأثير تطبيق معايير الحوكمة على استقلالية وموضوعية المراجعين الخارجيين في البنك.

من خلال فهم كيفية تأثير معايير الحوكمة على قدرة المراجعين الخارجيين على أداء مهامهم

باستقلالية وموضوعية، مما يساهم في تعزيز جودة المراجعة وتقليل احتمالات التلاعب المالي.

٣ . تحليل دور تطبيق الحوكمة في تقليل الفساد المالي والإداري في المؤسسات المالية وتحسين جودة التقارير المالية للبنك الأهلي المصري.

وذلك باستكشاف العلاقة بين تطبيق معايير الحوكمة وجودة التقارير المالية، حيث أن الحوكمة الجيدة تساهم في تعزيز دقة وموثوقية المعلومات المالية المقدمة للمستثمرين وأصحاب المصلحة.

ومن الأهداف التطبيقية التي يسعى إليها هذا البحث:

١ . مقارنة أداء المراجعة الخارجية قبل وبعد تطبيق معايير الحوكمة في البنك الأهلي المصري لتحديد التحسينات والتحديات.

٢ . دراسة تأثير تطبيق الحوكمة على تقليل التلاعب المالي والاحتيال في البيانات المالية ومدى كشف المراجعة الخارجية لهذه الحالات.

٣ . تحليل أثر الحوكمة على كفاءة عملية اتخاذ القرار في المراجعة الخارجية ومدى سرعة الاستجابة للمخاطر المالية.

٤ . قياس مدى تأثير الحوكمة على مستوى الثقة بين البنك والمستثمرين من خلال تحسين جودة التقارير المالية التي تم مراجعتها.

٥ . تحليل أثر التزام البنك بالمساءلة والمسؤولية القانونية على كفاءة عمليات التدقيق الخارجي.

أهمية البحث:

تعد الحوكمة المؤسسية من الركائز الأساسية لضمان استقرار الأسواق المالية وزيادة مستوى الشفافية والمساءلة داخل المؤسسات المالية، وفي ظل التحديات الاقتصادية المتزايدة والفضائح المالية التي شهدها القطاع المصرفي على المستوى العالمي، برزت الحاجة الملحة إلى تطبيق معايير الحوكمة لضمان دقة التقارير المالية وتحسين جودة عمليات المراجعة الخارجية، وتعتبر المراجعة الخارجية إحدى الأدوات الرئيسية التي تعزز ثقة أصحاب المصالح في البيانات المالية للمؤسسات، حيث تعمل على تقييم مدى الالتزام بالمعايير المحاسبية والإفصاحات المطلوبة، مما يعزز مصداقية التقارير المالية ويقلل من مخاطر الفساد المالي والإداري.

ولذلك يكتسب هذا البحث أهمية خاصة نظراً لتركيزه على العلاقة التفاعلية بين معايير

الحوكمة وكفاءة عمليات المراجعة الخارجية وهو موضوع ذو أهمية بالغة في القطاع المالي، حيث تعتمد استدامة المؤسسات المالية على مدى دقة وموثوقية عمليات التدقيق والمراجعة، كما أن اختيار البنك الأهلي المصري كحالة تطبيقية يضيف بعداً عملياً للبحث، إذ يعتبر هذا البنك من المؤسسات المالية الرائدة التي تطبق أحدث ممارسات الحوكمة وفقاً للمعايير الوطنية والدولية، ودراسة هذه العلاقة في سياق البنك الأهلي المصري تتيح الفرصة لاستخلاص نتائج ذات قيمة تطبيقية يمكن أن تسهم في تحسين أنظمة الحوكمة والمراجعة داخل المؤسسات المالية الأخرى في مصر والمنطقة العربية.

علاوة على ذلك يسهم البحث في إثراء الأدبيات العلمية حول الحوكمة المؤسسية والمراجعة الخارجية من خلال تقديم إطار تحليلي يوضح كيفية تأثير الالتزام بمعايير الحوكمة على جودة وكفاءة عمليات المراجعة الخارجية، ويمكن أن تساعد نتائج هذا البحث صانعي السياسات والمشرعين في تطوير الأطر التنظيمية والرقابية التي تحكم المؤسسات المالية، بما يضمن تعزيز الاستقرار المالي والحد من المخاطر المرتبطة بالتلاعب في القوائم المالية، وذلك وفقاً لما يلي:

الأهمية العلمية: يسهم البحث في توسيع المعرفة حول تأثير الحوكمة على المراجعة الخارجية، حيث يساهم البحث في فهم كيفية تأثير تطبيق معايير الحوكمة على كفاءة عمليات المراجعة الخارجية، مما يضيف بعداً جديداً للأدبيات المحاسبية والمالية ويعمل على إثراء الأدبيات المتعلقة بالحوكمة والمراجعة الخارجية، كما يعمل على تحليل وتحديد دور لجان المراجعة في تحسين جودة التقارير المالية، حيث يبرز البحث دور لجان المراجعة كآلية حوكمة في تحسين جودة التقارير المالية المنشورة وتقليل احتمالات التلاعب بالأرباح وزيادة ثقة المستثمرين، ويعمل أيضاً على تحليل تأثير التكامل بين آليات الحوكمة والمعايير الدولية للمراجعة الخارجية مما يسهم في تطوير نماذج مراجعة متكاملة تعزز من كفاءة المراجعة الخارجية، حيث يقدم البحث فهماً أعمق لمدى تأثير تطبيق معايير الحوكمة على مستوى الشفافية في التقارير المالية، وبالتالي تحسين جودة المعلومات المُقدمة للمستثمرين وأصحاب المصلحة، مما يسهم في تقليل المخاطر المالية والتلاعب المحاسبي.

الأهمية العملية: يعمل هذا البحث على تعزيز ثقة المستثمرين وأصحاب المصلحة في

المؤسسات المالية من خلال التأكيد على دور معايير الحوكمة في تحسين كفاءة وجودة المراجعة الخارجية، وبالتالي تعزيز ثقتهم في المعلومات المالية المقدمة لهم، ويعمل البحث على تحسين ممارسات الحوكمة في المؤسسات المالية، حيث يساهم البحث في توجيه المؤسسات المالية نحو تبني ممارسات حوكمة فعالة مما يعزز جودة التقارير المالية ويقلل من المخاطر المالية، فضلاً على أنه يعمل على توجيه السياسات التنظيمية، حيث يمكن أن تستفيد الجهات التنظيمية من نتائج هذا البحث في تطوير معايير وسياسات تشجع على تحسين جودة المراجعة وتقليل ممارسات إدارة الأرباح غير المشروعة.

وعلى ذلك فإن هذا البحث يعد ذات أهمية لكل من الباحثين في مجال المحاسبة والمراجعة والممارسين في مجال الأعمال الذين يسعون إلى تحسين استراتيجياتهم من خلال المعلومات المالية الموثوقة المقدمة لهم، حيث يشكل هذا البحث مساهمة علمية وعملية مهمة في تطوير فهم أعمق لدور معايير الحوكمة في تحسين كفاءة المراجعة الخارجية في المؤسسات المالية، فمن الناحية العلمية يهدف إلى سد الفجوات البحثية المتعلقة بالعلاقة بين الحوكمة والمراجعة الخارجية، بينما من الناحية العملية يقدم حلولاً قابلة للتطبيق تساعد المؤسسات المالية والجهات الرقابية في تعزيز الرقابة والشفافية المالية، وتحقيق الاستقرار المالي والاقتصادي.

حدود البحث:

في ضوء طبيعة الدراسة وأهميتها وأهدافها وفروضها فإن حدود البحث تتمثل فيما يلي:

١ . الحدود الزمنية:

تم التركيز على الفترة من عام ٢٠٢٠ إلى عام ٢٠٢٤، وقد تم اختيار هذه الفترة الزمنية بسبب التطورات في معايير الحوكمة حيث شهدت هذه الفترة تحديثات ملحوظة في معايير الحوكمة سواء على المستوى المحلي أو الدولي، مما يجعلها فترة غنية بالدروس والتجارب التي يمكن الاستفادة منها، فضلاً عن أنه قد تخللت هذه السنوات أحداث اقتصادية هامة مثل تداعيات جائحة كوفيد-١٩ والتي أثرت على أداء المؤسسات المالية وأساليب عملها، مما يوفر سياقاً مثيراً للإهتمام لدراسة تأثير معايير الحوكمة، كما توفر هذه الفترة حديثة بيانات حديثة بما يكفي لضمان توفر بيانات محدثة وذات صلة، الأمر الذي يعزز من موثوقية النتائج وقابليتها للتطبيق العملي.

٢ . الحدود المكانية:

تم التركيز على البنك الأهلي المصري كحالة تطبيقية نظراً لمكانة البنك في القطاع المصرفي حيث يعتبر البنك الأهلي المصري من أكبر وأقدم البنوك في مصر، مما يجعله نموذجاً مثالياً لدراسة تأثير معايير الحوكمة على كفاءة عمليات المراجعة الخارجية، فضلاً عن التزام البنك الأهلي المصري التزاماً واضحاً بتطبيق مبادئ الحوكمة وفقاً لقانون البنك المركزي المصري والجهاز المصرفي الصادر بالقانون رقم ١٩٤ لسنة ٢٠٢٠، مما يجعله حالة دراسية غنية بالمعلومات والتجارب، مع إمكانية الوصول إلى البيانات اللازمة وجمعها وإجراء التحليلات المطلوبة بدقة وفعالية.

٣ . الحدود الموضوعية:

ركز البحث على دراسة تأثير تطبيق معايير الحوكمة مثل الشفافية والمساءلة والاستقلالية على كفاءة عمليات المراجعة الخارجية في المؤسسات المالية، وتحليل كيفية تأثير هذه المعايير على جودة وفعالية عمليات المراجعة الخارجية، بما في ذلك دقة التقارير المالية والامتثال للمعايير المحاسبية، واستكشاف التفاعل بين آليات الحوكمة وعمليات المراجعة الخارجية، وكيف يمكن لتعزيز الحوكمة أن يؤدي إلى تحسين كفاءة المراجعة.

ومع ذلك هناك بعض الحدود التي يجب مراعاتها مثل عدم تعميم النتائج نظراً لتركيز البحث على مؤسسة مالية واحدة، فقد لا تكون النتائج قابلة للتعميم على جميع المؤسسات المالية في مصر أو خارجها، فضلاً عن أن التغيرات التنظيمية كالتغيرات في اللوائح والقوانين خلال فترة الدراسة قد تؤثر على نتائج البحث، مما يستدعي أخذها في الاعتبار عند تحليل البيانات، بالإضافة للعوامل الخارجية مثل الظروف الاقتصادية والسياسية التي قد تؤثر على أداء المؤسسات المالية بشكل عام وبالتالي على كفاءة عمليات المراجعة الخارجية.

وتحديد هذه الحدود الزمنية والمكانية والموضوعية تمكن الباحث من التركيز على الجوانب الأكثر أهمية وذات الصلة بموضوع الدراسة مما يعزز من دقة النتائج وموثوقيتها. كما يسهل على القراء فهم نطاق البحث وتفسير نتائجه في السياق المناسب.

فروض البحث:

فى ضوء البحث وأهدافه وأهميته، فإن البحث يبنى على أساس اختبار الفروض التالية:

الفرض البحثي الرئيسي: "هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لتطبيق معايير الحوكمة على كفاءة عمليات المراجعة الخارجية في البنك الأهلي المصري".

الفرض البحثي الفرعي الأول: "يؤدي الالتزام بتطبيق معايير الحوكمة إلى تبني البنك الأهلي المصري لممارسات الحوكمة الرشيدة".

الفرض البحثي الفرعي الثاني: "تؤدي استقلالية المراجع الخارجي والممارسات الرقابية الفعالة إلى تعزيز وتحسين كفاءة وجودة عمليات المراجعة الخارجية في البنك الأهلي المصري".

الفرض البحثي الفرعي الثالث: "يؤدي تطبيق معايير الحوكمة إلي تقليل المخاطر والفساد المالي والإداري وتحسين جودة التقارير المالية للبنك الأهلي المصري".

منهجية البحث:

فى ضوء طبيعة البحث وأهدافه وأهميته وحدوده ومفاهيم عنوانه وإفتراضاته، ولتحقيق أهداف البحث العلمية والتطبيقية، فإن منهجية البحث المستخدم المنهج الوصفي التحليلي، حيث يتم تحليل معايير الحوكمة المطبقة في المؤسسات المالية وتأثيرها على كفاءة المراجعة الخارجية، كما يتم دعم ذلك بالبيانات العملية من خلال الدراسة التطبيقية على البنك الأهلي المصري، ويتم ذلك من خلال تحليل البيانات المالية والتقارير السنوية، وجمع آراء الخبراء والمراجعين، وإجراء تحليل إحصائي دقيق لاختبار الفروض البحثية. (Creswell & Creswell, 2023) من خلال:

- **المنهج الوصفي:** حيث يساعد في استعراض الإطار النظري لمعايير الحوكمة والمراجعة الخارجية، بالإضافة إلى تسليط الضوء على أهم التطورات في هذا المجال، وذلك بعد مراجعة الأدبيات السابقة المتعلقة بالحوكمة والمراجعة الخارجية. (Saunders et al., 2022)
- **المنهج التحليلي:** ويستخدم لتحليل البيانات المجمعة من الدراسة التطبيقية، واختبار الفروض البحثية للتحقق من صحة العلاقة بين متغيرات الدراسة.(Bryman, 2021)
- **المنهج الكمي:** ويتم من خلال تحليل إحصائي للبيانات التي يتم جمعها باستخدام

الاستبيانات أو التقارير المالية والمحاسبية للبنك الأهلي المصري.(Hair et al., 2022)

وسيتم ذلك وفقاً لما يلي:

البحوث والدراسات السابقة:

قام الباحث باستعراض الدراسات والبحوث السابقة والتي توافرت في الأدب المحاسبي سواء في المراجع العربية أو الأجنبية أو على شبكة المعلومات الدولية؛ والتي اهتمت بمعايير الحوكمة وكفاءة عمليات المراجعة الخارجية في المؤسسات المالية من خلال استعراض الأدبيات المتعلقة بتطبيق معايير الحوكمة المؤسسية مع التركيز على القطاع المالي، بالإضافة لبيان أثر ذلك على كفاءة عمليات المراجعة الخارجية من خلال استعراض الأبحاث التي تناولت تقييم مدى تأثير الالتزام بمعايير الحوكمة على جودة التقارير المالية واستقلالية المراجعين الخارجيين وفاعلية عمليات التدقيق، ومناقشة التحديات التي تواجه المؤسسات المالية في تطبيق معايير الحوكمة، مثل تعقيدات التنظيم المالي ومقاومة التغيير من قبل الإدارة أو نقص الشفافية في بعض المجالات، وذلك للوقوف على ما توصل إليه الباحثون فى هذه الدراسات والبحوث من نتائج وتوصيات يمكن الاستفادة بها فى تناول موضوع الدراسة ولبيان مدى اتفاقها أو اختلافها معه، وللتعرف على نواحي القصور والثغرات التى اعترت تلك الدراسات والبحوث، والتي تعد فى نفس الوقت دوافع قوية وراء اختيار موضوع الدراسة وتأكيداً على قاعدة البدء من حيث انتهى الأخرون.

ونظراً لتطبيق البحث بشكله المتكامل على أحد المؤسسات المالية المصرية العريقة (البنك الأهلي المصري)، فقد استدعي ذلك الباحث ترتيب تلك الدراسات ترتيباً زمنياً من الأقدم للأحدث وذلك على النحو التالي:

دراسة (غريب، ٢٠٢٠) بعنوان "أثر آليات الحوكمة الداخلية على جودة التقارير المالية ومعدل صافي الربح السنوي بالتطبيق على بعض الشركات المصرية": هدفت الدراسة إلى محاولة بيان تأثير آليات الحوكمة الداخلية (لجان المراجعة، نظام للمراجعة الداخلية الفعال، مسئوليات مجلس الإدارة، الإفصاح والشفافية) على جودة التقارير المالية ومعدل صافي الربح السنوي بالتطبيق على بعض الشركات المصرية، وخلصت الدراسة الميدانية إلى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين بُعد لجان المراجعة ومعدل صافى الربح السنوي، وكذلك وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لآلية نظام

المراجعة الداخلية الفعال على معدل صافى الربح السنوي، ووجود تأثير ذو دلالة إحصائية لبعد مسئوليات مجلس الإدارة على معدل صافى الربح السنوي، ووجود تأثير ذو دلالة إحصائية لبعد الإفصاح والشفافية على معدل صافى الربح السنوي.

دراسة (Almasria, 2021) بعنوان **"Determinant Governance Mechanisms Affecting the Quality of Auditing the External Auditors' Perceptions"**: تهدف هذه الدراسة إلى توسيع نطاق الأبحاث السابقة التي استخدمت وكلاء مختلفين لقياس جودة التدقيق، واستخدمت هذه الدراسة الاستبيان لقياس جودة التدقيق وآليات الحوكمة الداخلية من خلال اعتماد بعض المؤشرات العملية من الأدبيات السابقة والتي يمكن أن تعكس وتؤثر على جودة التدقيق، وقد توصلت النتائج إلى وجود علاقة إيجابية قوية ذات دلالة إحصائية بين أداء عمل المراجعين الداخليين وجودة المراجعة، وكانت أقوى علاقة بين جودة التدقيق وأداء العمل وهذا يتوافق مع الدراسات السابقة، علاوة على ذلك ثبت أن مسؤوليات مجلس الإدارة لها تأثير كبير على جودة المراجعة، وقد سلط المراجع الخارجي الضوء على الدور الهام الذي تلعبه لجنة التدقيق في مناقشة الطرق والأساليب التي يمكن للمراجعين الخارجيين من خلالها التواصل مع الحوكمة الداخلية (على سبيل المثال التدقيق الداخلي)، وكان لنتائج هذه الدراسة آثار على الممارسين والجهات التنظيمية الذين يقيمون دور آليات الحوكمة الداخلية في تحسين عملية المراجعة الخارجية، كما أن لهذه النتائج آثاراً مهمة على المستوى الدولي، نظراً لالتزام الشركات الأردنية بتطبيق المعايير والمبادئ الدولية المتعلقة بنظام المراجعة والحوكمة.

دراسة (Henry, 2021) بعنوان **"Board characteristics, auditing characteristics and audit report lag in African Central Banks"**: تعتبر هذه الدراسة هي الأولى التي بحثت العوامل المؤثرة على تأخر تقرير المراجعة في البنوك المركزية، وقد كانت الدراسات السابقة حول حوكمة البنوك المركزية واستقلال البنوك المركزية وحكمها الذاتي، بالإضافة إلى محاسبتها، وتوسعت هذه الدراسة عن الدراسات السابقة من خلال فحص آثار تلك العوامل ومساهمة أخرى هي تطبيق الدراسة لخصائص المراجعة كمتغيرات وسيطة، وقد هدفت هذه الدراسة إلى دراسة محددات تأخر تقرير المراجعة في البنوك المركزية في أفريقيا جنوب الصحراء

الكبرى، وقد حددت الدراسة الآثار الكلية ثم حللتها إلى آثار إجمالية مباشرة وغير مباشرة، وأشارت نتائج الدراسة إلى أنه في حالة خصائص مجلس الإدارة وجد أن ازدواجية المحافظ وحجم لجنة المراجعة لهما تأثير إيجابي على تأخر تقرير المراجعة، وفي حالة جودة المراجعة وجد أن تفويض المراجعة فقط كان له تأثير سلبي على جودة المراجعة في البنوك المركزية، وكان لنتائج هذه الدراسة آثار على ممارسة وسياسة المراجعة والحوكمة في البنوك المركزية والتي تشمل تصميم هياكل حوكمة مناسبة بالإضافة إلى استراتيجيات المراجعة المناسبة.

دراسة (الريمي، ٢٠٢٢) بعنوان "أثر المراجعة الداخلية في تطبيق مبادئ الحوكمة دراسة ميدانية في البنوك التجارية العاملة بالجمهورية اليمنية": هدفت الدراسة إلى قياس أثر المراجعة الداخلية في تطبيق مبادئ الحوكمة بالبنوك التجارية العاملة في الجمهورية اليمنية، باستخدام المنهج الوصفي التحليلي، والاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهما وجود أثر إيجابي للمراجعة الداخلية في تطبيق مبادئ الحوكمة؛ كما أن هناك متغيرات أساسية يتحدد على أساسها الأثر الإيجابي للمراجعة الداخلية في تطبيق مبادئ الحوكمة تمثل أهمها في توفير المراجعة الداخلية للمعلومات؛ وكذا توافر البنية المؤسسية للمراجعة الداخلية، كما توصلت الدراسة إلى أن متغيرات المراجعة الداخلية وتطبيق مبادئ الحوكمة متوافرة بدرجة مرتفعة بشكل عام؛ مع وجود انخفاض في تنفيذ بعض مهام المراجعة الداخلية، وكذا انخفاض مستوى تطبيق بعض مبادئ الحوكمة.

دراسة (الناغي، حسن، سماحه، ٢٠٢٢) بعنوان "أثر التكامل بين عناصر المدخل السلوكي والمراجعة الداخلية على مستوى جودة المعلومات المحاسبية: دراسة ميدانية في المصارف التجارية": تستهدف الدراسة تحليل جزء من عناصر المدخل السلوكي والمراجعة الداخلية في رفع مستوى جودة المعلومات المحاسبية، ولتحقيق هدف البحث قد تم تحليل تشارك بين عناصر المدخل السلوكي في تفعيل المراجعه الداخلي، وتمثلت نتائج الدراسة في أنه توجد علاقة بين السلوك الإنساني والمراجعة الداخلية، وتوجد أيضا اتجاهات بين السلوكية والمراجعة الداخلية مهمة فاعلة للشركة، وكذلك هناك علاقة ذات دلالة إحصائية للمدخل في تفعيل المراجعة الداخلية، كما أن تكون بين عناصر المدخل السلوكي والمراجعة الداخلية يُسهم في رفع مستوى جودة المعلومات المحاسبية،

وأوصت الدراسة المختصة بالدراسة المهنية للإنسان من جانب المنظمات والهيئات العلمية، كما أوصت بالفعل تفعيل الابلاغ عن غير القواعد والسلوكيات الابداعية وغيرها.

دراسة (Nashat, 2022) بعنوان **"Corporate Governance and the Quality of Audit Process: An Exploratory Analysis Considering Internal Audit, Audit Committee and Board of Directors"**: تهدف هذه الدراسة إلى تقديم فهم أفضل للعلاقات بين آليات حوكمة الشركات الداخلية وجودة عملية المراجعة الخارجية؛ وما هي آليات الحوكمة التي يمكن أن تؤثر على بعض جوانب جودة عملية المراجعة الخارجية، وقد أشارت النتائج إلى أن آليات المراجعة الدولية يمكن أن تسهم في تحسين جوانب مختلفة من جودة المراجعة الخارجية، مثل جودة الأدلة التي تجمعها والتوجيهات القيمة التي تقدمها إلى المراجع الخارجي، ويمكن أن يركز التواصل بين آليات المراجعة الدولية المراجع الخارجي على قضايا مختلفة تتعلق بعملية المراجعة، مثل نتائج المراجعين وفعالية الرقابة الداخلية وقيود النطاق والأخطاء الجوهرية، مما يحسن فعالية عملية المراجعة، وكانت لهذه النتائج آثار على الممارسين والجهات التنظيمية الذين يقيمون دور معايير التدقيق الدولية (ICGM) في تحسين موثوقية التقرير المالي وتقرير المراجع، وأظهرت النتائج أن معايير المراجعة الدولية المختلفة يمكن أن تؤثر على جوانب مختلفة من جودة البيانات المالية، والأهم من ذلك أظهرت النتائج أن ممارسة المراجعة في الأردن تواجه بعض الصعوبات فيما يتعلق باستقلالية المراجع وخاصة في الشركات المحلية الصغيرة وفي تقديم خدمات غير المراجعة، إضافة إلى ذلك لا توجد هيئة مهنية لمجلس الإدارة ولا لجنة المراجعة الداخلية مثل جمعية المحاسبين القانونيين الأردنيين (JACPA) للمراجع الخارجي، وبالتالي يجب أن تخضع مسؤوليات هذه الآليات لإشراف رسمي من سلطة أعلى، وقدمت هذه الدراسة اقتراحاً فريداً لتحسين فعالية ICGM لتحقيق جودة البيئة، كما سلطت هذه النتائج الضوء على أهمية تحسين جودة البيئة كحل لمشاكل الوكالة من خلال الحد من عدم تناسق المعلومات، وتحسين ممارسات الإفصاح ومستوى الثقة وضمان التقارير المالية، بالإضافة إلى ردع السلوك الإنتهازي من مختلف الأطراف.

دراسة (الناغي، الجوهري، عبادي، ٢٠٢٣) بعنوان "أثر التكامل بين آليات الحوكمة والمعايير الدولية للمراجعة الداخلية على جودة المراجعة الخارجية (دراسة تطبيقية)": هدفت الدراسة إلى إختبار أثر التكامل بين الآليات الداخلية للحوكمة والمعايير الدولية للمراجعة الداخلية على جودة المراجعة الخارجية، وفي سبيل تحقيق الهدف تمت الدراسة التطبيقية على شركات المؤشر EXG-100 من الشركات المقيدة بالبورصة المصرية للفترة من ٢٠١٨: ٢٠٢١، حيث أكدت الدراسة على أهمية الآليات الداخلية للحوكمة في تطبيق مبادئ الحوكمة وأخلاقياتها وإلتزام إدارات المراجعة الداخلية بالمعايير الدولية للمراجعة الداخلية لما لذلك من أثر على رفع مستوى جودة المراجعة الخارجية لإضفاء الثقة على القوائم المالية التي تحسن من إتخاذ القرار من قبل المستثمرين وتعزز من المستوى التنافسي للشركة في الأسواق المالية، وتشير نتائج الدراسة إلى وجود أثر معنوي للتكامل بين الآليات الداخلية للحوكمة والمعايير الدولية للمراجعة الداخلية على جودة المراجعة الخارجية مما يؤدي إلى رفع مستواها بشكل فعال، وأوصت الدراسة بالعمل على إعداد قانون موحد يشمل جميع إختصاصات مجلس الإدارة ومهامه ومسئولياته وتكوينه ولجانه بشكل عام وبما يتوافق مع جميع أنواع الشركات والقطاعات المختلفة، والتقيد بدليل الحوكمة والقوانين والقرارت المتعلقة نصاً وروحاً وليس شكلاً.

دراسة (السيد، ٢٠٢٤) بعنوان "العلاقة بين تبنى المعايير الدولية للتقرير المالى IFRs وجودة المراجعة الحقيقية الدور الوسيط لجودة الافصاح دراسة تطبيقية على الشركات غير المالية المقيدة بالبورصة المصرية": هدفت الدراسة إلى اختبار العلاقة بين تبنى IFRs وجودة المراجعة الحقيقية فى ظل جودة الافصاح كمتغير وسيط بالتطبيق على الشركات غير المالية المقيدة بالبورصة المصرية، وتوصلت الدراسة إلى أن جودة الافصاح هو مفهوم لم يحدد بشكل قاطع فى ادبيات البحوث المحاسبية ولكن يتم التعبير عنه من خلال توافر مجموعة من بنود الافصاح تشكل مؤشراً لمستوى جودة الافصاح، كما توصلت الدراسة إلى أن تبنى IFRs يترتب عليه العديد من المنافع للأطراف أصحاب المصالح كتحسين جودة الإفصاح وزيادة الشفافية والوضوح، وتوصلت الدراسة ان البحوث المحاسبية اتجهت الى الاعتماد على مقاييس الجودة المدركة كحجم مكتب المراجعة، والتخصص الصناعى، وتوصلت الدراسة التطبيقية إلى قبول فروض الدراسة، وتوصى

الدراسة بضرورة فهم وادراك منافع تبنى IFRs وبناء مؤشر لجودة الافصاح للشركة المقيدة مع ضروة لتحسين مستوى الثقة فى مهنة المراجعة.

دراسة (Baker et al, 2024) بعنوان "Review of the literature related to audit quality and integrated reporting quality in Jordanian companies": تهدف هذه الدراسة إلى سد الفجوة في الأدبيات من خلال التحقيق في دور جودة المراجعة وجودة التقارير المتكاملة في الشركات الأردنية، ونتيجة لذلك تتحمل الشركات مسؤولية متزايدة عند إعداد التقارير المتكاملة ويجب أن تخضع لمراجعة صارمة للكشف عن الأخطاء والاحتيال، لذلك تعتمد الشركات في الأردن بشكل كبير على جودة المراجعة من خلال عوامل تتعلق باستقلال المراجعيين وخبرتهم المهنية والالتزام بمعايير المراجعة الدولية، حيث تعزز المراجعة الجيد فعالية حوكمة الشركات، مما يؤثر إيجاباً على الاستقرار المالي وسمعة الشركات في السوق، لذلك تحقق الشركات التي تعتمد هذه التقارير أداءً أفضل في السوق وتزيد من ولاء العملاء وتحسن سمعتها في البيئة التنظيمية العالمية.

دراسة (سعد، أحمد، ٢٠٢٤) بعنوان "لجان المراجعة ودورها في تحسين جودة المراجعة الخارجية": هدفت الدراسة إلى معرفة دور لجان المراجعة في تحسين جودة المراجعة الخارجية، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية (SPSS)، وتوصلت الدراسة إلى أن إختيار أعضاء لجنة المراجعة بواسطة المساهمين وبمشاركة مجلس الإدارة تؤدي إلى تحسين جودة المراجعة الخارجية، وأن إختيار أفراد اللجنة من أعضاء غير تنفيذيين يؤدي إلى تحسين جودة المراجعة الخارجية، وتوصلت الدراسة إلى عدد من التوصيات وهي ضرورة زيادة مشاركة لجنة المراجعة في المصارف في دورات تدريبية إضافية لتحسين جودة المراجعة الخارجية، يجب تحديد شروط محددة لمعاقبة لجنة المراجعة في حالة ثبات مشاركتها في عمليات فساد مالي وإداري يؤثر في تحسين جودة المراجعة الخارجية.

دراسة (عبدالحميد، ٢٠٢٤) بعنوان "أثر المراجعة الخارجية على جودة التقارير المالية للبنوك التجارية المصرية . دراسة تطبيقية على البنوك التجارية المقيدة بالبورصة المصرية": هدفت الدراسة إلى تحليل الأثر المباشر للمراجعة الخارجية على تحسين جودة التقارير المالية، مع

التركيز على البنك الأهلي المصري كدراسة حالة، ولتحقيق ذلك تناولت الدراسة استراتيجية استخدام المراجعة الخارجية من خلال تناول نشأة ومفهوم المراجعة الخارجية، وأهداف ممارسات المراجعة الخارجية، والتحديات التي تواجه المراجعة الخارجية كما اعتمدتها الدراسة، وقد ركزت الدراسة على مفهوم جودة التقارير المالية، وخصائص تحسين جودة التقارير المالية، ومؤشرات تحسين جودة التقارير المالية، علاوة على ذلك استكشفت الدراسة العلاقة بين المراجعة الخارجية وتحسين جودة التقارير المالية، وخلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية على أبعاد التدقيق الخارجي وهي المؤهل العلمي والخبرة للمراجع الخارجي، استقلال وموضوعية المراجع الخارجي، خصائص المراجع الخارجي، والتزام المراجع الخارجي بمعايير إعداد التقارير المالية.

دراسة (Baker et al, 2025) بعنوان "The Impact of Legal Auditors on Financial Reports Quality in Jordanian Companies": هدفت هذه الدراسة إلى دراسة تأثير المراجعين القانونيين على جودة التقارير المالية في الشركات الأردنية، وكشفت نتائج اختبار الفرضيات أن التزام جميع العناصر المدروسة بالمعايير المهنية والاستقلالية والنزاهة والمراجعين القانونيين والمعرفة القانونية والمحاسبية والمسؤولية والأخلاقيات لها آثار إيجابية كبيرة على جودة التقارير المالية، ومن بين هذه العناصر كان للمراجعين القانونيين التأثير الأكبر، تليها المعرفة القانونية والمحاسبية، مما يسلط الضوء على الأدوار الحاسمة التي تلعبها هذه العوامل في ضمان جودة التقارير المالية في الشركات الأردنية، وسلطت هذه النتائج الضوء على أهمية الحفاظ على معايير عالية من الاحتراف والفهم والاستقلال والنزاهة والسلوك الأخلاقي بين السلطات المحلية لتعزيز FRQ.

التعليق على الدراسات السابقة:

من خلال تحليل الدراسات السابقة حول أثر تطبيق معايير الحوكمة على كفاءة عمليات المراجعة الخارجية في المؤسسات المالية، يمكن تقديم تعليق شامل حول أوجه الاتفاق والاختلاف بين تلك الدراسات، مما يوضح الفجوات البحثية التي يمكن أن يسهم هذا البحث في معالجتها.

فيما يتعلق بالتأثير البيئي والتنظيمي على العلاقة بين الحوكمة وكفاءة التدقيق فهناك دراسات مثل (OECD2021)توضح أن أثر الحوكمة على التدقيق يكون أقوى في الدول ذات الأطر

الرقابية القوية، وفي المقابل وجدت دراسات أخرى (IAASB, 2023) أن تأثير الحوكمة قد يكون أقل في الدول ذات الأطر الرقابية الضعيفة، حيث يمكن أن تظل هناك ثغرات تؤثر على جودة التدقيق، وهذا يدعو إلى تحليل دور البيئة التنظيمية في مصر، وهل تساهم التشريعات المحلية في تعزيز العلاقة بين الحوكمة وكفاءة المراجعة الخارجية؟

ونظراً لاتفاق الدراسات على دور الحوكمة في تحسين جودة التدقيق، يجب التركيز على تحليل مدى التزام المؤسسات المالية في مصر بتلك المعايير وتأثيرها على التدقيق الخارجي، وبسبب التباين في نتائج الدراسات حول تكلفة التدقيق الخارجي، ينبغي دراسة تأثير متغيرات مثل حجم المؤسسة المالية وهيكلها الإداري على تلك التكلفة، فضلاً عن أنه نظراً لاختلاف الدراسات حول دور جودة التدقيق كمتغير وسيط، فمن المهم إجراء تحليل تجريبي لمعرفة ما إذا كانت جودة التدقيق الخارجي في المؤسسات المصرية تلعب هذا الدور أم لا، وبالنظر إلى تباين التأثير حسب البيئة التنظيمية، يوصى بتحليل الأطر الرقابية المصرية ومدى تأثيرها على العلاقة بين الحوكمة وكفاءة التدقيق الخارجي.

نواحي الاتفاق:

هناك نواحي لإتفاق هذه الدراسة البحثية مع الدراسات والبحوث السابقة نوجزها فيما يلي:

١ . تتفق الدراسات على أهمية الحوكمة في تحسين جودة التقارير المالية، حيث أن تطبيق معايير الحوكمة يعزز جودة التقارير المالية، مما ينعكس إيجابياً على كفاءة عمليات المراجعة الخارجية، ويرجع ذلك إلى أن أنظمة الحوكمة القوية تفرض مزيداً من الشفافية والإفصاح، مما يقلل من فرص التلاعب المحاسبي، ويجعل عملية المراجعة أكثر كفاءة، وهذا الاتفاق يعزز من أهمية دراسة مدى تأثير إلتزام المؤسسات المالية في مصر بمعايير الحوكمة على دقة وكفاءة عمليات المراجعة الخارجية.

٢ . أهمية دور استقلالية لجان المراجعة في كفاءة التدقيق، حيث يوجد إجماع على أن وجود لجنة مراجعة مستقلة وفعالة يعزز من كفاءة عملية التدقيق الخارجي، حيث يساعد ذلك في تقليل مخاطر الأخطاء المحاسبية وتحسين الالتزام بالمعايير المحاسبية الدولية، وهذه النتيجة تدعم

فرضية البحث بأن تحسين استقلالية لجان المراجعة في البنك الأهلي المصري قد يسهم في رفع كفاءة عمليات المراجعة الخارجية.

٣ . العلاقة بين الشفافية وكفاءة التدقيق، حيث تتفق الأبحاث على أن زيادة مستويات الإفصاح المالي تساهم في تسهيل عملية التدقيق، مما يقلل من الوقت والتكاليف المطلوبة للمراجعة الخارجية، ومع ذلك يمكن ملاحظة الحاجة إلى تحليل مدى التزام المؤسسات المالية المصرية بمعايير الإفصاح وتأثير ذلك على فعالية المراجعة الخارجية.

نواحي الاختلاف:

هناك نواحى اختلاف بين هذه الدراسة البحثية وبين الدراسات والبحوث السابقة تمثلت فيما يلي:

١ . أثر معايير الحوكمة على تكلفة التدقيق الخارجي، حيث أن بعض الدراسات تشير إلى أن تعزيز الحوكمة يقلل من تكاليف التدقيق الخارجي نظرًا لانخفاض مستوى المخاطر المالية والتشغيلية، في المقابل هناك دراسات أخرى ترى أن زيادة متطلبات الحوكمة تفرض مزيداً من الإجراءات الرقابية، مما قد يزيد من تكاليف المراجعة الخارجية، هذا الاختلاف يدعو إلى تحليل دقيق للعلاقة بين مستوى الحوكمة في المؤسسات المالية المصرية وتكاليف التدقيق الخارجي، مع مراعاة العوامل البيئية والتنظيمية الخاصة بمصر.

٢ . جودة المراجعة كمتغير وسيط في العلاقة بين الحوكمة وكفاءة التدقيق، حيث أن بعض الدراسات ترى أن الحوكمة تؤثر بشكل مباشر على كفاءة التدقيق الخارجي، حيث تؤدي إلى تحسين بيئة العمل المالي وتقليل المخاطر، بينما يرى باحثون آخرون أن جودة المراجعة الخارجية قد تكون متغيراً وسيطاً، حيث تؤثر جودة المراجعة على كيفية تطبيق معايير الحوكمة في المؤسسات المالية، ويفتح هذا التباين الباب أمام دراسة أعمق لدور جودة التدقيق في مصر، وهل تلعب دوراً وسيطًا بين الحوكمة وكفاءة عمليات المراجعة الخارجية في المؤسسات المالية.

وبنظرة متأنية لكل من نواحي الإتفاق والإختلاف بين البحث محل الدراسة والبحوث والدراسات السابقة؛ يتضح من خلال تحليل نواحي الاتفاق والاختلاف أن هناك إجماعاً على أن تطبيق معايير الحوكمة يعزز من كفاءة عمليات المراجعة الخارجية من خلال تحسين جودة التقارير المالية، ودعم

استقلالية لجان المراجعة، وزيادة مستويات الإفصاح، ومع ذلك توجد اختلافات حول تأثير الحوكمة على تكلفة التدقيق، ودور جودة المراجعة كمتغير وسيط، وتأثير البيئة التنظيمية على تلك العلاقة.

لذلك يمكن لهذا البحث أن يسد الفجوة البحثية من خلال دراسة تطبيقية على البنك الأهلي المصري، لتحليل كيف تؤثر معايير الحوكمة على كفاءة التدقيق الخارجي في ظل البيئة التنظيمية الخاصة بمصر.

الإطار النظري للبحث:

في اطار ما تصبو إليه الدراسة من تحقيق أهدافها وسعياً نحو اختبار فروضها والإجابة على تساؤلاتها البحثية، يمكن للباحث تنظيم بقية محتويات الدراسة من خلال استعراض الدراسة النظرية من مختلف جوانب الموضوع، والتي تحتوي على دراسة معايير الحوكمة وأثر تطبيقها على كفاءة عمليات المراجعة الخارجية في المؤسسات المالية، ثم يتم تناول تصميم الدراسة التطبيقية واختبار الفروض البحثية.

ولذلك فقد تناول الباحث الإطار النظري تحقيقاً للهدف من البحث حيث تم تبويب خطة الدراسة على النحو التالى:

أولاً: الإطار النظري لمعايير الحوكمة:

مع ظهور حالات كثيرة من إفلاس المؤسسات وضعف أدائها أصبح هناك إهتمام كبير بتطبيق آليات الحوكمة؛ خاصة وأنها تحقق العديد من الفوائد التي تمكن المؤسسات من الحصول على التمويل اللازم بسهولة وتقليل المخاطر التي تواجهها والحد من الفساد والتواطؤ بين المديرين والموظفين وتقليل فرص حدوث الأزمات المالية وتحسين مستوى الثقة مع أصحاب المصلحة وتفعيل الرقابة على أداء المؤسسة وأداء مجلس الإدارة. (حامد، ٢٠٢٣)

قام البنك الأهلي المصري بوضع دليل الحوكمة "أسلوب ممارسة الحوكمة الرشيدة" وتم اعتماده لأول مرة من مجلس الإدارة عام ٢٠١٢ ويتم مراجعة الدليل وتطويره وتعديله كل سنتين أو عند الحاجة من وقت لأخر ليقابل الاحتياجات المتغيرة للبنك والجهات الرقابية زكذا وفقاً لأفضل الممارسات الدولية. (دليل الحوكمة، ٢٠٢٢)

لقد ظهرت الحاجة إلى تدعيم عملية الرقابة خاصة فيما يتعلق بلجان المراجعة إضافة إلى كيفية الالتزام بالمعايير والإجراءات ومدى استقلالية المراجعين الداخليين والخارجيين، بما يضمن الشفافية وكفاءة أكثر فعالية تضمن لكل المساهمين والأطراف الفاعلة حقوقهم وتحقق للمنشأة الأداء المطلوب، ولذلك فهناك أهمية لتطبيق مبادئ الحوكمة وأخلاقياتها والإلتزام بها، لما لذلك من أثر على رفع مستوى جودة المراجعة الخارجية لإضفاء الثقة على القوائم المالية التي تحسن من إتخاذ القرار من قبل المستثمرين وتعزز من المستوى التنافسي للشركة في الأسواق المالية.

وتأسيساً على ما تقدم؛ تم استعراض هذا الموضوع كما يلي:

١ . مفهوم الحوكمة بالبنوك والمؤسسات المالية:

إن كلمة "الحوكمة" مشتقة من الفعل حكم، يحكم، حكماً، ويقال إن الشخص حكيم أي أنه صار حكيماً، وأن أفعاله وأقواله تصدر عن رؤية ورأى سديد، وحكم الشيء يعني منعه من الفساد، ولقد ظهرت الحوكمة بمسميات عديدة كالحكم أو الحاكمية أو الحكم الرشيد، ورغم اختلاف مسمياتها إلا أن المضمون واحد وهي أن الحوكمة تعني إدارة قائمة على النزاهة والشفافية والمساءلة والمحاسبة ومكافحة الفساد وتحقيق العدالة دون تمييز وتطبيق القانون على الجميع مع توفير رقابة داخلية وخارجية، والحوكمة في الاصطلاح تعني الممارسة الرشيدة لسلطات الإدارة من خلال الارتكاز على قوانين ومعايير وقواعد منظمة، وتعتبر الحوكمة مهمة في المؤسسات المالية خاصة وأنها محور النشاط الاقتصادي وبالتالي فإن الفشل في المؤسسات المالية سيؤدي الى عرقلة النمو الاقتصادي، وثقة العملاء تشكل حجر الأساس في نشاط المؤسسات المالية وفقدان الثقة سيؤدي الى عرقلة المؤسسات المالية للحصول على مواردها المالية بتكلفة معقولة وبالتالي سيؤدي ذلك الى التأثير على النظام المالي للإقتصاد بشكل كامل.

وتعرف حوكمة الشركات حديثاً بأنها نظام صارم للرقابة على الجوانب المالية وغير المالية ويتم من خلاله وبواسطته توجيه ومراقبة الشركة بأكملها، والتحديد الدقيق لأدوار الفاعلين الرئيسيين بالشركة، وهم المساهمون ومجلس الإدارة والإدارة التنفيذية للشركة وأصحاب المصالح. (الهيئة العامة للرقابة المالية، ٢٠١٦)

وعرف البنك الأهلي المصري الحوكمة بأنها "مجموعة العلاقات بين إدارة البنك ومجلس إدارته وحملة الأسهم به وأصحاب المصالح الأخرى، مع تحديد واضح للسلطات والمسئوليات لكل منهم وتتناول الحوكمة الأسلوب الذي يتبعه المجلس والإدارة العليا للبنك لتوجيه ومباشرة شئونه وأنشطته اليومية والتي تؤثر على وضع الإستراتيجيات وتحديد الأهداف ومباشرة أعمال وأنشطة البنك اليومية، وتحديد مستوى المخاطر المقبول للبنك، واتباع سياسات فعالة للإفصاح والشفافية، وإقامة التوازن بين الإلتزام بالمسئولية تجاه المساهمين وحماية مصالح المودعين وأخذ مصلحة أصحاب المصالح الأخرى في الاعتبار، والتأكد من أن نشاط البنك يتم بأسلوب آمن وسليم وفي إطار الالتزام بالقوانين والضوابط السارية.

ويقوم البنك الأهلي المصري بتطبيق وممارسة الحوكمة وضمان توافر نظام فعال من المراجعة والموازنة وإبداء آراء موضوعية فيما يتعلق بأنشطة البنك والقرارات المتخذة من قبل مجلس الإدارة، ويتم ذلك من خلال التوازن والاستقلالية وموضوعية مجلس إدارته وذلك بتقسيم أعضاء المجلس إلى أعضاء تنفيذيين وأعضاء غير تنفيذيين؛ مما يتمتعون بمجموعة من المهارات والخبرات تؤهل كل واحد منهم بأن يبدي رأيه في مناقشات المجلس باستقلالية تامة مما ينعكس ذلك على سلامة اتخاذ القرار. (دليل الحوكمة، ٢٠٢٢)

أي أن الحوكمة من المنظور المصرفي تعني الطريقة التي تدار بها شئون البنك من قبل مجلس الإدارة والإدارة العليا، بما في ذلك كيف يتم وضع استراتيجية وأهداف البنك بما فيها تحقيق عوائد اقتصادية للمالك، وتحديد مستوى تحمل البنك للمخاطر، وإدارة العمليات اليومية للبنك، مع مراعاة مصالح كل من لهم اهتمام بالبنك مثل الموظفين والعملاء والمساهمين والمودعين وغيرهم، وموائمة أنشطة وتصرفات البنك بحيث يقوم البنك بعمله بطريقة آمنة وسليمة، والالتزام بتطبيق القوانين السارية ومراعاة القواعد الخاصة بالإجراءات.

ويرى الباحث أن هناك أهمية كبيرة لحوكمة الشركات والمؤسسات تتمثل في أنها تساعد على تحسين الأداء المالي لها وتعزز من ثقة المستثمرين فيها، كما أنها تحمي حقوق جميع أصحاب المصلحة وتضمن حوكمة الشركات استدامة الشركات والمسئوليات، خاصة وأن الهداف من تطبيق حوكمة الشركات هو أنها تساعد على تحسين الأداء من خلال مجموعة من العوامل التي تتمثل في

تحسين اتخاذ القرارات وزيادة كفاءة استخدام الموارد وتقليل المخاطر، وتعزيز ثقة المستثمرين وتحسين بيئة الاستثمار وتعزيز المسؤولية الاجتماعية للشركات، وتحسين كفاءة إدارة الشركات وتعزيز الابتكار من خلال خلق بيئة عمل إيجابية وتشجيع الشركات على تبني أفكار جديدة، وبشكل عام فإن حوكمة الشركات تهدف إلى خلق بيئة عمل سليمة تضمن تحقيق أهداف الشركات بشكل مستدام مع مراعاة حقوق جميع أصحاب المصلحة.

أ . تعريف الحوكمة وفقاً للمنظمات الدولية:

قدمت الأمم المتحدة ثمانية عناصر أساسية للحوكمة الرشيدة وهي المشاركة في اتخاذ القرارات، التوافق بين الجهات المشاركة في إدارة شؤون الدولة، المساءلة، الشفافية، الاستجابة لمتطلبات الناس، الفعالية والكفاءة، الإنصاف والشمول، سيادة القانون، كما اعتمد برنامج قياس جودة الحكم التابع للبنك الدولي ستة عناصر للحوكمة الرشيدة هي السيطرة على الفساد، فعالية الحكومة، الاستقرار السياسي، جودة التشريعات وتطبيقها، سيادة القانون، المشاركة والمساءلة، وفي تقرير الأمم المتحدة عن التنمية في الشرق الأوسط. أشار التقرير إلى أن هناك قيمتين أساسيتين للحكم الراشد هما: المساواة والشفافية. (موقع البنك الدولي، https://cutt.us/8jGvW)

أما البنك الدولي فقد ربط بين الإدارة الرشيدة لموارد الدولة وديمقراطية الحكم، وعرف البنك الدولي الحكم السيئ على أنه شخصنة السلطة، وعدم احترام حقوق الإنسان، واستشراء الفساد، ووجود حكومات غير منتخبة وغير ممثلة للشعوب، وقد عرف أيضاً الحكم الجيد على أنه الطريقة التي يتم من خلالها ممارسة السلطة في إدارة الموارد الاقتصادية والاجتماعية للدولة. (مفاهيم وسياسات الحوكمة في الأدبيات العربية والغربية، https://cutt.us/xCOUO)

وقد عرفها مجلس حوكمة الشركات بأنها "إطار القواعد والعلاقات والنظم والعمليات التي يتم من خلالها ممارسة السلطة والسيطرة عليها داخل المؤسسات، إنها ترافق الآليات التي يتم بمقتضاها محاسبة المؤسسات. (https://scholar.google.com.eg/scholar)

أما منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية (OECD) فقد عرفتها بأنها "مجموعة العلاقات بين إدارة المؤسسة ومجلس إدارتها والمساهمين وأصحاب المصالح الآخرين، التي توفر أطراً وآليات لتحديد أهداف المؤسسة وطرق تنفيذها وآليات الرقابة على الأداء، ويتم من خلالها توجيه أعمال

الشركات ومراقبتها اعتماداً على هيكل توزيع الواجبات والمسئوليات بين الأطراف المشاركة في المؤسسة. (OECD, 2017)

وعرفت مؤسسة التمويل الدولية الحوكمة "بأنها نظام يتم من خلاله إدارة المؤسسات والتحكم في أعمالها. (IFC)

كما عرفها معهد المدققين الداخلين بأنها العمليات التي تتم من خلال الإجراءات المستخدمة من ممثلي أصحاب المصالح من أجل توفير إشراف على إدارة المخاطر والرقابة على مخاطر الشركات والتأكد من كفاية الضوابط لإنجاز الأهداف والمحافظة على قيمة الشركة من خلال أداء الحوكمة فيها. (IIA)

ويمكن للباحث تعريف الحوكمة بأنها "الضوابط التي تضمن ممارسة الإدارة الرشيدة من خلال الإلتزام بتطبيق القواعد والإجراءات والنظم الإدارية والقانونية والمحاسبية والمالية والاقتصادية؛ والتعليمات التي توجه سلوك المنشأة وتحكم العلاقة بين كل الأطراف المشاركة في النشاط لضمان حسن إدارة المنشأة والحد من التصرفات غير السليمة والممارسات الخاطئة للمديرين فيها؛ وتحسين الأداء ونزاهة السلوكيات واستغلال الموارد بكفاءة وفاعلية من أجل تحقيق أهداف الشركة؛ وبما يحافظ على مصالح الأطراف ذات الصلة بالمنشأة".

ب . المبادئ الأساسية للحوكمة:

تشمل مبادئ الحوكمة القدرة على مساءلة جميع العاملين في إدارة الشركة والمسؤولين، حيث يتحملون المسؤولية الكاملة عن قراراتهم وأفعالهم ويقدمون التقارير ويخضعون للمساءلة عن أدائهم، بالإضافة إلى تطبيق الشفافية على جميع العاملين داخل المؤسسات والشركات ونشر المعلومات بوضوح وشفافية، حيث يجب أن تكون جميع المعلومات المتعلقة بأداء الشركة وخططها المستقبلية متاحة لجميع أصحاب المصلحة، كما يجب أن تكون الشركة شفافة حول كيفية استخدامها للموارد، وتهدف مبادئ الحوكمة أيضاً إلى حفظ مصالح العمل والعمال بعدم التمييز والتعامل العادل والمنصف مع الجميع، ومنع استغلال السلطة لتحقيق مصالح شخصية، وضمان تحقيق الجودة وتطبيق الرؤية الاستراتيجية للمؤسسة، مع إدارة فعالة تتبع المعايير والممارسات الحديثة وتحقق الأهداف المحددة بأعلى مستويات الجودة الممكنة.

وعلى ذلك فإن مبادئ الحوكمة تتمثل في الشفافية والمساءلة وحماية مصالح جميع الأطراف وضمان النزاهة والجودة والحوكمة الرشيدة داخل المؤسسات المالية، وغياب الحوكمة يؤدي إلى خسائر مالية وضرر في السمعة وضعف في اتخاذ القرار، إلى جانب عواقب قانونية واستياء الموظفين وصعوبة جذب المستثمرين، لذلك تعتمد المؤسسات الناجحة على تعزيز نظم الحوكمة لضمان الكفاءة التشغيلية وتعزيز ثقة أصحاب المصالح وتحقيق النمو المستدام. (طايع وأخرين، ٢٠٢٢)

ولضمان التطبيق الفعال لمبادئ الحوكمة تعتمد البنوك والمنشآت المالية استراتيجيات متعددة تشمل التدريب المستمر للموظفين واستخدام تكنولوجيا المعلومات لتعزيز الشفافية وإنشاء لجان مستقلة لمراقبة تطبيق المبادئ، والحوكمة تلعب دوراً كبيراً في تحسين إدارة الموارد من خلال ضمان الاستخدام الأمثل للأصول والموارد المالية، كما أنها تساهم في تحقيق أعلى مستويات الكفاءة والفعالية.

ويهدف مبدأ الشفافية إلى تعزيز وضوح العمليات داخل المؤسسة وإتاحة المعلومات للمواطنين وأصحاب المصلحة بشكل واضح ودقيق ومستمر، أي أنها تعني كشف المعلومات المالية والإدارية بشكل واضح ، بحيث تكون جميع القرارات والمعلومات المالية والإدارية متاحة لجميع الأطراف المعنية بما في ذلك الموظفين والمساهمين والجمهور، وتتطلب الشفافية نشر تقارير مالية وإدارية دورية مع إتاحة المعلومات بشكل يسهل الوصول إليه، مما يمنع تضارب المصالح ويحسن مستوى الثقة بين أصحاب المصالح والمؤسسة، كما تسهم الشفافية في تقليل فرص الفساد وتعزيز بيئة عمل نزيهة، وقد عرفت هيئة الأمم المتحدة الشفافية بأنها "حرية تدفق المعلومات، أي توفير المعلومات بطريقة متفتحة تسمح لأصحاب المصالح بالحصول على المعلومات الضرورية للحفاظ على مصالحهم، واتخاذ القرارات المناسبة واكتشاف الأخطاء". (رينوبة، ٢٠١٨)

ووفقاً لمبدأ الإفصاح فإنه ينبغي على إطار حوكمة الشركات أن يضمن القيام بالافصاح السليم والصحيح وفي الوقت المناسب عن كافة الموضوعات الهامة المتعلقة بالمؤسسة بما في ذلك المركز المالي والأداء وحقوق الملكية وحوكمة الشركات، حيث يجب تضمين جميع المعلومات ذات الصلة والضرورية لفهم البيانات المالية للمؤسسة في ملفات المؤسسة العامة، ويمثل الإفصاح

الجيد والشفافية في عرض المعلومات المالية وغير المالية أحد المبادئ والأركان الرئيسية التي تقوم عليها حوكمة المؤسسات، لذلك لم يخلو أي تقرير صادر عن منظمة أو هيئة أو دراسة علمية من التأكيد على دور الحوكمة في تحقيق الإفصاح والشفافية خاصة وأنهما من الأساليب الفعالة لتحقيق مصالح الأطراف المختلفة ذات العلاقة، ويمثلان أحد المؤشرات الهامة للحكم على تطبيق نظام الحوكمة من عدمه داخل المؤسسات المختلفة. (رينوبة، ٢٠١٨)

أما المساءلة فتعني ضرورة تحمل المسؤولية عن القرارات والأفعال مع وجود آليات واضحة لفرضها، أي تحديد المسؤوليات والمحاسبة على الأفعال، ويهدف مفهوم المساءلة إلى وجود طرق مؤسسية تمكن من مساءلة الشخص المسؤول ومراقبة أعماله وتصرفاته في إدارة الشئون العامة، مع إمكانية القيام باقالته إذا تجاوز السلطة أو أخل بثقة الناس وهذه المساءلة تكون مضمونة بوجود القانون ومتحققة بوجود قضاء عادل مستقل ومحايد ومنصف، ولكنها تستهدف قدرة تمكين ذوي العلاقة من متابعة ومساءلة الموظفين والمسؤولين عن طريق القنوات والأدوات المناسبة دون أن يؤدي ذلك إلى تعطيل العمل، فمبدأ المساءلة مرتبط بمساءلة كل من يقوم بارتكاب الأخطاء من خلال تفعيل القوانين والأنظمة دون أن تقتصر إلى جانب العقاب وإنما يجب أن ترتكز إلى جانب الثواب أيضاً كحافز للمسؤولين على أداء مهامهم بإخلاص وإتقان، وتعتبر الرقابة الداخلية أحد أهم الأساليب لتحقيق المساءلة داخل المؤسسات. تشتمل على آليات لمراقبة الأداء والتأكد من التزام جميع الأقسام بالقوانين والمعايير المعمول بها، وتعزز هذه الآليات من قدرة المؤسسات على التحقق من صحة الإجراءات المتبعة وتحديد المسؤوليات بوضوح لضمان تحقيق الأهداف المنشودة. (الشباطات، ٢٠١٨)

ومن مبادئ الحوكمة الرئيسية للمؤسسات المالية التي تضمن إدارة فعالة وشفافة للمؤسسات المالية، وحماية مصالح المساهمين والعملاء والمستثمرين ما يلي: (بكة، ٢٠٢٥)

- الشفافية في الكشف عن معلوماتها المالية والتشغيلية واتخاذ قراراتها بطريقة مفهومة ومسؤولة.

- توزيع الأدوار والمسؤوليات بين إدارتها التنفيذية ومجلس الإدارة، ليكون لكل جهة دور محدد ومسؤوليات واضحة في اتخاذ القرارات وضمان التحكم الفعال في الأنشطة المالية والمخاطر.
- تمتع أعضاء المجلس بالكفاءة والاستقلالية في اتخاذ القرارات المهمة والمراجعة الفعالة لأداء الإدارة.
- وضع إطارات وسياسات وإجراءات فعالة لمعالجة وتقليل المخاطر والحفاظ على استدامة المؤسسة.
- إحترام المؤسسة لمعايير رأس المال المطلوبة وتضمن وجود سيولة ملائمة لتلبية الالتزامات المستحقة.
- الالتزام بالقوانين والتنظيمات المالية المعمول بها، وتطبيق معايير السلوك المهني والأخلاقي.

وعلى ذلك يرى الباحث أن مبادئ الحوكمة تتمثل في الشفافية والمساءلة وحماية مصالح جميع الأطراف وضمان النزاهة والجودة، والحوكمة الرشيدة داخل المؤسسات المالية، وغياب الحوكمة يؤدي إلى خسائر مالية وضرر في السمعة وضعف في اتخاذ القرار إلى جانب عواقب قانونية واستياء الموظفين وصعوبة جذب المستثمرين، لذلك تعتمد المؤسسات الناجحة على تعزيز نظم الحوكمة لضمان الكفاءة التشغيلية، وتعزيز ثقة أصحاب المصالح، وتحقيق النمو المستدام، كما يرى الباحث أن مبادئ حوكمة الشركات تتمثل في العدالة والمساواة بين جميع أصحاب المصلحة والشفافية والمساءلة في إدارة الشركات والمسؤولية الاجتماعية للشركات والاستقلالية والنزاهة في إدارة الشركات والمؤسسات.

٢ . تطور معايير الحوكمة في المؤسسات المالية:

ظهر مفهوم الحوكمة فى بداية الأمر مرتبطاً بالشركات، وهو مفهوم غير محدد حيث يتفاوت من علم اجتماعى إلى آخر، إلا أنه استقر بعد نحو نصف قرن من الزمن ليشير إلى استخدام مجموعة من القواعد والآليات الرامية إلى تعزيز شفافية القرارات والتعاقدات والمعاملات بما يحسن كفاءة الشركات، ويدعم سبل الرقابة عليها. (الرفاعى، فائقة، وآخرون، ٢٠١٥)

وترجع بداية فكرة الحوكمة فى الشركات إلى القرن التاسع عشر، وكان الهدف إيجاد قواعد للسلوك الحميد لمجلس الإدارة، وفى القرن العشرين وبعد الأزمة الاقتصادية العالمية عام ١٩٢٩ بدأ فقهاء القانون والاقتصاد فى ابتكار وسائل تحكم إدارة الشركات، وجاءت من مدرسة شيكاجو الاقتصادية عام ١٩٣٧ فكرة الربط بين تكلفة المعاملات وتصرف الشركات، ثم فى عام ١٩٨٣ جاءت فكرة فصل الملكية عن الإدارة ونظرية الوكالة كوسيلة لفهم حوكمة الشركات، وعقب نهاية الحرب العالمية الثانية عام ١٩٤٥ ومع ظهور الشركات دولية النشاط شهدت الولايات المتحدة الأمريكية دراسات هامة فى شأن الشفافية والمساءلة فى إدارة الشركات بواسطة أساتذة جامعة هارفارد. (الحصري، ٢٠٢٤)

وعلى ذلك فإن الحوكمة الفعالة للشركات في مصر تعتمد على وجود مجلس إدارة جيد التنظيم، ويشمل ذلك الامر؛ تحديد المسئوليات وإدراج مديرين مستقلين وإنشاء لجان رئيسية مثل التدقيق وإدارة المخاطر لتعزيز الرقابة على مجلس الإدارة واتخاذ القرارات الاستراتيجية، وتشمل الحوكمة المالية القدرة على مواكبة متطلبات الامتثال، مثل تحديثات المعايير الدولية لإعداد التقارير المالية (IFRS) والمبادئ المحاسبية المقبولة عموماً (GAAP).

أ . لمحة تاريخية عن تطور معايير الحوكمة:

يوجد الكثير من العوامل التي أثرت على تطور حوكمة الشركات في العالم، ففي خلال فترة الثمانينيات والتسعينيات من القرن الماضي شهدت تلك الفترة العديد من الفضائح المالية والمحاسبية، مثل فضيحة WorldCom،Enron، وكذلك العولمة التي أدت إلى زيادة حجم الشركات وتنوعها والتطورات التكنولوجية مما أدى إلى تغيرات كبيرة في بيئة الأعمال وزاد من تعقيد إدارة الشركات، التي أدت إلى انهيار ثقة المستثمرين في الشركات، الأمر الذي أدى إلى زيادة الطلب على المزيد من الشفافية والمساءلة في إدارة الشركات، مما أدى للحاجة إلى قواعد حوكمة تتكيف مع هذه التغييرات، واستدعى ذلك ضرورة حوكمة الشركات كحركة إصلاحية. (https://spskills.com/articles/governance)

هذا وقد ظهرت أهمية حوكمة الشركات بشكل خاص بعد انهيار سوق الأسهم عام ١٩٨٧، حيث أدت الفضائح المالية المتكررة إلى فقدان ثقة المستثمرين في الشركات، ولهذا بدأت الحكومات

والمنظمات الدولية في سن قوانين وتشريعات تهدف إلى تحسين حوكمة الشركات، وذلك بهدف حماية حقوق المساهمين من خلال ضمان الشفافية والمساءلة في إدارة الشركات، وتحسين الأداء المالي لأن الشركات التي تتمتع بحوكمة جيدة تتمتع بأداء مالي أفضل من الشركات التي لا تتمتع بحوكمة جيدة.

وقد تطورت حوكمة الشركات وفقاً لخمس مراحل رئيسية؛ حيث كانت المرحلة الأولى حتى عام ١٩٣٠ والتي سيطر فيها المالكين على الشركات وغابت قواعد حوكمة الشركات وكان التركيز فيها على الربح خلال المدى القصير، أما المرحلة الثانية فكانت خلال الفترة من عام ١٩٣٠ حتى عام ١٩٨٠ والتي ظهور فيها قوانين وتشريعات تنظم عمل الشركات وبدأ إنشاء مجالس الإدارات ومن ثم تم فصل الملكية عن الإدارة، وبدأت المرحلة الثالثة في الفترة من عام ١٩٨٠ حتى عام ٢٠٠٠ وكان التركيز فيها على حقوق المساهمين وبدأ ظهور مبادئ حوكمة الشركات وإنشاء لجان متخصصة في مجالس الإدارة، والمرحلة الرابعة كانت خلال الفترة من عام ٢٠٠٠ حتى عام ٢٠١٠ وكان التركيز فيها على المسؤولية الاجتماعية للشركات وظهرت مبادئ حوكمة الشركات العالمية وزيادة الوعي بأهمية حوكمة الشركات، أما المرحلة الخامسة فكانت خلال الفترة من عام ٢٠١٠ حتى الأن وكان التركيز فيها على حوكمة الشركات في الشركات الصغيرة والمتوسطة والتركيز على حوكمة الشركات في الشركات العائلية والتركيز أيضاً على حوكمة الشركات في ظل التكنولوجيا الرقمية، وقد هدفت حوكمة الشركات إلى تحسين الأداء المالي للشركات وتعزيز ثقة المستثمرين في الشركات وحماية حقوق جميع أصحاب المصلحة وضمان استدامة الشركات. (https://spskills.com/articles/governance)

ب . التغيرات التنظيمية الأخيرة في مصر وفقًا للبنك المركزي المصري:

صدر قانون البنك المركزي رقم ١٩٤ لسنة ٢٠٢٠ بهدف تعزيز وتطوير مفهوم الحوكمة ونظم الرقابة الداخلية بالقطاع المصرفي وذلك في ضوء أهميتهما في الحفاظ على الاستقرار المصرفي ومواجه التحديات المختلفة، وقد تضمنت تعليمات الحوكمة والرقابة الداخلية للبنوك جزئين، الأول يتعلق بالحوكمة التي تنظم العلاقة بين مجلس إدارة البنك والإدارة العليا وحملة الأسهم وأصحاب المصالح الأخرى، وتحدد واجبات ومسئوليات كل منهم بالإضافة إلى تحديد النهج الذي يتبعه

المجلس والإدارة العليا لتوجيه البنك ومباشرة شئونه وأنشطته، وكذلك الأسس المتبعة للاشراف على الآداء بما يؤدي إلى الإستخدام الأمثل لموارد البنك والمحافظة على استقراره، أما فيما يتعلق بالجزء الثاني فيشمل ضرورة توافر نظاماً شاملاً للرقابة الداخلية بكل بنك يتم بمقتضاه مراقبة ومراجعة كافة أنشطة وعمليات البنك بشكل مستمر من خلال كل من مجلس الإدارة واللجان المنبثقة عنه، والإدارة العليا وكافة العاملين بالبنك وبمراعاة خضوع النظام للتقييم والتطوير الدوري، وتسري هذه التعليمات عل كافة البنوك العاملة بمصر، ويتعين عل فروع البنوك الأجنبية الالتزام بهذه التعليمات بالقدر الذي ينطبق عليها أو بتلك المطبقة بالمركز الرئيسي للبنك أيهما أكثر تحفظاً، وفي حالة وجود تعارض فيما بينهما يجب تقديم المبررات اللازمة والحصول عل موافقة البنك المركزي المصري.

وفيما يتعلق بتشكيل لجنة الحوكمة بالبنوك فإنها تتكون من عدد فردي لا يقل عن ثلاثة من أعضاء المجلس غير التنفيذيين على الأقل، ويفضل أن يكون رئيس اللجنة من الأعضاء غير التنفيذيين المستقلين وتعقد اللجنة إجتماعاً كل ٦ أشهر بحد أدنى، ويقع عل عاتق اللجنة مسئولية التأكد من التقييم الدوري لنظام الحوكمة بالبنك وتقديم مقترحاتها بشأن سياسة الحوكمة، وإعداد تقرير الحوكمة للبنك وعرضه على المجلس لاعتماده بشكل سنوي على الأقل مع موافاة البنك المركزي بنسخة منه، ومراجع التقرير السنوي للبنك فيما يتعلق بالبنود الخاص بالحوكمة، ودراسة ملاحظات تفتيش البنك المركزي عل نظام الحوكمة وأخذها فى الإعتبار ومتابعة تنفيذ الإجراءات التصويبية بشأنها.

وفيما يتعلق بالإفصاح والشفافية فإنه يتعين على البنك الالتزام بالإفصاح فى الوقت المناسب عن بعض البنود وفقاً للقواعد والتعليمات الرقابية الصادرة عن البنك المركزي وذلك من خلال قنوات الاتصال المختلفة، ومنها نبذة عن سياسات البنك الداخلية المتعلقة بممارسات الحوكمة على سبيل المثال لا الحصر: سياسة المسئولية المجتمعية وسياسة الإبلاغ عن الممارسات غير المشروعة وسياس تعارض المصالح، والقوائم المالية المعتمدة والإيضاحات المتممة له، وكذلك نبذة عن سياسات البنك الخاصة بالمرتبات والمكافآت متضمنة الإفصاح عن القيمة الإجمالية لما يتقاضاه العشرون أصحاب المكافآت والمرتبات الأكبر في البنك مجتمعين، على أن يشمل ذلك المرتبات

والبدلات والمزايا العينية وأسهم التحفيز وأية عناصر أخرى ذات طبيعة مالية أو عينية. (قانون البنك المركزي رقم ١٩٤ لسنة ٢٠٢٠)

٣ . تأثير الحوكمة على كفاءة العمليات المالية والمراجعة:

تتطلب جودة التقارير المالية من المديرين تحقيق أقصى قدر من مصداقية تقاريرهم عن طريق اختيار مراجعي حسابات خارجين مستقلين، فبدون رأي المراجعين، لا يثق أي طرف من ذوي العلاقة بالمنشأة في التقارير المالية، وبدون استقلال المراجعين الخارجيين فإن رأي المراجعين لا يعني شيئاً، فدور المراجع محوري وجوهري في إضفاء الثقة على القوائم المالية ويعتمد مستخدمي التقارير المالية على الرأي الذي يبديه المراجع، وتتوقف جودة المراجعة على استقلال مراجع الحسابات الخارجي وخبرة فريق المراجعة، مما يحد من قدرة الإدارة على ممارسات إدارة الأرباح والمحاسبة الإبداعية، فمن المتوقع أن يكتشف مراجع الحسابات الخارجي ممارسات إدارة الأرباح قبل نشر القوائم المالية وذلك لطلب التعديلات التي يراها مناسبة من إدارة المنشأة، وفي حال رفض إدارة المنشأة إدراج تلك التعديلات يتعين على المراجع تقدير الأهمية النسبية ودراسة أثر ذلك على تقرير مراجع. (الحربي، ٢٠٢١)

إن جودة المراجعة مهمة للوصو ل إلى مستوى متقدم من الحوكمة في مختلف الشركات والبنوك، وتطبيق حوكمة الشركات تعزز الشفافية والمصداقية في القوائم المالية، بحيث يصبح الجمهور المالي أكثر ثقة بالبيانات المالية الموجودة في القوائم المالية، وبالتالي تكون أكثر جودة، وهذه الجودة تؤثر على القرارات والتوجهات الخاصة بالجمهور المالي. (بدوي، ٢٠١٧)

أ . دور الحوكمة في تقليل مخاطر التلاعب المالي وتحسين جودة التقارير المالية:

لقد زاد الاهتمام بحوكمة المؤسسات وخاصة من الناحية المحاسبية والمالية والاقتصادية والمتعلقة بإعداد التقارير والقوائم المالية المفصح عنها، وبالتالي السعي نحو تحقيق جودة المعلومات المحاسبية التي تتضمنها تلك التقارير، لذلك فإن الإلتزام بتحقيق الجوانب الفكرية للحوكمة سوف ينعكس بشكل مباشر على تلك التقارير.

ويتمثل الهدف الأساسي لحوكمة المؤسسات في تحقيق إلتزام قانوني وأخلاقي للمؤسسات، وتتضمن الأدوات المتعلقة بذلك عملية التأكد من أن جودة السياسات المحاسبية ونظم الرقابة

الداخلية بالإضافة للمراجعة الخارجية يتم تفعليها باستمرار لمنع حدوث الغش وتوقع المخاطر المالية وتعزيز إفصاح دقيق وذو جودة مرتفعة وفي توقيت ملائم عن المعلومات المالية وغير المالية إلى مجلس الإدارة والمساهمين والمستخدمين الآخرين للمعلومات المالية، ولذلك فإنه كلما زادت فاعلية نظام حوكمةالمؤسسات، كلما تحسنت جودة المعلومات في التقارير المالية، وهذا بلا شك يجعل مستخدمو القوائم المالية ذوي القدرة أن يروا المركز المالي الحقيقي للمؤسسات، كذلك يتعين الإلتزام بالإفصاح الكامل والشفافية والمساءلة المحاسبية بشكل متبادل، حيث تعزز الشفافية عملية المساءلة المحاسبية مما يضفي مزيد من المصداقية والجودة على التقارير المالية. (شهيد، العيسى ٢٠١٨)

ولقد زاد الإهتمام بحوكمة المؤسسات وخاصة من الناحية المحاسبية والمالية والاقتصادية والمتعلقة بإعداد التقارير والقوائم المالية المفصح عنها، وبالتالي السعي نحو تحقيق جودة المعلومات المحاسبية التي تتضمنها تلك التقارير، لذلك فإن الالتزام بتحقيق الجوانب الفكرية للحوكمة سوف ينعكس بشكل مباشر على تلك التقارير.

وأوضح المعيار رقم (١٤) الصادر عن معهد المحاسبين القانونيين الأمريكي (AICPA 82, SAS) أن كلاً من الأخطاء والتلاعب يمكن أن يكون مادياً أو جوهرياً، ولقد أوصى المعيار (١١٠) لمجلس تطبيقات المراجعة في المملكة المتحدة (SAS 110, APB) المراجع بضرورة تخطيط وأداء إجراءات المراجعة والتقييم والتقرير عن النتائج أخذاً بالاعتبار الأخطاء والتلاعب التي يمكن أن يكون لها تأثير جوهري على القوائم المالية، وأشار المعيار (١١٠) إلى أن التلاعب يشمل المخادعة للحصول على ميزة أو مصلحة مالية غير قانو نية وتحريف أو تشويه مقصود للتأثير على القوائم المالية بواسطة شخص أو أكثر بين أعضاء الإدارة للمستخدمين أو حتى الطرف الثالث. (Miftah, 2023)

ب . العلاقة بين تطبيق الحوكمة وتقليل تكاليف المراجعة الخارجية:

يستند التكامل بين الآليات الداخلية للحوكمة والمعايير الدولية للمراجعة الداخلية على المقومات التالية: توافر الآليات الداخلية لحوكمة الشركات. توافر المعايير الدولية للمراجعة الداخلية. توافر مبادئ حوكمة الشركات والذي تلتزم بها الآليات لتحقيق أهداف الحوكمة الرشيدة، ويجب على

المؤسسات تطبيق ممارسات حوكمة الشركات الجيدة بشكل فعال لتقليل التكاليف، كما يجب أن تكون المؤسسة أيضاً شفافة حول تكاليف تطبيق الحوكمة.

أن زيادة قوة تطبيق المعايير الدولية للمراجعة الداخلية تؤدي إلى زيادة جودة المراجعة الخارجية نتيجة إنخفاض مستوى الإستحقاقات، وإنخفاض مرات إعادة إصدار القوائم المالية، وإنخفاض رأي المراجع المتحفظ بشأن الإستمرارية، وإنخفاض فترة التعاقد مع المراجع الخارجي، كما أن آليات الحوكمة الداخلية تقوم بالمهام التي تساعد في تحقيق أهداف الحوكمة والتي تتمثل في النزاهة والشفافية والعدالة والمساءلة والمسئولية الإجتماعية، والمعايير الدولية للمراجعة الداخلية والتي تتضمن التوجيهات الإلزامية للمراجعين للقيام بالمراجعة على أكمل وجه من حيث الإدارة والتخطيط والتنفيذ والتقييم ورفع النتائج في الوقت المناسب، وهذا التكامل يحقق ضمان جودة أعلى للمراجعة الخارجية وإمكانية إعتماد المراجع الخارجي على أداء المراجع الداخلي، فضلاً عن دعم إستقلال المراجع الخارجي وكذلك تخفيض أتعاب المراجعة الخارجية. (الناغي، الجوهري، عبادي، ٢٠٢٣)

٤ . الحوكمة في المؤسسات المالية المصرية:

يقصد بحوكمة الشركات وفقاً لمتطلبات الهيئة العامة للرقابة المالية أنها القواعد والنظم والإجراءات التي تحقق أفضل حماية وتوازن بين مصالح مديري الشركة والمساهمين فيها وأصحاب المصالح الأخرى المرتبطة بها، وتطبيق هذه القواعد في المقام الأول على شركات المساهمة المقيدة في البورصة وكذلك المؤسسات المالية التي تتخذ شكل شركات المساهمة. (زيدان، ٢٠٢٤)

والحوكمة في المؤسسات المالية المصرية ليست هدفاً في حد ذاتها وإنما هي أداة لتحقيق أهداف معينة يسعى أصحاب المصالح لتحقيقها، حيث تهدف حوكمت تلك المؤسسات إلى تحسين الأداء المالي من خلال محاسبة الإدارة أمام المساهمين، ورفع الكفاءة الإدارية والمالية للمؤسسة من خلال تطوير المهارات نتيجة العمل في ظل حوكمة المؤسسات، والرقابة الجيدة على أداء المؤسسة لتطوير ورفع قدراتها التنافسية، وتحقيق الشفافية والعدالة، وزيادة ثقة أصحاب المصلحة، وتحقيق الإفصاح المحاسبي لمستخدمي القوائم المالية بما يعمل على الحد من تعقد التقارير المالية. (حسن، ٢٠٢٢)

أ . التشريعات والقوانين المنظمة للحوكمة في مصر:

من القوانين واللوائح الرئيسية المتعلقة بحوكمة الشركات في مصر؛ قانون الشركات رقم ١٥٩ لسنة ١٩٨١ الذي يحدد الإطار التنظيمي لتأسيس وإدارة وحل الشركات في مصر، بما في ذلك جوانب الحوكمة مثل حقوق المساهمين ومسؤوليات مجلس الإدارة، وهناك قواعد للقيد بالبورصة المصرية وهذه القواعد تتطلب بالنسبة للشركات المدرجة في البورصة المصرية ضرورة الإلتزام بمعايير الحوكمة الصارمة، مع التركيز على الشفافية والمساءلة وحقوق المساهمين، وقانون سوق رأس المال رقم ٩٥ لسنة ١٩٩٢ ولائحته التنفيذية وقواعد قيد وشطب الأوراق المالية بالبورصة المصرية التي تصدر عن مجلس إدارة الهيئة العامة للرقابة المالية، كما أن هناك قانون البنك المركزي والجهاز المصرفي والنقد رقم ٨٨ لسنة ٢٠٠٣ والذي يحكم المؤسسات المصرفية، ويؤكد على هياكل حوكمة قوية لإدارة المخاطر والنزاهة التشغيلية.

ب . تحليل وضع البنك الأهلي المصري فيما يتعلق بتطبيق معايير الحوكمة:

يعتبر البنك الأهلي المصري من البنوك الرائدة التي إلتزمت بمفاهيم الحوكمة، حيث يتضح ذلك من خلال تناول الطريقة التي يتبعها المجلس والإدارة العليا للبنك لتوجيه ومباشرة شئونه وأعماله وأنشطته اليومية، والتي تؤثر على كيفية تحديد الأهداف والالتزام بالمسئولية تجاه كافة أصحاب المصالح كالمستفيدين والمودعين والجهات الرقابية والحكومات مع مباشرة أعمال البنك وإتباع سلوك مهني يضمن إتمام الأعمال بطريقة أمنة وسليمة مع ضرورة الالتزام بالقوانين والضوابط الرقابية التي يتبعها البنك.

ويدير البنك الأهلي المصري مجلس إدارة يكون من ضمن مسئولياته التأكد من فاعلية نظم الرقابة الداخلية وإدارة المخاطر بالبنك بما يضمن الحفاظ على سمعة البنك على المدى الطويل واستقراره، حيث يكون مسئول عن إقرار الاستراتيجيات المتعلقة بالأعمال والأنشطة والتحقق من جودة ونزاهة الرقابة المالية والرقابة الداخلية والمتانة المالية للبنك، التأكد من مدى ملائمة أساليب قياس وإدارة المخاطر مع درجة تعقد أنشطة البنك والمخاطر التي يواجهها، التأكد من تطبيق مبدأ الرقابة الثنائية في كل نشاط، التأكد من أن الهيكل التنظيمي للبنك يمكن مجلس الإدارة والإدارة العليا من تحمل مسئولياتهم ويسهل فعالية صنع القرار والحوكمة الرشيدة، بما يشمل تحديد واضح

للمسئوليات والسلطات الرئيسية للمجلس نفسه والإدارة العليا والمسئولين عن الوظائف الرقابية، التأكد من قيام الإدارة العليا بوضع نظام ملائم وفعال للرقابة الداخلية بما في ذلك تدعيم وظيفة المراجعة الداخلية للقيام بواجباتها بصورة كافية، كما يجب عليه مراجعة الإجراءات التصحيحية التي تم التوصية بها من قبل لجنة المراجعة والإدارة العليا بشأن تفعيل ملاحظات المراجعين الخارجيين والداخليين ومفتشي البنك المركزي بشأن تقييم نظام الرقابة الداخلية.

كما يجب على مجلس إدارة البنك أيضاً التأكد من وجود نظام معلومات فعال يضمن كفاءة التقارير الصادرة من وإلى مجلس الإدارة وتوافر المعلومات الهامة في الوقت المناسب إلى كافة المستويات الإدارية بالهيكل التنظيمي، والتأكد من ضمان إلتزام البنك بالقوانين والتشريعات والنظام الأساسي للبنك واللوائح الداخلية، كما يعتبر المجلس مسئولاً عن حماية البنك من الممارسات والأنشطة غير القانونية وغير الملائمة، وكذلك إعتماد أعضاء المجلس لسياسات الإفصاح ومراجعتها دورياً والإشراف على تنفيذها وذلك في إطار أحكام ذات الصلة والمعايير الدولية، مع ضمان صحة إجراءات الإفصاح والتواصل مع جميع الأطراف ذات العلاقة فيما يتعلق باستراتيجية البنك والنتائج المالية والتطورات الكبيرة، والحرص على تطبيق مبادئ الحوكمة وفقاً لأنشطة وأعمال البنك ومكانتها في السوق والعوامل الاقتصادية الأخرى ذات الصلة، ويجب على المجلس نشر ثقافة الحوكمة بالبنك وتشجيع جميع العاملين والإدارة العليا على تطبيق ممارسات الحوكمة بالإضافة إلى العمل على أن يقوم البنك بتشجيع عملائه على تطبيق قواعد الحوكمة في مؤسساتهم.

ولذلك يولي البنك الأهلي المصري اهتماماً كبيراً لممارسات الحوكمة السليمة كما يلتزم مجلس الإدارة بتطبيق أعلى معايير الأداء المهنية على جميع أنشطة البنك، ويتبع البنك في هذا المجال قانون البنك المركزي والجهاز المصرفي الصادر بالقانون رقم ١٩٤ لسنة ٢٠٢٠ وتعليمات البنك المركزي وأفضل الممارسات الدولية، حيث يقوم نظام الحوكمة بالبنك الأهلي المصري على مجموعة من الأسس منها الشفافية والإفصاح لتمكين المعنيين من تقييم الأداء والموقف المالي للبنك، التوازن في العلاقة بين إدارة البنك ومجلس الإدارة وبين مجلس الإدارة والمساهمين وأصحاب المصالح الأخرى،المسئولية والمسائلة من خلال التقسيم الواضح لحدود السلطات، إرساء سياسة الإبلاغ عن المخالفات وحماية المبلغين. (دليل الحوكمة، ٢٠٢٢)

ثانياً: كفاءة عمليات المراجعة الخارجية:

إن البنوك والمؤسسات المالية تحتاج إلى معرفة الحالة المالية لشركة ما بشكل موضوعي بعيداً عن التقارير التي تصدرها الشركات عن نفسها لأنها قد تكون تقارير إبداعية في كثير من الأحيان، وهنا يظهر دور المراجعة الخارجية للمؤسسات، وتعمل عملية المراجعة الخارجية على تعزيز ثقة المؤسسات المالية والجهات التمويلية في الشركة من عدمها، حيث يستغلون البيانات التي تتوصل إليها تقارير المراجعة الخارجية في اتخاذ قرارات بشأن التمويل ومنح القروض وغيرها، وذلك بحسب ما أوضحته التقارير من معلومات حول الصحة المالية للمؤسسة، ويمكن للمراجع الخارجي أن يقوم بتحليل الإتجاهات المالية للشركة أو المؤسسة لعدة سنوات، لكي يحدد أدائها ومدى قدرتها على مواجهة التحديات المتوقعة والتعامل معها بفعالية، حيث أن ذلك يعطي صورة عامة عن أداء المؤسسة وقوتها في السوق.

١ . مفهوم المراجعة الخارجية في المؤسسات المالية:

ينظر إلى المراجعة الخارجية على أنها عملية مراجعة مالية تنفذ من قبل أطراف خارجية مستقلة وغير مرتبطة بالشركة أو إدارتها، وغالباً ما تكون هذه المراجعة إلزامية وفقاً للأنظمة والقوانين، وتتميز المراجعة الخارجية باتباعها مجموعة صارمة من القواعد والمعايير، مما يضمن تقديم تقارير مالية محايدة وموضوعية، تستخدم هذه التقارير من قبل المستثمرين والجهات الحكومية والهيئات التنظيمية، وأيضاً من قبل إدارة الشركة أو المؤسسة لدعم اتخاذ قرارات مستنيرة ومدروسة، ويمكن أن تعرف المراجعة الخارجية بأنها عملية منظمة للتجميع والتقييم الموضوعي للأدلة الخاصة بمزاعم العميل، بشأن نتائج الأحداث والتصرفات الاقتصادية لتحديد مدى تمشي هذه المزاعم مع المعايير المحددة وتوصيل النتائج لمستخدمي القوائم المالية وأصحاب المصلحة. (علي، ٢٠٠٩)

ولذلك فإن المراجعة الخارجية تعمل على تقييم مستقل للبيانات المالية والإفصاحات الخاصة بالشركة أو المؤسسة بهدف ضمان خلوها من الأخطاء الجوهرية، ويتميز المراجع الخارجي باستقلاله التام عن المؤسسة التي يراجع بياناتها المالية وأنظمة الرقابة الداخلية فيها مما يمكنه من إصدار تقارير غير متحيزة، وتعد هذه التقارير مرجعاً موثوقاً لأصحاب المصلحة سواء داخل المؤسسة أو خارجها بما في ذلك المستثمرون والجهات الرسمية.

أ . تعريف المراجعة الخارجية:

إن عمليات المراجعة الخارجية مهمة لمساعدة مختلف الأطراف وأصحاب المصلحة في إتخاذ قرارات بشأن الشركة التي يتم مراجعتها بثقة، حيث تقدم عمليات المراجعة الخارجية التي يتم إجراؤها من قبل مكاتب خارجية وطرف ثالث رأياً غير متحيز قد لا يتمكن المراجعون الداخليون في المؤسسة من إبدائه، فضلاً عن أن عمليات المراجعة الخارجية تمكن من تحديد أية أخطاء جوهرية في البيانات المالية للمؤسسة، وعندما يقدم المراجع رأياً غير متحفظ أو رأياً نظيفاً فإن ذلك يوفر الثقة في أن البيانات المالية مقدمة بدقة واكتمال.

ويمكن تعريف المراجعة الخارجية بأنها عملية مراجعة مالية تنفذ من قبل أطراف خارجية مستقلة وغير مرتبطة بالمؤسسة أو إدارتها، وغالباً ما تكون هذه المراجعة إلزامية وفقاً للأنظمة والقوانين، وتتميز المراجعة الخارجية بإتباعها مجموعة من القواعد والمعايير، الأمر الذي يضمن تقديم تقارير مالية محايدة وموضوعية، وتستخدم هذه التقارير من قبل المستثمرين والجهات الحكومية والهيئات التنظيمية، وأيضاً من قبل إدارة المؤسسة لدعم اتخاذ قرارات مستنيرة ومدروسة.

إن المراجعة علم له مبادئ ومعايير وقواعد متعارف عليها بين أصحاب هذه المهنة، وقد حاولت المنظمات المهنية والجمعيات العلمية للمحاسبين والمراجعين إرساءها خلال حقبة طويلة من الزمن، كما أن للمراجعة طرقها وأساليبها وإجراءاتها التي تنظم عمل المراجع في فحصه لأنظمه الرقابة الداخلية ومحتويات الدفاتر والسجلات المالية، وللمراجعة أهدافها التي تتمثل في الحكم علي مدي تعبير القوائم الماليه عن نتيجة أعمال الشركة من ربح أو خسارة وعن مركزه المالي في نهاية مدة محددة.

ب . دور المراجعة الخارجية في تعزيز الثقة في التقارير المالية:

بسبب أهمية مهنة مراجعة الحسابات والعديد من الأطراف المستفيدة من تقاريرها، فإن ذلك قد زاد من أهمية مهنة المراجعة الأمر الذي عزز من دورها الذي تلعبه لدى العديد من القطاعات المختلفة في المجتمع، كما أن مهنة المراجعة واجهت أزمة المسؤولية والمصداقية وفقدان الثقة في السنوات الأخيرة، وذلك بسبب تزايد الأزمات المالية والاقتصادية على المستوى المحلي والعالمي، بالشكل الذي أدى إلى تساؤل العديد من المستثمرين الحاليين والمحتملين والدائنين وغيرهم من الذين

أصابهم الضرر نتيجة إفلاس وانهيار الكثير من المؤسسات الاقتصادية، بسبب عدم قيام مراجعي الحسابات بالإشارة إلى تلك المخاطر في تقاريرهم على البيانات المالية لتلك الشركات، إن المجتمع المالي يتوقع من مراجعي الحسابات إن يضمنوا في تقاريرهم الكفاية الفنية والموضوعية والاستقلال والحياد، كما يتوقعون منهم اكتشاف الأخطاء التي تؤثر على قائمة الدخل وقائمة المركز المالي. (Miftah, 2023)

وهناك علاقة بين تخصص المراجع في صناعة محددة وتضييق فجوة التوقعات في المراجعة، كما يوجد ارتباط بين خبرة المراجع في نشاط معين وتقليل الأخطاء، وتطبيق معايير جودة أداء المراجعة يسهم في زيادة ثقة مستخدمي التقارير المالية فيها. (حسين، ٢٠١٦)

ولذلك يمثل التخصص الصناعي لمراجع الحسابات أحد مداخل تطوير مهنة المراجعة وذلك لمواكبة التغيرات التي تفرزها بيئة الأعمال، وذلك من أجل التميز في الخدمة التأكيدية التي تقدمها المراجعة من خلال ترشيد الحكم المهني لمراجع الحسابات الذي يتيحه هذا التخصص. (عبد السلام، ٢٠١٦)

ويؤثر دور المراجع الخارجي عكسياً على ممارسات إدارة الأرباح كما يؤثر طردياً على جودة التقارير المالية، حيث أن زيادة دور المر اجع الخارجي يحد من ممارسات إدارة الأرباح ويزيد من جودة التقارير المالية بحيث تعكس حقيقة المركز المالي للمؤسسة، وتحقق ذلك من خلال الحد من سلوك الإدارة الإنتهازي من خلال تطبيق الإجراءات والإختبارات الكفيلة لمنع التحريف والتلاعب في القوائم المالية وتوفير معلومات ذات جودة عالية. (الزكي، ٢٠١٧)

كما أن المراجعين الخارجيين الذين يتميزون بالجودة العالية يعملون على زيادة الشفافية وتخفيض عدم تماثل المعلومات وإضفاء الثقة على القوائم والتقارير المالية وتحسين مصداقيتها ونفعيتها لمتخذي القرارات مما يساهم في تحسين جودة التقارير المالية. (بدوي، ٢٠١٧)

ويرى الباحث أن هناك دور كبير للمراجعة الخارجية في تحقيق الدقة المالية وتعزيز الثقة في التقارير المالية، وذلك من خلال الدور الهام الذي يؤديه المراجعون الخارجيون في عملية الإفصاح المالي التي تقوم بها الشركات والمنشآت من خلال فحص البيانات المالية بشكل مستقل، حيث يكمن الهدف الأساسي من عملية المراجعة في توفير تقييم موضوعي يثبت أن السجلات المالية تعكس

الوضع المالي للشركة بدقة، خاصة وأن التقارير التي يقدمها المراجعون تعد من طرف ثالث محايد وبعيد عن أي تحيز أو تأثير محتمل قد يقع فيه الأشخاص التابعون للمؤسسات أو المستفيدون والمساهمون فيها، وعلى ذلك فإن تلك التقارير تساعد المستثمرين والمساهمين وأصحاب المصلحة وتطمئنهم بشأن الصحة المالية للشركة وضمان حقوقهم واستثماراتهم، فضلاً عن أن هذه التقارير تؤثر على القرارات التي يتخذونها سواء بزيادة رأس المال أو اختيار استراتيجيات أكثر شجاعة في الاستثمار وغيرها.

٢ . معايير كفاءة المراجعة الخارجية:

إن الإلتزام بالشفافية يعتبر الأساس في حوكمة الشركات، ويتضمن ذلك تواصلاً واضحاً ومفتوحاً مع أصحاب المصلحة والإلتزام بالمعايير المطلوبة في إعداد التقارير المالية والتشغيلية، وتوجد مجموعة من المعايير والضوابط التي وضعها المعهد الأمريكي للمحاسبين القانونيين (AICPA) والتي تهدف إلى جعل عملية المراجعة المالية للشركات والمؤسسات أكثر احترافية وموثوقية، وتتمثل أبرز تلك المعايير في مجموعة من المعايير العامة ومعايير العمل الميداني ومعايير إعداد التقارير، حيث تتمثل المعايير العامة في الحفاظ على الإستقلالية وعدم التأثر بالأخرين في جميع مراحل إجراء المراجعة، وبذل المجهود اللازم في أداء المهام دون تراخي سواء في المراجعة أو كتابة التقرير النهائي، وامتلاك الوقت الكافي والكفاءة اللازمة ليتمكن المراجع من آداء عمله.

أما معايير العمل الميداني فتتمثل في الحصول على أدلة كافية ومناسبة للمراجعة ليتمكن المراجع من إصدار تقارير منطقية بشأن البيانات المالية التي يقوم بمراجعتها، وفهم طبيعة المؤسسة التي يخضع للمراجعة وبيئتها المحيطة وكل ما يتعلق بالرقابة الداخلية، لتقييم مدى خطورة حدوث أخطاء جوهرية في البيانات المالية لهذه المؤسسة سواء بسبب الإحتيال أو الخطأ غير المقصود، وتصميم خطة مراجعة محكمة ودقيقة، أما فيما يتعلق بمعايير إعداد التقارير فينبغي على المراجع أن يعبر عن رأيه بشأن البيانات المالية التي راجعها، وبشكل عام يجب على المراجع أن يوضح طبيعة عمله في مراجعة البيانات المالية ودرجة المسؤولية التي يتحملها، وينبغي على المراجع أن

يذكر في تقريره النهائي ما إذا كانت البيانات المالية المعروضة تخضع للمبادئ المحاسبية المقبولة عموماً أم لا.

أ . الاستقلالية والموضوعية في المراجعة:

تشير الموضوعية إلى قدرة المراجع على البقاء محايداً عند إجراء المراجعة، بينما تشير الإستقلالية إلى قدرته على البقاء بمنأى عن تأثير أو تحيز الأطراف الأخرى، والمفهومان مترابطان بشكل وثيق حيث يجب على المراجع الحفاظ على كل من الموضوعية والإستقلالية لضمان فعالية عمله.

ويعتبر حياد وموضوعية واستقلال المراجع الخارجي الركيزة الأساسية للثقة التي يضيفها تقريره على القوائم المالية للمؤسسة، ولا شك أن حياد وموضوعية المراجع يعتمد على إستقلاله الفكري في جميع ما يتعلق بالمراجعة وخاصة عند تقييمه للأدلة والقرائن الناتجة من إختبارات المراجعة وعند الوصول إلى رأيه في القوائم المالية، خاصة وأن المراجعة الخارجية تلعب دوراً مهماً في مساعدة الشركات والمؤسسات على التحقق من سجلاتها وبياناتها المالية وتعزيز الشفافية داخل المؤسسة، حيث تتميز المراجعة الخارجية بطبيعتها المستقلة مما يضمن عرض المعلومات المالية بشكل واقعي ودقيق ومحايد؛ مما يساهم في تحسين سمعة الشركة أو المؤسسة ومصداقيتها في السوق.

ب . الشفافية في عرض النتائج:

إن وضع آلية للإفصاح والشفافية يعزز من كفاءة واستمرارية أعمال البنك البنك الأهلي المصري، وفي إطار حرص البنك على تطبيق معايير الشفافية والإفصاح وفقاً للمعايير المهنية يقوم البنك بالإفصاح كاملاً وبوضوح وفي الوقت المناسب عن كل ما هو ذو أهمية من بيانات مالية وغير مالية تتعلق بأعمال البنك، بما يتناسب مع حجم عملياته ومدى تعقيدها ووفقاً لهيكل الملكية الخاص به وحدود المخاطر المقبولة لديه، حيث أنه من الضروري أن يكون جميع أصحاب المصالح على دراية ووعي باستراتيجيات البنك وتتوافر لديهم المعلومات الكافية لتقييم آداءه، كذلك يتيح البنك العديد من الطرق وقنوات الاتصال التي يمكن من خلالها تداول المعلومات مثل التقرير السنوي والتقارير الموجهة إلى الجهات الرقابية والموقع الإلكتروني الخاص بالبنك. (تقرير الحوكمة السنوي، ٢٠٢٢)

ويرى الباحث أن هناك دور كبير للمراجعة الخارجية في تفعيل العديد من مبادئ حوكمة المؤسسات خاصة فيما يتعلق بضمان وجود إطار فعال لحوكمة الشركات والمؤسسات، بحيث يشجع هذا الإطار علي شفافية وكفاءة الأسواق المالية، لأن وجود آلية للمراجعه الخارجيه سوف تؤدي إلي زيادة مستوي الشفافية من خلال الإفصاح ومن خلال إضفاء الثقة والمصداقية علي المعلومات الواردة في القوائم الماليه، كما أن للمراجعة الخارجية أيضاً دور كبير فيما يتعلق بالإفصاح والشفافية حيث أنها تتأكد من توفير الإفصاح السليم والكافي وفي الوقت المناسب عن كافه الموضوعات الهامة المتعلقة بالشركة أو المؤسسة فيما يتعلق بالمركز المالي والأداء المالي وحوكمة الشركات، وبالتالي فهناك إتجاهاً من قبل التشريعات لتعزيز جودة المراجعة وأداء المراجع لما لذلك من أثر علي تحسين وتدعيم جودة حوكمة الشركات، لأن جودة الأداء المهني للمراجع يعزز قيام الحوكمة بدورها بنجاح، وتستفيد الشركات والمؤسسات أيضاً من التوصيات التي تقدمها لجان المراجعة الخارجية بشكل واضح في إتخاذ القرارات بشكل مستنير، وبناء إستراتيجيات تقضي على نقاط ضعفها وتعزز نقاط قوتها، بالإضافة إلى تأكيد مصداقيتها وشفافيتها أمام المؤسسات الأخرى التي تتعامل معها.

ج . الإمتثال للمعايير الدولية في المراجعة:

بسبب التطور المتسارعة في المعايير المالية والتحول الرقمي، فإن الشركات تواجه تحديات كبيرة في الإمتثال لمتطلبات الإفصاح المحاسبي وضمان تقديم معلومات دقيقة وشفافة لأصحاب المصلحة، والإمتثال لمعايير الإفصاح يتطلب إستثمارات كبيرة في الأنظمة المحاسبية والمراجعة المالية والتدريب المستمر للعاملين الأمر الذي يشكل عبئاً على الشركات الصغيرة والمتوسطة، وعادة ما تكون الشركات الكبرى أكثر قدرة على توفير تقارير مالية مفصلة وفقاً للمعايير الحديثة، في حين تواجه الشركات الصغيرة تحديات في تقديم إفصاحات مالية بنفس المستوى من الشفافية، وتحسين جودة الإفصاح المحاسبي يقلل الفجوة المعلوماتية ويُعزز ثقة المستثمرين في الشركات، ولذلك يجب على الشركات والمؤسسات الإمتثال لمعايير IFRS، GAAP لضمان تقديم معلومات مالية دقيقة وموحدة عالمياً، خاصة وأن الإمتثال للمعايير المحاسبية والقوانين التنظيمية وضمان الإلتزام بالقواعد المحلية والدولية يعتبر من أهم أهداف الإفصاح المحاسبي. (World Bank)

حيث أن المعايير المحاسبية الدولية (IAS) والمعايير الدولية لإعداد التقارير المالية (IFRS) تلعب دوراً محورياً في تنظيم الإفصاح المحاسبي، لأنها تضمن تقديم المعلومات المالية بشكل موحد وشفاف يسهل فهمها من قبل المستثمرين وأصحاب المصالح في جميع أنحاء العالم، ومن أهم المعايير المحاسبية المرتبطة بالإفصاح، المعيار المحاسبي الدولي (IAS 1) الخاص بعرض القوائم المالية حيث يحدد هذا المعيار متطلبات الإفصاح العامة للقوائم المالية بما في ذلك بيان المركز المالي وقائمة الدخل وقائمة التدفقات النقدية ويفرض الإفصاح عن السياسات المحاسبية المهمة والتقديرات المحاسبية الأساسية المستخدمة في إعداد البيانات المالية، والمعيار المحاسبي الدولي (IAS 24) الخاص بالإفصاحات عن الأطراف ذات العلاقة حيث يطلب من الشركات الإفصاح عن المعاملات المالية والعلاقات مع الأطراف ذات العلاقة مثل المعاملات بين الشركة وأعضائها التنفيذيين أو الشركات التابعة، المعيار المحاسبي الدولي (IAS 34) الخاص بالتقارير المالية المرحلية حيث يحدد متطلبات الإفصاح للقوائم المالية الدورية مثل التقارير الفصلية مما يضمن تقديم معلومات محدثة للمستثمرين والمساهمين. (IAS)

وكذلك المعيار الدولي لإعداد التقارير المالية (IFRS 7) الخاص بالإفصاح عن الأدوات المالية حيث يفرض هذا المعيار على الشركات تقديم إفصاحات تفصيلية حول الأدوات المالية التي تمتلكها مثل المخاطر الائتمانية والسيولة وتقلبات السوق مما يساعد المستثمرين في تقييم المخاطر المالية التي تواجهها الشركة، والمعيار الدولي لإعداد التقارير المالية (IFRS 8) الخاص بالقطاعات التشغيلية حيث يتطلب من الشركات الكشف عن أدائها المالي لكل قطاع تشغيلي رئيسي مما يساعد في تحسين فهم المستثمرين لأداء الأعمال المختلفة داخل الشركة، المعيار الدولي لإعداد التقارير المالية (IFRS 15) الخاص بالإيرادات من العقود مع العملاء حيث يفرض الإفصاح عن كيفية الاعتراف بالإيرادات مما يعزز الشفافية في التقارير المالية ويساعد في التقييم الدقيق للأداء المالي للشركات، والمعيار الدولي لإعداد التقارير المالية (IFRS 16) الخاص بعقود الإيجار حيث يتطلب الإفصاح عن التزامات الإيجار وتأثيرها على المركز المالي للشركة مما يساعد في تحليل المخاطر المالية المرتبطة بالالتزامات طويلة الأجل. (IFRS)

٣ . أثر الحوكمة على جودة المراجعة الخارجية:

بسبب ما تعرضت له بعض الشركات الأمريكية الضخمة للإنهيارات، فقد أصدر المشرع الأمريكي مجموعة قوانين نتج عنها عدد من المعايير كان من أهمها معيار المراجعة ((SAS ٩٩ مراعاة الغش في مراجعة القوائم المالية)، الصادر عن المعهد الأمريكي للمحاسبين القانونيين (AICPA) عام ٢٠٠٢، وركزت أغلبيتها على حوكمة الشركات والتعديلات المقترحة بشكل رئيسي على جعل لجان المراجعة للشركة مسئولة بشكل كامل على مراقبة المراجع الخارجي، وإعطائها السلطة الكاملة في تحديد شروط وأتعاب أعمال المراجعة ومجمل الأعمال الأخرى، التي تعتبر كمحددات لجودة المراجعة الخارجية للحسابات، وأكد المعيار على ضرورة مراعاة الغش في مراجعة القوائم المالية، وعلى تدعيم كفاءة المراجع في اكتشاف الغش واستقلاليته في التقرير عن الغش، والذي فرض على مراجع الحسابات ممارسة الشك المهني والتي يتطلب مناقشة أخطار تحريفات القوائم المالية الجوهرية الناتجة من الغش، وذلك من أجل إعادة الثقة للمستثمر في مهنة المراجعة وتعزيز ورفع جودتها، وتعتبر مكاتب المراجعة الأربع الكبرى ملتزمة بالحد من مشكلات الوكالة من خلال تحسين مستوى الإفصاح عن المعلومات، والمعلومات التي تراجعها هذه المكاتب معترف بها وتتميز بجودة المراجعة في المؤسسة وتحظى المؤسسة بثقة عملائها ومستخدميالمعلومات المالية، الأمر الذي ينعكس على إنخفاض تكاليف الوكالة مما يحسن من الأداء المالي. (حامد، ٢٠٢٣)

ويرى الباحث أن هناك مجموعة من العوامل التي قد تؤثر على جودة نتائج عملية المراجعة الخارجية تتمثل في خبرة المراجع الخارجي، حيث تؤثر خبرة المراجعين الخارجيين بشكل كبير في جودة عملية المراجعة، فكلما كان المراجع يحمل تاريخاً كبيراً في مراجعة البيانات المالية للشركات ساعده ذلك في تلافي الأخطاء وإصدار تقارير مراجعة دقيقة إلى حد كبير، ومن ضمن هذه العوامل أيضاً مهنية المراجع الخارجي حيث يجب أن يتمتع المراجع الخارجي بالمهنية والاحترافية في أداء عمله أثناء مراجعة الحسابات المالية، وذلك من خلال اتباع النظم والأساليب المعتمدة في عمله، مما يؤدي إلى تعزيز جودة تقارير المراجعة الخارجية بشكل كبير، ومن هذه العوامل أيضاً الوقت المتاح للمراجعة الخارجية حيث تحتاج عملية المراجعة الخارجية إلى وقت كافٍ لتكون مفيدة لذوي المصلحة؛ لذلك فإن إحدى أبرز الأمور التي قد تؤثر على جودة المراجعة الخارجية هي إتاحة

الوقت المناسب حتى لا يضطر المراجع الخارجي إلى إغفال بعض النقاط في المراجعة بسبب ضغط الوقت أو بسبب الإرهاق نتيجة مطالبته بإنجاز تقارير تفصيلية في وقت قصير.

أ . تأثير معايير الحوكمة على تقليل الأخطاء المحاسبية:

يمثل الإفصاح المحاسبي حجر الزاوية في أنظمة الحوكمة الرشيدة حيث يسهم في تحسين الشفافية والمساءلة، ويعتبر الإفصاح عن السياسات والإجراءات المحاسبية رادعاً للتلاعب بالأرقام، حيث يصعب على الإدارة التلاعب ببيانات التقارير المالية دون أن يتم الكشف عن ذلك أمام الأطراف الرقابية والمستثمرين، كما أن الإفصاح المحاسبي يساهم في تعزيز مبدأ الشفافية والمسائلة داخل الشركة، لأن الإفصاحات المنتظمة تضمن أن يكون الأداء المالي متاحاً للمراجعة من قبل هيئات المراجعة والجهات التنظيمية. (https://www.qoyod.com/ara)

ب . العلاقة بين جودة الإفصاح المالي وكفاءة المراجعة:

إن مركز جودة المراجعة التابع لمجمع المحاسبين القانونيين بالولايات المتحدة الأمريكية قد أشار إلى أن تطوير وإستخدام مؤشرات جودة المراجعة سوف يحسن من جودة المراجعة، وقد قام المركز بتطوير إطار مقترح للإفصاح عن جودة المراجعة، وهذا الإطار يستند إلى الإتصال بين لجنة المراجعة ومكتب المراجعة، إن الإفصاح عن مؤشرات جودة المراجعة سوف يفيد المستثمرين من خلال تحسين قدرتهم على تقييم جودة المراجعة، وبالتالي يؤثر على قرار الإستثمار، حيث يقتصر تقييم المستثمرين لجودة المراجعة على تقرير المراجعة فقط، وبالتالي يوفر الإفصاح عن مؤشرات الجودة معلومات إضافية تمكن المستثمرين من تقييم مستوى جودة المراجعة بسهولة.

إن الإفصاح عن الإيضاحات الوصفية مع مؤشرات جودة المراجعة في التقارير المالية للشركات المقيدة بالبورصة المصرية، سوف يؤدي إلى تحسين العلاقة بين مؤشرات جودة المراجعة في التقارير المالية للشركات والمؤسسات المقيدة بالبورصة المصرية، مما يؤدي إلى زيادة درجة إعتماد المستثمرين على تلك التقارير في إتخاذ قرار الإستثمار بالأسهم، كما أن توفير إيضاحات وصفية مع مؤشرات جودة المراجعة سوف يساعد على شرح وتفسير مؤشرات الجودة الكمية ويؤدي إلى تحسين فهم المستثمرين لمؤشرات جودة المراجعة المفصح عنها، كما أن دور الإيضاحات الوصفية

يزداد في حالة مؤشرات الجودة ذات الطابع السلبي نظراً لأنها لم تضف معلومات جديدة للمستثمرين. (محمود، ٢٠٢٠).

إن الإفصاح المالي المحاسبي قد أصبح أداة حيوية لتعزيز الشفافية والمصداقية، مما يساهم في بناء الثقة بين الشركات والمستثمرين وأصحاب المصالح، كما أن الإفصاح عن السياسات المحاسبية يساعد المستثمرين والمحللين الماليين على فهم كيفية إعداد القوائم المالية، مما يعزز مصداقية البيانات المالية ويقلل من احتمالية التلاعب المحاسبي، وعلى ذلك فإن عناصر الإفصاح المحاسبي تعتبر من العوامل الأساسية التي تؤثر على جودة التقارير المالية، فكلما كان الإفصاح أكثر شمولاً وشفافية زادت الثقة في القوائم المالية وتحسنت كفاءة إتخاذ القرارات المالية والإستثمارية، مما ينعكس إيجاباً على إستقرار الأسواق المالية ونمو الأعمال، ولذلك فإن الإفصاح المحاسبي يعتبر أداة استراتيجية تمكن المستثمرين والجهات المالية من الحصول على صورة واضحة وشفافة للوضع المالي للشركات، الأمر الذي يساعد على إتخاذ قرارات مالية مبنية على بيانات دقيقة. (https://www.qoyod.com/ara)

ج . دور لجان التدقيق في تحسين عمليات المراجعة:

أشارت المنظمات والجهات الدولية والمحلية إلى أهمية تشكيل لجان للمراجعة بجودة عالية، لأن هذه اللجان لها تأثير كبير على صحة وسلامة ودقة القوائم المالية، ولذلك يجب أن تتمتع لجنة المراجعة بالإستقلالية في آداء عملها حيث أن ذلك يمثل إحدى الآليات الهامة لحوكمة المؤسسات، لأنها تلعب دوراً مهماً في متابعة أنشطة المؤسسة والإشراف عليها ودعم نظام الرقابة الداخلية لحماية مصالح المساهمين، وتتولى لجنة المراجعة تقديم العديد من التوصيات لمجلس الإدارة بشأن الأمور المالية والتشغيلية، ولذلك فهي تعمل على تحسين آداء المؤسسة مما ينعكس على تعظيم حقوق المساهمين. (قنديل، ٢٠٢٢)

وتتولى لجنة المراجعة مجموعة من المهام تتمثل في دراسة القوائم المالية قبل عرضها على مجلس الإدارة وإبداء توصياتها، دراسة السياسات المحاسبية المستخدمة وإبداء رأيها وتوصياتها بشأنها، دراسة ملاحظات وتوصيات مراقب الحسابات على القوائم المالية، فضلاً عن دراسة نظام الرقابة الداخلية بالمؤسسة وإبداء توصياتها بشأنها، وكلما كانت لجان المراجعة أكثر إستقلالاً فإنها

ستكون أكثر فعالية مما يؤدي إلى تحسين الأداء المالي، وحتى تتمتع لجنة المراجعة بالكفاءة والفعالية الكافية للقيام بالمهام الإشرافية الموكلة إليها من قبل المؤسسة، يجب أن يكون لديها عدد كاف من الأعضاء لتمكينها من القيام بمسئولياتها، كما يجب أن يمتلك أعضاؤها المؤهلات من خلال توفير عناصر الخبرة والمعرفة التي تمكن المراجعين الخارجيين والداخليين من الاتفاق على جودة وموضوعية عملية المراجعة مما يؤدي إلى تحسين الأداء المالي والإداري ويعمل على تحسين جودة التقارير المالية، كما أن إجتماع لجنة المراجعة بصورة دورية يعد وسيلة فعالة لمتابعة وتقييم آداء مجلس الإدارة والكشف عن الأخطاء ومواطن الضعف وإتخاذ الإجراءات التصحيحية في سبيل تطبيق الحوكمة، مما يترك أثاراً إيجابية على الآداء المالي للمؤسسات. (عفيفي، ٢٠٢٢)

ويرى الباحث أن كفاءة لجنة المراجعة المتمثلة في الإستقلالية والخبرة تعتبر من السمات الهامة التي تعكس عملية المراجعة الفعالة، لأنها توفر لأصحاب المصلحة تصور واضح حول الأرباح المحاسبية، كم أن وجود أعضاء من ذوي الخبرة المالية باللجنة يعزز عملية المراجعة والرقابة الفعالة ونزاهة التقارير المالية، كما أنها تقدم ضمانات للمساهمين عن موثوقية الأرباح المفصح عنها.

الدراسة الميدانية:

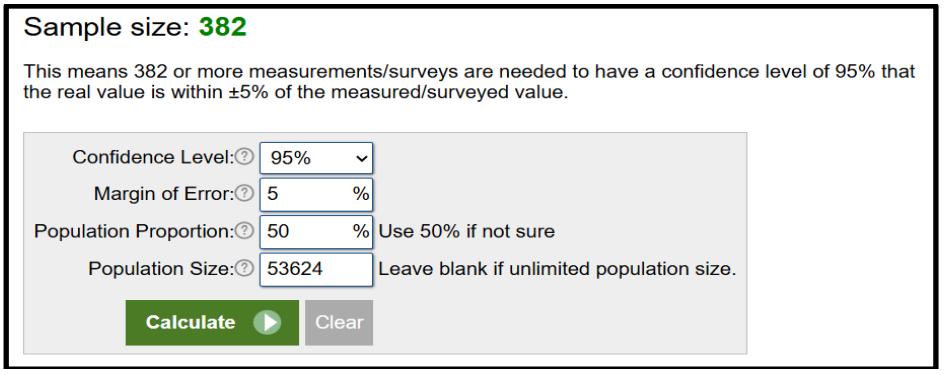
يهدف الباحث من اجراء الدراسة الميدانية إلى تحليل أثر تطبيق معايير الحوكمة على كفاءة عمليات المراجعة الخارجية في المؤسسات المالية، وسوف يتم التطبيق على البنك الأهلي المصري؛ وهو أحد البنوك التجارية الكبرى في مصر ويتمتع بأهمية كبيرة في القطاع المالي ويخضع لمعايير الحوكمة والمراجعة الخارجية، كما أنه يخضع لرقابة صارمة من الجهات التنظيمية ويطبق معايير حوكمة صارمة لضمان الشفافية والاستقرار المالي، ويعتبر من بين الشركات التي حصلت على تصنيفات ائتمانية في مصر، فلقد حصل على تصنيف ائتماني من وكالة "فيتش" تم رفعه من "B–" إلى "B".

ولذلك فإن من أسباب اختيار البنك الأهلي المصري لإجراء الدراسة التطبيقية هو أن البنك الأهلي المصري يعتبر من أكبر وأعرق المؤسسات المالية في مصر والمنطقة العربية، ويتمتع بتاريخ طويل في تقديم الخدمات المصرفية والمالية، مما يجعله نموذجاً مثالياً لدراسة أثر تطبيق معايير

الحوكمة على كفاءة المراجعة الخارجية؛ وسوف يستعرض الباحث الدراسة الميدانية من خلال المحاور التالية:

أولاً: مجتمع وعينة الدراسة:

يمكن تعريف المجتمع بأنه مجموعة من المفردات أو العناصر التي يتوافر فيها خصائص ظاهرة معينة، ونظراً لصعوبة تجميع البيانات من جميع أفراد المجتمع يمكن اختيار عينة ممثلة له (Saunders, et al., 2009). ويتمثل مجتمع هذه الدراسة في العاملين بالبنك الأهلي المصري بكافة فروعه على مستوى الجمهورية، حيث يحتوي البنك على ٦٤٣ فرع بما يبلغ عدد ٥٣٦٢٤ موظف على مستوى كافة فروع الجمهورية، وفي اطار انتشار مفرداته فانه يمكن تحديد تحديد حجم العينة باستخدام (Sample Size Calculator) كأحد أشهر البرامج المجانية لحساب حجم العينة عند نسبة خطأ ± ٥% ومستوى ثقة ٩٥%، حيث أشارت النتيجة الى أن يكون الحد الأدنى للعينة في حدود (٣٨٢) مفردة.



وقد قام الباحث بالاعتماد على استخدام الاستقصاء عبر الانترنت واتاحته للعاملين بالبنك الأهلي المصري من ذوي الصلة بمتغيرات الدراسة باستخدام Google Form وذلك بما يطابق الشروط المطبقة لدراسة (Saunders, et al., 2009)، حيث أنه لتطبيق الاستقصاء عبر الإنترنت لابد أن تكون مفردات مجتمع البحث قادرة على التعامل مع الإنترنت، ويجب أن تكون الاسئلة الخاصة بالاستقصاء مغلقة وقصيرة قدر الإمكان، كما أنه من الأفضل نشر الاستقصاء عبر

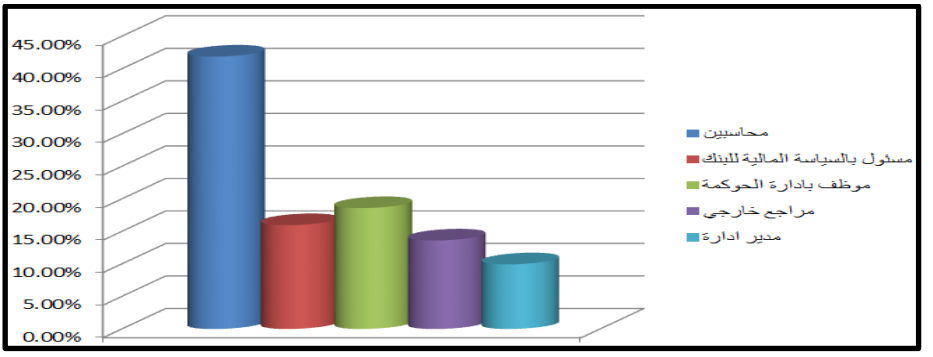
الإنترنت من أسبوعين إلى ستة أسابيع، حيث تم وضع الاستبيان من ٢٠٢٥/٠٣/٠١ الى ٢٠٢٥/٠٤/١٥ وكانت الاستجابة بواقع (٣٨٢) قائمة صالحة للتحليل.

واعتمد الباحث في تجميع بيانات الدراسة الميدانية من مصادرها الأولية على قائمة استقصاء تم إعدادها لغرض هذا البحث وتوزيعها عبر الانترنت للعاملين من موظفي البنك الأهلي المصري (الذين تمكن الباحث من ايصال الرابط اليهم) على أن تتم الاجابة خلال فترة زمنية معينة (أربعة أسابيع) بالشروط المطلوبة في عينة الدراسة، بالاعتماد على عينة عشوائية منتظمة (كل خمسة تمت مقابلة فرد واحد)، بحيث تشمل مجموعة من الأسئلة لقياس متغيرات الدراسة وتعتمد على مقياس ليكرت الخماسي، وبالتالي يمكن للباحثة توضيح اجراءات جمع بيانات العينة من خلال الجدول التالي:

جدول رقم (١): اجراءات تحديد وتوصيف عينة الدراسة

الفئة	القوائم المرسلة	القوائم المستلمة	قوائم غير مكتملة	القوائم الصالحة للتحليل	نسبة الاستجابة	الوزن النسبي لكل فئة
محاسبين	١٨٧	١٦٦	٦	١٦٠	%٩٦.٣٩	%٤١.٨٨
مسئول بالسياسة المالية للبنك	٧٥	٦٨	٧	٦١	%٨٩.٧١	%١٥.٩٧
موظف بادارة الحوكمة	٨٦	٧٩	٨	٧١	%٨٩.٨٧	%١٨.٥٩
مراجع داخلي	٦٩	٥٦	٤	٥٢	%٩٢.٨٦	%١٣.٦١
مدير ادارة	٥٩	٤٣	٥	٣٨	%٨٨.٣٧	%٩.٩٥
الاجمالي	٤٧٦	٤١٢	٣٠	٣٨٢	%٩٢.٧٢	%١٠٠.٠٠

ويتضح للباحث من خلال الجدول السابق ارتفاع الوزن النسبي للمحاسبين بالبنك عن غيرهم من باقي العينة حيث تبلغ عدد مفردات المحاسبين بعينة الدراسة (١٦٠) بنسبة (٤١.٨٨%)، ويليهم فئة موظف بادارة الحوكمة حيث يبلغ عددهم (٧١) مفردة بنسبة (١٨.٥٩%)، ويليهم فئة مسئولي السياسة المالية بالبنك والبالغ عددهم (٦١) مفدة بنسبة (١٥.٩٧%)، ثم فئة المراجعين الداخليين والبالغ عددهم (٥٢) مفردة بنسبة (١٣.٦١%)، وأخيراً فئة مديري الادارة والبالغ عددها (٣٨) مفردة بنسبة (٩.٩٥%)، وهو ما يمكن توضيحه بيانياً على النحو التالي:



شكل رقم (١): توزيع عينة الدراسة

ثانياً: إختباري الصدق والثبات:

بعد الانتهاء من بناء قائمة الاستقصاء قامت الباحثة باجراء اختباري الصدق والثبات Reliability and validity لعبارات قائمة الاستقصاء الخاصة بالدراسة حيث قامت الباحثة باجراء اختبار الثبات من خلال (معامل ألفا كرونباخ)، واختبارات الصدق من خلال (معامل الصدق الظاهري، التحليل العاملي التوكيدي، وصدق البناء)، وذلك على النحو التالي:

١ . إختبارات الثبات والصدق الظاهري:

يمكن إعتبار ألفاكرونباخ مؤشراً ملائماً وممتازاً لقياس ثبات المقياس ويعتبر من المعاملات التي من خلالها يمكن قياس مدي ثبات المقياس من خلال الاتساق الداخلي، حيث يرى Hair, et al., (2014) أن قيم ألفا المقبولة هي التي تتراوح من ٠.٦ الى ٠.٧ في حين أن القيم أكبر من ٠.٧ تشير إلى درجة عالية من الاعتمادية على المقاييس المستخدمة. وبالتالي، قامت الباحثة بقياس مستوى ثبات المقياس اعتماداً على عينة الدراسة وكشفت نتائج التحليل الاحصائي عن الجدول رقم (٢) التالي:

جدول رقم (٢): نتائج اختبارات الثبات والصدق الظاهري

المحاور	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ	معامل الصدق الذاتي
مدى الالتزام بتطبيق معايير الحوكمة في البنك الأهلي المصري	٢٠	0.970	0.985
دور الحوكمة في تعزيز وتحسين كفاءة جودة المراجعة الخارجية	٢٠	0.968	0.984
تأثير معايير الحوكمة لتقليل المخاطر والفساد وتحسين جودة التقارير المالية	٢٠	0.967	0.983

يتضح لدى الباحث من خلال العرض السابق لنتائج اختبارات الثبات لمتغيرات الدراسة ما يلي:

- بالنسبة لمقياس المحور الأول (مدى الالتزام بتطبيق معايير الحوكمة في البنك الأهلي المصري): فقد تبين أن معامل ألفا للمقياس ككل بلغ ٠.٩٧٠، بينما بلغ مقياس الصدق الذاتي ٠.٩٨٥ وهو ما يشير الى درجة عالية من الاعتمادية على المقياس، وذلك باعتبار أن معامل ألفا الذي يتراوح ما بين ٠.٦ الى ٠.٧ يعتبر كافياً ومقبولاً.
- بالنسبة لمقياس المحور الثاني (دور الحوكمة في تعزيز وتحسين كفاءة جودة المراجعة الخارجية): فقد تبين أن معامل ألفا للمقياس ككل بلغ ٠.٩٦٨، بينما بلغ مقياس الصدق الذاتي ٠.٩٨٤ وهو ما يشير الى درجة عالية من الاعتمادية على المقياس، وذلك باعتبار أن معامل ألفا الذي يتراوح ما بين ٠.٦ الى ٠.٧ يعتبر كافياً ومقبولاً.
- بالنسبة لمقياس المحور الثالث (تأثير معايير الحوكمة لتقليل المخاطر والفساد وتحسين جودة التقارير المالية): فقد تبين أن معامل ألفا للمقياس ككل بلغ ٠.٩٦٧، بينما بلغ مقياس الصدق الذاتي ٠.٩٨٣ وهو ما يشير الى درجة عالية من الاعتمادية على المقياس، وذلك باعتبار أن معامل ألفا الذي يتراوح ما بين ٠.٦ الى ٠.٧ يعتبر كافياً ومقبولاً.

٢ . التحليل العاملي التوكيدي:

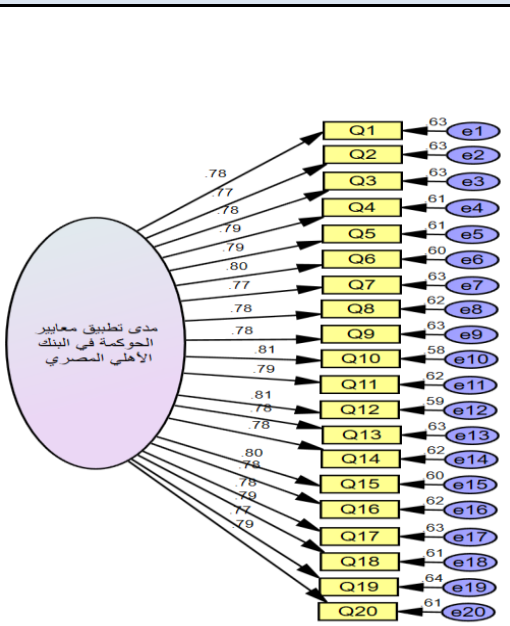
ويتم استخدامه لاختبار ما اذا كانت البيانات تتناسب مع نماذج معينة للقياس وذلك في ضوء أسس نظرية سابقة، وللتأكد من أن عبارات المقياس تقيس ما أعدت لقياسه (Byrne, 2010)، وقد

قامت الباحثة باجراء التحليل العاملي التوكيدي لكل مقياس من مقاييس متغيرات الدراسة باستخدام برنامج AMOS V.26 كما يلي:

أ . التحليل العاملي التوكيدي للمحور الأول (مدى الالتزام بتطبيق معايير الحوكمة في البنك الأهلي المصري):

أظهرت نتائج التحليل الاحصائي وفقاً للجدول رقم (٣) أن جميع المعاملات المعيارية للعبارات معنوية، ووفقاً لدراسة (Hair, et al., 2010) تكون قيم المعاملات المعيارية مقبولة عندما تكون القيم مساوية أو أكبر من ٠.٥ وأظهرت نتائج التحليل أن مؤشر جودة المطابقة Good of Fit Index (GFI) (تتراوح قيمته بين الصفر والواحد وكلما اقترب من الواحد الصحيح كلما كان النموذج معنوياً) وبلغت قيمته ٨٨.١%، كما اتضح أن مؤشر المطابقة المقارن Comparative Fit Index (CFI) (تتراوح قيمته بين الصفر والواحد وكلما اقترب من الواحد الصحيح كلما كان النموذج معنوياً) وبلغت قيمته ٨٩.٥%، وبلغت قيمة الجذر التربيعي لمتوسط مربع الخطأ التقاربي (RMSEA) ٠.٠٢٨، وهو ما يدل على معنوية المقياس وأن العبارات تقيس ما أعدت من أجله.

جدول رقم (٣): المعاملات المعيارية للتحليل العاملي التوكيدي للمحور الأول (مدى الالتزام بتطبيق معايير الحوكمة في البنك الأهلي المصري)

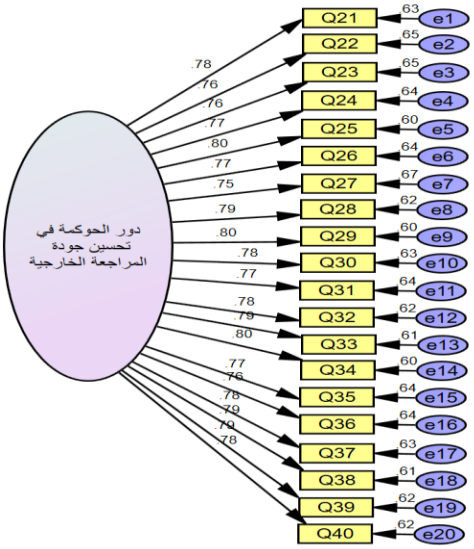
المتغير	م	العبارة	معامل التحميل	نموذج القياس
المحور الأول (مدى الالتزام بتطبيق معايير الحوكمة في البنك الأهلي المصري)	1	Q1	0.776	
	2	Q2	0.773	
	3	Q3	0.779	
	4	Q4	0.793	
	5	Q5	0.790	
	6	Q6	0.797	
	7	Q7	0.774	
	8	Q8	0.783	
	9	Q9	0.779	
	10	Q10	0.813	
	11	Q11	0.788	
	12	Q12	0.808	
	13	Q13	0.779	
	14	Q14	0.785	
	15	Q15	0.799	
	16	Q16	0.783	
	17	Q17	0.779	
	18	Q18	0.792	
	19	Q19	0.771	
	20	Q20	0.791	

ب . التحليل العاملي التوكيدي للمحور الثاني (دور الحوكمة في تعزيز وتحسين كفاءة جودة المراجعة الخارجية):

أظهرت نتائج التحليل الاحصائي وفقاً للجدول رقم (٤) أن جميع المعاملات المعيارية للعبارات معنوية، ووفقاً لدراسة (Hair, et al., 2010) تكون قيم المعاملات المعيارية مقبولة عندما تكون القيم مساوية أو أكبر من ٠.٥ وأظهرت نتائج التحليل أن مؤشر جودة المطابقة Good of Fit Index (GFI) (تتراوح قيمته بين الصفر والواحد وكلما اقترب من الواحد الصحيح كلما كان

النموذج معنوياً) وبلغت قيمته ٨٧.٣%، كما اتضح أن مؤشر المطابقة المقارن Comparative Fit Index (CFI) (تتراوح قيمته بين الصفر والواحد وكلما اقترب من الواحد الصحيح كلما كان النموذج معنوياً) وبلغت قيمته ٨٨.٤%، وبغت قيمة الجذر التربيعي لمتوسط مربع الخطأ التقاربي (RMSEA) ٠.٠٢٩، وهو ما يدل على معنوية المقياس وأن العبارات تقيس ما أعدت من أجله.

جدول رقم (٤): المعاملات المعيارية للتحليل العاملي التوكيدي للمحور الثاني (دور الحوكمة في تعزيز وتحسين كفاءة جودة المراجعة الخارجية)

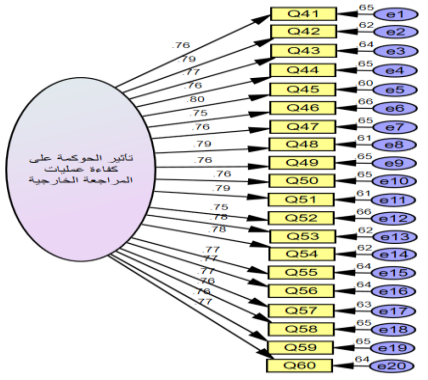
المتغير	م	العبارة	معامل التحميل	نموذج القياس
المحور الثاني (دور الحوكمة في تعزيز وتحسين كفاءة جودة المراجعة الخارجية)	21	Q21	0.778	
	22	Q22	0.759	
	23	Q23	0.756	
	24	Q24	0.771	
	25	Q25	0.802	
	26	Q26	0.767	
	27	Q27	0.745	
	28	Q28	0.785	
	29	Q29	0.797	
	30	Q30	0.777	
	31	Q31	0.765	
	32	Q32	0.782	
	33	Q33	0.790	
	34	Q34	0.799	
	35	Q35	0.771	
	36	Q36	0.765	
	37	Q37	0.778	
	38	Q38	0.792	
	39	Q39	0.786	
	40	Q40	0.783	

ج . التحليل العاملى التوكيدي للمحور الثالث (تأثير معايير الحوكمة لتقليل المخاطر والفساد وتحسين جودة التقارير المالية):

أظهرت نتائج التحليل الاحصائي وفقاً للجدول رقم (٥) أن جميع المعاملات المعيارية للعبارات معنوية، ووفقاً لدراسة (Hair, et al., 2010) تكون قيم المعاملات المعيارية مقبولة عندما تكون القيم مساوية أو أكبر من ٠.٥ وأظهرت نتائج التحليل أن مؤشر جودة المطابقة Good of Fit Index (GFI) (تتراوح قيمته بين الصفر والواحد وكلما اقترب من الواحد الصحيح كلما كان النموذج معنوياً) وبلغت قيمته ٨٧.٦%، كما اتضح أن مؤشر المطابقة المقارن Comparative Fit Index (CFI) (تتراوح قيمته بين الصفر والواحد وكلما اقترب من الواحد الصحيح كلما كان النموذج معنوياً) وبلغت قيمته ٨٨.٩%، وبغت قيمة الجذر التربيعي لمتوسط مربع الخطأ التقاربي (RMSEA) ٠.٠٣١، وهو ما يدل على معنوية المقياس وأن العبارات تقيس ما أعدت من أجله.

جدول رقم (٥): المعاملات المعيارية للتحليل العاملي التوكيدي للمحور الثالث (تأثير معايير الحوكمة لتقليل المخاطر والفساد وتحسين جودة التقارير المالية)

المتغير	م	العبارة	معامل التحميل	نموذج القياس
المحور الثالث (تأثير معايير الحوكمة لتقليل المخاطر والفساد وتحسين جودة التقارير المالية)	41	Q41	0.757	
	42	Q42	0.785	
	43	Q43	0.770	
	44	Q44	0.757	
	45	Q45	0.800	
	46	Q46	0.754	
	47	Q47	0.763	
	48	Q48	0.790	
	49	Q49	0.762	
	50	Q50	0.759	
	51	Q51	0.791	
	52	Q52	0.748	
	53	Q53	0.782	
	54	Q54	0.782	
	55	Q55	0.769	
	56	Q56	0.770	
	57	Q57	0.775	
	58	Q58	0.761	
	59	Q59	0.763	
	60	Q60	0.765	



ثالثاً: صدق البناء (الإتساق الداخلي):

يشير الى مدى جودة العبارات المستخدمة في المقياس للمفاهيم الخاصة بالدراسة، ويمكن التأكد من ذلك من خلال (Saunders, et al., 2009)، وقد قامت الباحثة باختبار صدق البناء للاستقصاء من خلال اختبارين صدق التقاربي Convergent Validity، وصدق التمايز Discriminant Validity، وذلك على النحو التالي:

أ . الصدق التقاربي Convergent Validity:

يعتمد صدق التقارب على اختبار قوة العلاقة بين عبارات الاستقصاء، ويتطلب ذلك توافر معاملات ارتباط مرتفعة بين عناصر الاستقصاء، وقد اعتمدت الباحثة في هذا الاختبار على نوعين من الاحصاءات، أولاً اعتمدت الباحثة على حساب معامل ارتباط بيرسون Pearson Correlation، بين العبارات المعبرة عن كل بعد من أبعاد قائمة الاستقصاء وبين ذلك البعد، وكذلك مع المتغير ككل، مع اعتبار ذلك المقياس مقبولاً اذا كانت تلك القيم (٠.٣) أو أكبر (Hair, et al., 2010)، ثانياً حساب قيمة متوسط التباين المستخرج (AVE)، حيث يعتبر الاستقصاء صالحاً اذا كانت قيم (AVE) أكبر من (٠.٥) لكل بعد من أبعاده، ويمكن عرض الصدق البنائي للاستقصاء فيما يلي:

- **المحور الأول (مدى الالتزام بتطبيق معايير الحوكمة في البنك الأهلي المصري):**

تبين من نتائج اختبار الصدق التقاربي لعبارات قائمة الاستقصاء الخاصة بقياس المحور الأول (مدى الالتزام بتطبيق معايير الحوكمة في البنك الأهلي المصري)، أن قيم معاملات الارتباط بين كل عبارة بين المتغير الممثل لها ككل، قيماً ذات مستوى مقبول، كما أن قيمة متوسط التباين المستخرج بلغ (٠.٦١٩)، وهي قيمة تتجاوز الحد الأدنى، مما يؤكد على صدق القائمة المستخدمة في قياس المحور الأول للدراسة الميدانية، وذلك كما يتضح من الجدول رقم (٦) التالي:

جدول رقم (٦): نتائج اختبار صدق التقارب للمحور الأول (مدى الالتزام بتطبيق معايير الحوكمة في البنك الأهلي المصري)

المتغير	م	العبارة	معامل الارتباط مع المتغير ككل
المحور الأول (مدى الالتزام بتطبيق معايير الحوكمة في البنك الأهلي المصري)	1	Q1	.790**
	2	Q2	.787**
	3	Q3	.790**
	4	Q4	.803**
	5	Q5	.801**
	6	Q6	.808**
	7	Q7	.788**
	8	Q8	.796**
	9	Q9	.792**
	10	Q10	.822**
	11	Q11	.800**
	12	Q12	.818**
	13	Q13	.792**
	14	Q14	.797**
	15	Q15	.809**
	16	Q16	.796**
	17	Q17	.792**
	18	Q18	.804**
	19	Q19	.784**
	20	Q20	.803**
متوسط التباين المستخرج (AVE)			٠.٦١٩

المصدر من اعداد الباحث اعتماداً على نتائج التحليل الاحصائي　** معنوية عند مستوى ١%

- **المحور الثاني (دور الحوكمة في تعزيز وتحسين كفاءة جودة المراجعة الخارجية):**

تبين من نتائج اختبار الصدق التقاربي لعبارات قائمة الاستقصاء الخاصة بقياس المحور الثاني (دور الحوكمة في تعزيز وتحسين كفاءة جودة المراجعة الخارجية)، أن قيم معاملات الارتباط بين كل عبارة بين المتغير الممثل لها ككل، قيماً ذات مستوى مقبول، كما أن قيمة متوسط التباين المستخرج بلغ (٠.٦٠٥)، وهي قيمة تتجاوز الحد الأدنى، مما يؤكد على صدق القائمة المستخدمة في قياس المحور الثاني للدراسة الميدانية، وذلك كما يتضح من الجدول رقم (٧) التالي:

جدول رقم (٧): نتائج اختبار صدق التقارب للمحور الثاني (دور الحوكمة في تعزيز وتحسين كفاءة جودة المراجعة الخارجية)

المتغير	م	العبارة	معامل الارتباط مع المتغير ككل
المحور الثاني (دور الحوكمة في تعزيز وتحسين كفاءة جودة المراجعة الخارجية)	21	Q21	.790**
	22	Q22	.774**
	23	Q23	.771**
	24	Q24	.785**
	25	Q25	.811**
	26	Q26	.781**
	27	Q27	.762**
	28	Q28	.797**
	29	Q29	.807**
	30	Q30	.789**
	31	Q31	.779**
	32	Q32	.794**
	33	Q33	.801**
	34	Q34	.809**
	35	Q35	.784**
	36	Q36	.779**
	37	Q37	.790**
	38	Q38	.802**
	39	Q39	.797**
	40	Q40	.796**
متوسط التباين المستخرج (AVE)			٠.٦٠٥

المصدر من اعداد الباحث اعتماداً على نتائج التحليل ** معنوية عند مستوى ١%

- **المحور الثالث (تأثير معايير الحوكمة لتقليل المخاطر والفساد وتحسين جودة التقارير المالية):**

تبين من نتائج اختبار الصدق التقاربي لعبارات قائمة الاستقصاء الخاصة بقياس المحور الثالث (تأثير معايير الحوكمة لتقليل المخاطر والفساد وتحسين جودة التقارير المالية)، أن قيم معاملات الارتباط بين كل عبارة بين المتغير الممثل لها ككل، قيماً ذات مستوى مقبول، كما أن

قيمة متوسط التباين المستخرج بلغ (٠.٥٩٣)، وهي قيمة تتجاوز الحد الأدنى، مما يؤكد على صدق القائمة المستخدمة في قياس المحور الثالث للدراسة الميدانية، وذلك كما يتضح من الجدول رقم (٨) التالي:

جدول رقم (٨): نتائج اختبار صدق التقارب للمحور الثالث (تأثير معايير الحوكمة لتقليل المخاطر والفساد وتحسين جودة التقارير المالية)

المتغير	م	العبارة	معامل الارتباط مع المتغير ككل
المحور الثالث (تأثير معايير الحوكمة لتقليل المخاطر والفساد وتحسين جودة التقارير المالية)	41	Q41	.772**
	42	Q42	.797**
	43	Q43	.782**
	44	Q44	.772**
	45	Q45	.810**
	46	Q46	.769**
	47	Q47	.777**
	48	Q48	.801**
	49	Q49	.776**
	50	Q50	.774**
	51	Q51	.802**
	52	Q52	.764**
	53	Q53	.793**
	54	Q54	.794**
	55	Q55	.783**
	56	Q56	.782**
	57	Q57	.788**
	58	Q58	.774**
	59	Q59	.778**
	60	Q60	.778**
متوسط التباين المستخرج (AVE)			٠.٥٩٣

المصدر من اعداد الباحثة اعتماداً على نتائج التحليل الاحصائي　　** معنوية عند مستوى ١%

ب . الصدق التمايزي Discriminant Validity:

اعتمد الباحث على اختبار صدق التمايز للكشف عن مدى الاختلاف بين الأبعاد المكونة للاستقصاء، بحيث يعبر كل بعد عن معنى مستقل عن الأبعاد الأخرى، وتم الاعتماد على مقارنة الجذر التربيعي لمتوسط التباين المستخرج (AVE) مع معاملات ارتباط العوامل مع بعضها البعض،

مع اعتبار المقياس مقبولاً اذا تجاوزت قيم ذلك الجذر التربيعي لجميع قيم معاملات الارتباط المحسوبة (Fornell & Lacker, 1981).

جدول رقم (٩): نتائج اختبار صدق التمايز لأداة الدراسة

	مدى تطبيق معايير الحوكمة في البنك الأهلي المصري	دور الحوكمة في تحسين جودة المراجعة الخارجية	تأثير الحوكمة على كفاءة عمليات المراجعة الخارجية
مدى الالتزام بتطبيق معايير الحوكمة في البنك الأهلي المصري	**0.787**		
دور الحوكمة في تعزيز وتحسين كفاءة جودة المراجعة الخارجية	0.649	**0.778**	
تأثير معايير الحوكمة لتقليل المخاطر والفساد وتحسين جودة التقارير المالية	0.643	0.664	**0.770**

ويوضح الجدول رقم (٩) نتائج اختبار الصدق التمايزي للاستقصاء، حيث يتضح أن مصفوفة الارتباط بين الأبعاد للاستقصاء تدل على معاملات ارتباط معنوية عند مستوى ثقة (٩٥%)، وبالنظر الى قيم الجذر التربيعي لمتوسط التباين المستخرج يتضح أن جميعها أكبر من معاملات الارتباط المحسوبة الأمر الذي يؤكد على جودة صدق التمايز للاستقصاء المستخدم في الدراسة.

رابعاً: الإحصاءات الوصفية:

قام الباحث باجراء التحليل الاحصائي الوصفي للبيانات باستخدام البرنامج الاحصائي (SPSS V.26) للتعرف على طبيعة البيانات وقيم المتوسطات والانحراف المعياري لمتغيرات الدراسة، ويوضح الجدول رقم (١٠) نتائج التحليل الاحصائي الوصفي لمتغيرات الدراسة على أساس قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.

جدول رقم (١٠): نتائج التحليل الاحصائي الوصفي لمحاور الدراسة

بيان	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الالتواء	التفرطح
مدى الالتزام بتطبيق معايير الحوكمة في البنك الأهلي المصري	3.786	0.863	-1.292	0.541
دور الحوكمة في تعزيز وتحسين كفاءة جودة المراجعة الخارجية	3.798	0.856	-1.357	0.757
تأثير معايير الحوكمة لتقليل المخاطر والفساد وتحسين جودة التقارير المالية	3.797	0.837	-1.346	0.803

المصدر من اعداد الباحث اعتماداً على نتائج التحليل الاحصائي

- **المحور الأول (مدى الالتزام بتطبيق معايير الحوكمة في البنك الأهلي المصري):** بلغ الوسط الحسابي للمحور الأول (٣.٧٨٦) وهو أكبر من القيمة (٣) على درجات ميزان ليكرت الخماسي، وبانحراف معياري منخفض قدره (٠.٨٦٣).
- **المحور الثاني (دور الحوكمة في تعزيز وتحسين كفاءة جودة المراجعة الخارجية):** بلغ الوسط الحسابي للمحور الثاني (٣.٧٩٨) وهو أكبر من القيمة (٣) على درجات ميزان ليكرت الخماسي، وبانحراف معياري منخفض قدره (٠.٨٥٦).
- **المحور الثالث (تأثير معايير الحوكمة لتقليل المخاطر والفساد وتحسين جودة التقارير المالية):** بلغ الوسط الحسابي للمحور الثالث (٣.٧٩٧) وهو أكبر من القيمة (٣) على درجات ميزان ليكرت الخماسي، وبانحراف معياري منخفض قدره (٠.٨٣٧).
- كما يتبين من الجدول أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي حيث تنحصر قيم معاملات الالتواء ما بين ±٣ وانحصار كافة قيم معاملات التفرطح ما بين ±١٠ الأمر الذي يؤكد على التوزيع الطبيعي للبيانات ومن ثم صلاحيتها لاجراء التحليل الاحصائي.

خامساً: نتائج اختبارات الفروض الاحصائية للدراسة:

يمكن للباحثة في هذا الجزء من الدراسة عرض نتائج اختبارات الفروض الاحصائية للدراسة اعتماداً على برنامج (SPSS V.26) باستخدام أسلوب اختبارات الفروق الجوهرية، وذلك على النحو التالي:

- **نتيجة اختبار الفرض الاحصائي الأول للدراسة:**

ينص الفرض الاحصائي الرئيسي الأول للدراسة على أنه "**لا يوجد اختلافات ذات دلالة معنوية بين أراء عينة الدراسة حول مدى الالتزام بتطبيق معايير الحوكمة في البنك الأهلي المصري**"، ولأغراض التحليل الاحصائي اعتمد الباحث على اختبار ANOVA المعلمي لتحليل مستوى الفروق الجوهرية وقد أسفرت نتائج التحليل الاحصائي عن الجدول رقم (١١).

ويتضح للباحث من النتائج المبينة بالجدول رقم (١١) الملاحظات التالية:

- أن قيمة F الناتجة من اختبار ANOVA لمتغير النوع غير معنوية للمحور الأول (مدى الالتزام بتطبيق معايير الحوكمة في البنك الأهلي المصري) حيث أنها أكبر من ٥% مما يشير الى عدم وجود أي فروق معنوية تتعلق باختلاف النوع كأحد الخصائص الديموغرافية التي تؤثر على آراء عينة الدراسة. وبالتالي يمكن للباحث الاشارة الى أن اختلاف النوع لا يؤثر تماماً على اتفاق العينة بشأن المحور الأول للدراسة وتواجد تطبيق لمعايير الحوكمة في البنك الأهلي المصري.
- أن قيمة F الناتجة من اختبار ANOVA لمتغير العمر غير معنوية للمحور الأول (مدى الالتزام بتطبيق معايير الحوكمة في البنك الأهلي المصري) حيث أنها أكبر من ٥% مما يشير الى عدم وجود أي فروق معنوية تتعلق باختلاف العمر كأحد الخصائص الديموغرافية التي تؤثر على آراء عينة الدراسة. وبالتالي يمكن للباحث الاشارة الى أن اختلاف العمر لا يؤثر تماماً على اتفاق العينة بشأن المحور الأول للدراسة وتواجد تطبيق لمعايير الحوكمة في البنك الأهلي المصري.

أن قيمة F الناتجة من اختبار ANOVA لمتغير سنوات الخبرة غير معنوية للمحور الأول (مدى الالتزام بتطبيق معايير الحوكمة في البنك الأهلي المصري) حيث أنها أكبر من ٥% مما يشير الى عدم وجود أي فروق معنوية تتعلق باختلاف سنوات الخبرة كأحد الخصائص الديموغرافية التي تؤثر على آراء عينة الدراسة. وبالتالي يمكن للباحث الاشارة الى أن اختلاف سنوات الخبرة لا يؤثر تماماً على اتفاق العينة بشأن المحور الأول للدراسة وتواجد تطبيق لمعايير الحوكمة في البنك الأهلي المصري.

جدول رقم (١١): نتيجة اختبار الفروق الجوهرية للمحور الأول (مدى الالتزام بتطبيق معايير الحوكمة في البنك الأهلي المصري)

المحور	التوزيع الديموغرافي		التحليل الوصفي			ANOVA		المعنى الاحصائي	التفسير	الدلالة
			العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	F	Sig.			
المحور الأول (مدى الالتزام بتطبيق معايير الحوكمة في البنك الأهلي المصري)	النوع	ذكر	١٧٩	٣.٧٨٨	٠.٨٧٢	0.022	0.962	غير دال احصائياً	اتفاق	لا توجد فروق معنوية
		أنثى	٢٠٣	٣.٧٨٤	٠.٨٥٨					
	العمر	أقل من ٣٠ سنة	٦١	٣.٦٠٦	٠.٩١٤	1.788	0.149	غير دال احصائياً	اتفاق	لا توجد فروق معنوية
		من ٣٠ سنة لأقل من ٤٠ سنة	١١٥	٣.٨٩٧	٠.٧٦٤					
		من ٤٠ سنة لأقل من ٥٠ سنة	١٢٥	٣.٧٣٤	٠.٩١٣					
		من ٥٠ سنة فأكثر	٨٥	٣.٨٣٩	٠.٨٦٩					
	سنوات الخبرة	أقل من ٥ سنوات	٨٣	٣.٧٤٦	٠.٩١٧	0.367	0.693	غير دال احصائياً	اتفاق	لا توجد فروق معنوية
		من ٥ سنوات لأقل من ١٠ سنوات	٢٠٥	٣.٨٢١	٠.٨١٦					
		من ١٠ سنوات فأكثر	٩٤	٣.٧٤٥	٠.٩٢٠					
	المؤهل العلمي	بكالوريوس	٢١٧	٣.٧٩٩	٠.٨٤٤	1.063	0.346	غير دال احصائياً	اتفاق	لا توجد فروق معنوية
		ماجستير	٩٧	٣.٨٤٩	٠.٨٩١					
		دكتوراه	٦٨	٣.٦٥٥	٠.٨٨٥					
	الوظيفة	محاسبين	١٦٠	٣.٨٥١	٠.٨١١	1.483	0.207	غير دال احصائياً	اتفاق	لا توجد فروق معنوية
		مسئول بالسياسة المالية للبنك	٦١	٣.٦٢٣	١.٠١٠					
		موظف بادارة الحوكمة	٧١	٣.٧٢٢	٠.٩٦٤					
		مراجع خارجي	٥٢	٣.٧١٧	٠.٨٩٨					
		مدير ادارة	٣٨	٣.٩٨٩	٠.٤٥٥					

المصدر: من اعداد الباحث اعتماداً على نتائج التحليل الاحصائي

- أن قيمة F الناتجة من اختبار ANOVA لمتغير المؤهل العلمي غير معنوية للمحور الأول (مدى الالتزام بتطبيق معايير الحوكمة في البنك الأهلي المصري) حيث أنها أكبر من ٥% مما يشير الى عدم وجود أي فروق معنوية تتعلق باختلاف المؤهل العلمي كأحد الخصائص الديموغرافية التي تؤثر على آراء عينة الدراسة. وبالتالي يمكن للباحث الاشارة الى أن اختلاف

المؤهل العلمي لا يؤثر تماماً على اتفاق العينة بشأن المحور الأول للدراسة وتواجد تطبيق لمعايير الحوكمة في البنك الأهلي المصري.

- أن قيمة F الناتجة من اختبار ANOVA لمتغير الوظيفة غير معنوية للمحور الأول (مدى الالتزام بتطبيق معايير الحوكمة في البنك الأهلي المصري) حيث أنها أكبر من ٥% مما يشير الى عدم وجود أي فروق معنوية تتعلق باختلاف الوظيفة كأحد الخصائص الديموغرافية التي تؤثر على آراء عينة الدراسة. وبالتالي يمكن للباحث الاشارة الى أن اختلاف الوظيفة لا يؤثر تماماً على اتفاق العينة بشأن المحور الأول للدراسة وتواجد تطبيق لمعايير الحوكمة في البنك الأهلي المصري.

وتأسيساً على تلك النتائج، يمكن للباحثة قبول الفرض الاحصائي الرئيسي الأول للدراسة على الشكل العدم التالي: " **لا يوجد اختلافات ذات دلالة معنوية بين أراء عينة الدراسة حول مدى الالتزام بتطبيق معايير الحوكمة في البنك الأهلي المصري**".

- **نتيجة اختبار الفرض الاحصائي الثاني للدراسة:**

ينص الفرض الاحصائي الرئيسي الثاني للدراسة على أنه "**لا يوجد اختلافات ذات دلالة معنوية بين أراء عينة الدراسة حول دور الحوكمة في تعزيز وتحسين كفاءة جودة المراجعة الخارجية**"، ولأغراض التحليل الاحصائي اعتمد الباحث على اختبار ANOVA المعلمي لتحليل مستوى الفروق الجوهرية وقد أسفرت نتائج التحليل الاحصائي عن الجدول رقم (١٢) التالي:

جدول رقم (١٢): نتيجة اختبار الفروق الجوهرية للمحور الثاني (دور الحوكمة في تعزيز وتحسين كفاءة جودة المراجعة الخارجية)

المحور	التوزيع الديموغرافي		التحليل الوصفي			ANOVA		المعنى الاحصائي	التفسير	الدلالة
			العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	F	Sig.			
المحور الثاني (دور الحوكمة في تعزيز وتحسين كفاءة جودة المراجعة الخارجية)	النوع	ذكر	١٧٩	٣.٧٨٢	٠.٨٧٥	0.724	0.125	غير دال احصائياً	اتفاق	لا توجد فروق معنوية
		أنثى	٢٠٣	٣.٨١٣	٠.٨٤٠					
	العمر	أقل من ٣٠ سنة	٦١	٣.٦٠٥	٠.٩١٧	1.926	0.125	غير دال احصائياً	اتفاق	لا توجد فروق معنوية
		من ٣٠ سنة لأقل من ٤٠ سنة	١١٥	٣.٩١٢	٠.٧٤٥					
		من ٤٠ سنة لأقل من ٥٠ سنة	١٢٥	٣.٧٥٤	٠.٩٢٦					
		من ٥٠ سنة فأكثر	٨٥	٣.٨٤٥	٠.٨٣٣					
	سنوات الخبرة	أقل من ٥ سنوات	٨٣	٣.٧٩٦	٠.٨٩٩	0.388	0.679	غير دال احصائياً	اتفاق	لا توجد فروق معنوية
		من ٥ سنوات لأقل من ١٠ سنوات	٢٠٥	٣.٨٢٨	٠.٨٢٨					
		من ١٠ سنوات فأكثر	٩٤	٣.٧٣٤	٠.٨٨٢					
	المؤهل العلمي	بكالوريوس	٢١٧	٣.٨٠٦	٠.٨٣٦	1.145	0.319	غير دال احصائياً	اتفاق	لا توجد فروق معنوية
		ماجستير	٩٧	٣.٨٧١	٠.٨٥٧					
		دكتوراه	٦٨	٣.٦٦٨	٠.٩١٤					
	الوظيفة	محاسبين	١٦٠	٣.٨٤٧	٠.٨٠٨	1.546	0.188	غير دال احصائياً	اتفاق	لا توجد فروق معنوية
		مسئول بالسياسة المالية للبنك	٦١	٣.٥٩٤	١.٠٢٥					
		موظف بادارة الحوكمة	٧١	٣.٨١٨	٠.٩٠٤					
		مراجع خارجي	٥٢	٣.٧٢٥	٠.٨٩٢					
		مدير ادارة	٣٨	٣.٩٨٢	٠.٥١٩					

المصدر: من اعداد الباحث اعتماداً على نتائج التحليل الاحصائي

يتضح للباحث من النتائج المبينة بالجدول رقم (١٢) الملاحظات التالية:

- أن قيمة F الناتجة من اختبار ANOVA لمتغير النوع غير معنوية للمحور الثاني (دور الحوكمة في تعزيز وتحسين كفاءة جودة المراجعة الخارجية) حيث أنها أكبر من ٥% مما يشير الى عدم وجود أي فروق معنوية تتعلق باختلاف النوع كأحد الخصائص الديموغرافية التي تؤثر على آراء عينة الدراسة. وبالتالي يمكن للباحث الاشارة الى أن اختلاف النوع لا يؤثر تماماً على اتفاق العينة بشأن المحور الثاني للدراسة وتواجد دور الحوكمة في تحسين جودة المراجعة الخارجية.
- أن قيمة F الناتجة من اختبار ANOVA لمتغير العمر غير معنوية للمحور الثاني (دور الحوكمة في تعزيز وتحسين كفاءة جودة المراجعة الخارجية) حيث أنها أكبر من ٥% مما يشير الى عدم وجود أي فروق معنوية تتعلق باختلاف العمر كأحد الخصائص الديموغرافية التي تؤثر على آراء عينة الدراسة. وبالتالي يمكن للباحث الاشارة الى أن اختلاف العمر لا يؤثر تماماً على اتفاق العينة بشأن المحور الثاني للدراسة وتواجد دور الحوكمة في تحسين جودة المراجعة الخارجية
- أن قيمة F الناتجة من اختبار ANOVA لمتغير سنوات الخبرة غير معنوية للمحور الثاني (دور الحوكمة في تعزيز وتحسين كفاءة جودة المراجعة الخارجية) حيث أنها أكبر من ٥% مما يشير الى عدم وجود أي فروق معنوية تتعلق باختلاف سنوات الخبرة كأحد الخصائص الديموغرافية التي تؤثر على آراء عينة الدراسة. وبالتالي يمكن للباحث الاشارة الى أن اختلاف سنوات الخبرة لا يؤثر تماماً على اتفاق العينة بشأن المحور الثاني للدراسة وتواجد دور الحوكمة في تحسين جودة المراجعة الخارجية.
- أن قيمة F الناتجة من اختبار ANOVA لمتغير المؤهل العلمي غير معنوية للمحور الثاني (دور الحوكمة في تعزيز وتحسين كفاءة جودة المراجعة الخارجية) حيث أنها أكبر من ٥% مما يشير الى عدم وجود أي فروق معنوية تتعلق باختلاف المؤهل العلمي كأحد الخصائص الديموغرافية التي تؤثر على آراء عينة الدراسة. وبالتالي يمكن للباحث الاشارة الى أن اختلاف المؤهل العلمي لا يؤثر تماماً على اتفاق العينة بشأن المحور الثاني للدراسة وتواجد دور الحوكمة في تحسين جودة المراجعة الخارجية.
- أن قيمة F الناتجة من اختبار ANOVA لمتغير الوظيفة غير معنوية للمحور الثاني (دور الحوكمة في تعزيز وتحسين كفاءة جودة المراجعة الخارجية) حيث أنها أكبر من ٥% مما يشير الى عدم وجود أي فروق معنوية تتعلق باختلاف الوظيفة كأحد الخصائص الديموغرافية

التي تؤثر على آراء عينة الدراسة. وبالتالي يمكن للباحث الاشارة الى أن اختلاف الوظيفة لا يؤثر تماماً على اتفاق العينة بشأن المحور الثاني للدراسة وتواجد دور الحوكمة في تحسين جودة المراجعة الخارجية.

وتأسيساً على تلك النتائج، يمكن للباحثة قبول الفرض الاحصائي الرئيسي الثاني للدراسة على الشكل العدم التالي: "**لا يوجد اختلافات ذات دلالة معنوية بين أراء عينة الدراسة حول دور الحوكمة في تعزيز وتحسين كفاءة جودة المراجعة الخارجية**".

- **نتيجة اختبار الفرض الاحصائي الثالث للدراسة:**

ينص الفرض الاحصائي الرئيسي الثالث للدراسة على أنه "**لا يوجد اختلافات ذات دلالة معنوية بين أراء عينة الدراسة حول تأثير معايير الحوكمة لتقليل المخاطر والفساد وتحسين جودة التقارير المالية**"، ولأغراض التحليل الاحصائي اعتمد الباحث على اختبار ANOVA المعلمي لتحليل مستوى الفروق الجوهرية وقد أسفرت نتائج التحليل الاحصائي عن الجدول رقم (١٣) التالي:

جدول رقم (١٣): نتيجة اختبار الفروق الجوهرية للمحور الثالث (تأثير معايير الحوكمة لتقليل المخاطر والفساد وتحسين جودة التقارير المالية)

	التوزيع الديموغرافي		التحليل الوصفي			ANOVA		المعنى الاحصائي	التفسير	الدلالة
			العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	F	Sig.			
المحور الثالث (تأثير معايير الحوكمة لتقليل المخاطر والفساد وتحسين جودة التقارير المالية)	النوع	ذكر	١٧٩	٣.٧٧١	٠.٨٤٧	0.559	0.342	غير دال احصائياً	اتفاق	لا توجد فروق معنوية
		أنثى	٢٠٣	٣.٨٢١	٠.٨٣٠					
	العمر	أقل من ٣٠ سنة	٦١	٣.٦٢٦	٠.٩٢٤	2.047	0.107	غير دال احصائياً	اتفاق	لا توجد فروق معنوية
		من ٣٠ سنة لأقل من ٤٠ سنة	١١٥	٣.٩٢٠	٠.٧٢٤					
		من ٤٠ سنة لأقل من ٥٠ سنة	١٢٥	٣.٧٣١	٠.٩٠٠					
		من ٥٠ سنة فأكثر	٨٥	٣.٨٤٨	٠.٨٠٦					
	سنوات الخبرة	أقل من ٥ سنوات	٨٣	٣.٧٧٧	٠.٩٠٥	0.172	0.842	غير دال احصائياً	اتفاق	لا توجد فروق معنوية
		من ٥ سنوات لأقل من ١٠ سنوات	٢٠٥	٣.٨٢٠	٠.٧٩٥					
		من ١٠ سنوات فأكثر	٩٤	٣.٧٦٥	٠.٨٧١					
	المؤهل العلمي	بكالوريوس	٢١٧	٣.٨٠٩	٠.٨٢٣	1.373	0.255	غير دال احصائياً	اتفاق	لا توجد فروق معنوية
		ماجستير	٩٧	٣.٨٧٠	٠.٨٣٢					
		دكتوراه	٦٨	٣.٦٥٥	٠.٨٨٥					
	الوظيفة	محاسبين	١٦٠	٣.٨٤٧	٠.٧٧٥	1.395	0.235	غير دال احصائياً	اتفاق	لا توجد فروق معنوية
		مسئول بالسياسة المالية للبنك	٦١	٣.٦٢٩	١.٠٠٠					
		موظف بادارة الحوكمة	٧١	٣.٧٩٧	٠.٨٩٦					
		مراجع خارجي	٥٢	٣.٧٠٦	٠.٩١٦					
		مدير ادارة	٣٨	٣.٩٨٤	٠.٤٨٣					

المصدر: من اعداد الباحث اعتماداً على نتائج التحليل الاحصائي

يتضح للباحث من النتائج المبينة بالجدول رقم (١٣) الملاحظات التالية:

- أن قيمة F الناتجة من اختبار ANOVA لمتغير النوع غير معنوية للمحور الثالث (تأثير معايير الحوكمة لتقليل المخاطر والفساد وتحسين جودة التقارير المالية) حيث أنها أكبر من ٥% مما يشير الى عدم وجود أي فروق معنوية تتعلق باختلاف النوع كأحد الخصائص الديموغرافية التي تؤثر على آراء عينة الدراسة. وبالتالي يمكن للباحث الاشارة الى أن اختلاف النوع لا يؤثر تماماً على اتفاق العينة بشأن المحور الثالث للدراسة وتواجد تأثير الحوكمة على كفاءة عمليات المراجعة الخارجية.
- أن قيمة F الناتجة من اختبار ANOVA لمتغير العمر غير معنوية للمحور الثالث (تأثير معايير الحوكمة لتقليل المخاطر والفساد وتحسين جودة التقارير المالية) حيث أنها أكبر من ٥% مما يشير الى عدم وجود أي فروق معنوية تتعلق باختلاف العمر كأحد الخصائص الديموغرافية التي تؤثر على آراء عينة الدراسة. وبالتالي يمكن للباحث الاشارة الى أن اختلاف العمر لا يؤثر تماماً على اتفاق العينة بشأن المحور الثالث للدراسة وتواجد تأثير الحوكمة على كفاءة عمليات المراجعة الخارجية.
- أن قيمة F الناتجة من اختبار ANOVA لمتغير سنوات الخبرة غير معنوية للمحور الثالث (تأثير معايير الحوكمة لتقليل المخاطر والفساد وتحسين جودة التقارير المالية) حيث أنها أكبر من ٥% مما يشير الى عدم وجود أي فروق معنوية تتعلق باختلاف سنوات الخبرة كأحد الخصائص الديموغرافية التي تؤثر على آراء عينة الدراسة. وبالتالي يمكن للباحث الاشارة الى أن اختلاف سنوات الخبرة لا يؤثر تماماً على اتفاق العينة بشأن المحور الثالث للدراسة وتواجد تأثير الحوكمة على كفاءة عمليات المراجعة الخارجية.
- أن قيمة F الناتجة من اختبار ANOVA لمتغير المؤهل العلمي غير معنوية للمحور الثالث (تأثير معايير الحوكمة لتقليل المخاطر والفساد وتحسين جودة التقارير المالية) حيث أنها أكبر من ٥% مما يشير الى عدم وجود أي فروق معنوية تتعلق باختلاف المؤهل العلمي كأحد الخصائص الديموغرافية التي تؤثر على آراء عينة الدراسة. وبالتالي يمكن للباحث الاشارة الى

أن اختلاف المؤهل العلمي لا يؤثر تماماً على اتفاق العينة بشأن المحور الثالث للدراسة وتواجد تأثير الحوكمة على كفاءة عمليات المراجعة الخارجية.

- أن قيمة F الناتجة من اختبار ANOVA لمتغير الوظيفة غير معنوية للمحور الثالث (تأثير معايير الحوكمة لتقليل المخاطر والفساد وتحسين جودة التقارير المالية) حيث أنها أكبر من ٥% مما يشير الى عدم وجود أي فروق معنوية تتعلق باختلاف الوظيفة كأحد الخصائص الديموغرافية التي تؤثر على آراء عينة الدراسة، وبالتالي يمكن للباحث الاشارة الى أن اختلاف الوظيفة لا يؤثر تماماً على اتفاق العينة بشأن المحور الثالث للدراسة وتواجد تأثير الحوكمة على كفاءة عمليات المراجعة الخارجية.

وتأسيساً على تلك النتائج، يمكن للباحثة قبول الفرض الاحصائي الرئيسي الثالث للدراسة على الشكل العدم التالي: "**لا يوجد اختلافات ذات دلالة معنوية بين أراء عينة الدراسة حول تأثير معايير الحوكمة لتقليل المخاطر والفساد وتحسين جودة التقارير المالية**".

نتائج الدراسة:

انطلاقاً من العرض السابق للدراسة الميدانية والنظرية توصل الباحث الى مجموعة من النائج الهامة سواء على مستوى النظرية أو على الجانب التطبيقي للدراسة، والتي يمكن للباحث عرضها فيما يلي:

- **نتائج الدراسة النظرية:**

- الحوكمة من المنظور المصرفي تعني الطريقة التي تدار بها شئون البنك من قبل مجلس الإدارة والإدارة العليا، بما في ذلك كيف يتم وضع استراتيجية وأهداف البنك بما فيها تحقيق عوائد اقتصادية للمالك، وتحديد مستوى تحمل البنك للمخاطر، وإدارة العمليات اليومية للبنك.
- الحوكمة هي "الضوابط التي تضمن ممارسة الإدارة الرشيدة من خلال الإلتزام بتطبيق القواعد والإجراءات والنظم الإدارية والقانونية والمحاسبية والمالية والاقتصادية؛ والتعليمات التي توجه سلوك المنشأة وتحكم العلاقة بين كل الأطراف المشاركة في النشاط لضمان حسن إدارة المنشأة والحد من التصرفات غير السليمة والممارسات الخاطئة للمديرين فيها؛ وتحسين

الأداء ونزاهة السلوكيات واستغلال الموارد بكفاءة وفاعلية من أجل تحقيق أهداف الشركة؛ وبما يحافظ على مصالح الأطراف ذات الصلة بالمنشأة".

- جودة المراجعة مهمة للوصو ل إلى مستوى متقدم من الحوكمة في مختلف الشركات والبنوك، وتطبيق حوكمة الشركات تعزز الشفافية والمصداقية في القوائم المالية، بحيث يصبح الجمهور المالي أكثر ثقة بالبيانات المالية الموجودة في القوائم المالية، وبالتالي تكون أكثر جودة، وهذه الجودة تؤثر على القرارات والتوجهات الخاصة بالجمهور المالي.
- زاد الإهتمام بحوكمة المؤسسات وخاصة من الناحية المحاسبية والمالية والاقتصادية والمتعلقة بإعداد التقارير والقوائم المالية المفصح عنها، وبالتالي السعي نحو تحقيق جودة المعلومات المحاسبية التي تتضمنها تلك التقارير، لذلك فإن الالتزام بتحقيق الجوانب الفكرية للحوكمة سوف ينعكس بشكل مباشر على تلك التقارير

- **نتائج الدراسة الميدانية:**

بناء على ما توصلت إليه الإختبارات العملية في الدراسة الميدانية توصل الباحث الى مجموعة من النتائج الهامة لاختبارات الفروض الاحصائية للدراسة والتي يمكن عرضها فيما يلي:

- لا يوجد اختلافات ذات دلالة معنوية بين أراء عينة الدراسة حول مدى الالتزام بتطبيق معايير الحوكمة في البنك الأهلي المصري.
- لا يوجد اختلافات ذات دلالة معنوية بين أراء عينة الدراسة حول دور الحوكمة في تعزيز وتحسين كفاءة جودة المراجعة الخارجية.
- لا يوجد اختلافات ذات دلالة معنوية بين أراء عينة الدراسة حول تأثير معايير الحوكمة لتقليل المخاطر والفساد وتحسين جودة التقارير المالية.

خاتمة البحث:

يمثل تطبيق معايير الحوكمة في المؤسسات المالية ولا سيما في البنوك أحد الركائز الأساسية لضمان الشفافية وتعزيز ثقة المستثمرين والمتعاملين في الأسواق المالية، ولذلك فإن تطبيق معايير الحوكمة في المؤسسات المالية له تأثير إيجابي مباشر على كفاءة عمليات المراجعة الخارجية، حيث

تسهم هذه المعايير في تعزيز الشفافية وتحسين جودة التقارير المالية وتقليل فرص التلاعب وتسهيل عمل المراجعين الخارجيين، وقد أظهرت الدراسة التطبيقية على البنك الأهلي المصري أن الالتزام بمعايير الحوكمة يعزز من قدرة المراجعين على تقييم الأداء المالي بدقة مما ينعكس إيجابياً على الاستقرار المالي وثقة المستثمرين.

ولذلك يعد هذا البحث مساهمة علمية هامة في مجال التمويل والمحاسبة ويمكن أن يكون مرجعاً لصناع القرار في المؤسسات المالية لتحسين سياسات الحوكمة وتطوير إجراءات المراجعة الخارجية، ويوصى بالمزيد من الدراسات في هذا المجال خاصة مع التطورات السريعة التي يشهدها قطاع التمويل، والتي تتطلب تكاملاً أكثر عمقاً بين الحوكمة والمراجعة الخارجية لضمان تحقيق أعلى مستويات الكفاءة والاستدامة المالية.

ومن خلال هذا البحث تم دراسة أثر تطبيق معايير الحوكمة على كفاءة عمليات المراجعة الخارجية في المؤسسات المالية، مع تطبيق عملي على البنك الأهلي المصري باعتباره أحد أكبر وأعرق المؤسسات المالية في مصر، والذي يعتمد بشكل أساسي على الممارسات الرشيدة في الحوكمة لضمان الامتثال للمعايير المحلية والدولية.

نتائج البحث:

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التي توضح العلاقة بين الحوكمة وكفاءة عمليات المراجعة الخارجية، ومن أبرز هذه النتائج ما يلي:

١ . ساهمت معايير الحوكمة في تعزيز استقلالية المراجعين الخارجيين والحد من التدخل الإداري في عملهم، وموضوعيتهم في مراجعة القوائم المالية، مما يعزز من مستوى الإفصاح والشفافية ويحد من الأخطاء المحاسبية والغموض في البيانات المالية.

٢ . أدى التزام البنك الأهلي المصري بمعايير الحوكمة إلى تحسين جودة التقارير المالية وتحسين دقة الإفصاح المالي والامتثال للمعايير الدولية، مما يعزز مصداقية البيانات المالية.

٣ . رغم التطور الملحوظ في تطبيق معايير الحوكمة إلا أن وجود بعض التعقيدات التنظيمية والإجرائية وزيادة متطلبات الإفصاح تشكل تحديات أمام المراجعين الخارجيين، وتؤثر على سرعة وكفاءة عمليات المراجعة.

٤ . كلما زاد التزام البنك بمعايير الحوكمة فإن ذلك يعزز ويقوي أنظمة الرقابة الداخلية ويؤدي إلى دعم وتسهيل عمليات المراجعة الخارجية، مما ينعكس إيجاباً على كفاءة عمليات المراجعة الخارجية، سواء من حيث دقة الفحص المالي أو كشف المخاطر المالية وتقليل فرص التلاعب والتزوير.

٥ . إن وجود إطار حوكمة متكامل يساهم في تحسين الأداء المالي للبنك، مما ينعكس على مستوى ثقة المستثمرين ويعزز الاستقرار المالي.

النتائج العملية:

من خلال التحليل الإحصائي والاستبيانات التي أجريت على عينة من المراجعين والخبراء الماليين في البنك الأهلي المصري، تبين ما يلي:

١ . هناك علاقة إيجابية قوية بين تطبيق معايير الحوكمة وكفاءة عمليات المراجعة الخارجية، فقد لوحظ أن البنوك التي تعتمد على ممارسات الحوكمة الجيدة تحقق نتائج مراجعة أدق وأكثر شفافية، وأظهرت النتائج أن مستوى الإفصاح المالي والشفافية في البنك الأهلي المصري يسهم بشكل مباشر في تحسين جودة عمليات المراجعة الخارجية، حيث إن توفير معلومات دقيقة وحديثة يساعد المراجعين في أداء مهامهم بكفاءة أعلى.

٢ . أوضحت البيانات أن مستوى الإمتثال للحوكمة في البنك الأهلي المصري كان مرتفعاً، مما انعكس إيجاباً على أداء المراجعين الخارجيين، كما تبين أن وجود تقارير مالية دورية مفصلة ومراجعة داخلية فعالة يقلل من التحديات التي تواجه المراجعين الخارجيين أثناء عمليات المراجعة.

٣ . كشفت الدراسة أن استقلالية المراجعين الخارجيين في البنك الأهلي المصري كانت ضمن المستويات المقبولة دولياً، وهو ما ساهم في تحقيق مراجعة دقيقة وموضوعية، كما كشفت النتائج المهمة التي تم التوصل إليها أن أي تدخل إداري في قرارات المراجعين الخارجيين يؤدي إلى انخفاض جودة المراجعة ويضعف ثقة المستثمرين في التقارير المالية.

٤ . أكدت نتائج البحث أن تطبيق معايير الحوكمة يقلل من فرص التلاعب المالي والاحتيال داخل المؤسسات المالية، حيث تبين أن وجود نظام رقابة داخلي قوي في البنك الأهلي المصري يسهم في تقليل الأخطاء المالية ويساعد المراجعين الخارجيين في اكتشاف أي تلاعب أو تجاوزات محتملة في القوائم المالية.

٥ . أظهرت البيانات أن وجود لجان مراجعة مستقلة وفعالة يعزز من كفاءة عمليات المراجعة الخارجية، حيث تلعب هذه اللجان دوراً أساسياً في مراقبة جودة التقارير المالية والتأكد من الامتثال لمعايير المراجعة الدولية، وقد أشارت الدراسة إلى أن البنك الأهلي المصري يعتمد على لجنة مراجعة قوية، وهو ما انعكس إيجاباً على مستوى المراجعة الخارجية.

٦ . أظهرت النتائج أن استخدام التكنولوجيا الحديثة في عمليات الحوكمة والمراجعة الخارجية، مثل تحليل البيانات الضخمة والذكاء الاصطناعي يساعد في تحسين كفاءة عمليات المراجعة، وأكدت الدراسة أن البنك الأهلي المصري بدأ في استخدام أنظمة مراجعة رقمية حديثة؛ مما سهل عمليات المراجعة وسرع من عملية اكتشاف الأخطاء المحاسبية.

٧ . أظهرت البيانات أن التزام البنك الأهلي المصري باللوائح التنظيمية التي تفرضها الجهات الرقابية مثل البنك المركزي المصري والمعايير الدولية كان له أثر إيجابي على عمليات المراجعة الخارجية، فقد تبين أن الامتثال للمعايير المحاسبية والرقابية يقلل من النزاعات بين المراجعين والإدارة، مما يسهم في تحقيق مراجعة دقيقة ومحايدة.

٨ . أوضحت النتائج أن وجود تقارير مالية ذات جودة عالية يعزز من ثقة المستثمرين والمساهمين في البنك، ووجدت الدراسة أن تحسين المراجعة الخارجية من خلال تطبيق الحوكمة يؤدي إلى اتخاذ قرارات استثمارية أكثر وعياً وأقل عرضة للمخاطر المالية.

٩ . وجدت الدراسة أن وجود هيكل إداري واضح ومستقل داخل البنك الأهلي المصري يسهل عمليات المراجعة الخارجية، كما أظهرت النتائج أن الفصل بين السلطات داخل البنك وخاصة بين الإدارة التنفيذية ولجان المراجعة، يعزز من فعالية المراجعة الخارجية ويمنع تضارب المصالح.

توصيات البحث:

بناءً على النتائج المستخلصة، يوصي البحث بما يلي:

١ . تعزيز الإلتزام بمعايير الحوكمة داخل المؤسسات المالية من خلال سياسات تنظيمية أكثر صرامة، والعمل على تحسين ثقافة الامتثال الداخلي داخل البنوك لضمان التزام كافة المستويات الإدارية بمعايير الحوكمة.

٢ . ينبغي على المراجع الخارجي الاعتماد على دراسة مستوى ممارسات الحوكمة بالآليات الداخلية في القطاع البنكي لتطوير الكفاءة في عمليات المراجعة الخارجية.

٣ . تحسين بيئة عمل المراجعين الخارجيين لضمان استقلاليتهم الكاملة، وحمايتهم من أي تأثيرات داخلية قد تؤثر على نتائج وجودة عملية المراجعة، وزيادة استقلالية لجان المراجعة لمنع تضارب المصالح وضمان مراجعة مالية أكثر حيادية وشفافية.

٤ . ينبغي على هيئة سوق المال المصري تدشين المؤشرات المختلفة التي تربط بين حوكمة البنوك وكفاءة وجودة عملية المراجعة الخارجية.

٥ . تحسين آليات الإفصاح والشفافية لضمان تقديم تقارير مالية أكثر دقة ووضوحاً، بما يتماشى مع أفضل الممارسات الدولية.

التوصيات العملية

١ . بالنسبة للمؤسسات المالية: تعزيز ممارسات الحوكمة لضمان مراجعة خارجية أكثر كفاءة.

٢ . بالنسبة للمراجعين الخارجيين: تحسين إجراءات المراجعة بناءً على معايير الحوكمة.

٣ . بالنسبة للسلطات التنظيمية: تطوير الأطر القانونية لتعزيز استقلالية المراجعين.

التوصيات للبحوث المستقبلية:

على الرغم من أن البحث الحالي قدم تحليلاً شاملاً حول العلاقة بين الحوكمة وكفاءة المراجعة الخارجية، إلا أن هناك بعض المجالات التي تستحق مزيداً من الدراسة المستقبلية، ومنها ما يلي:

١ . تحليل العلاقة بين آليات الحوكمة وجودة عملية المراجعة الخارجية للقطاع البنكي اعتماداً على المقاييس المختلفة للجودة.

٢ . تحليل أثر الدور المعدل لحجم المراجع الخارجي على العلاقة بين حوكمة البنوك وجودة عملية المراجعة.

٣ . قياس أثر الحوكمة على أداء المراجعين الخارجيين من حيث الوقت اللازم لإتمام عمليات المراجعة ودقة النتائج المستخلصة.

٤ . تحليل أثر الدور الوسيط لمستوى الافصاح المحاسبي بين حوكمة البنوك وجودة عملية المراجعة.

المراجـع

أولاً: المراجع باللغة العربية:

١ . الحصري؛ طارق، (٢٠٢٤)، "الحوكمة فى القطاع الحكومى: المؤشرات والممارسات فى مصر خلال الفترة ٢٠٠٦: ٢٠٢١"، **مجلة الحوكمة والوقاية من الفساد ومكافحته**، العدد الأول، السنة الأولى، ص.ص ١٢: ٤١.

٢ . الحربي؛ آلاء واصل، (٢٠٢١)، "أثر حوكمة الشركات على جودة التقارير المالية – دراسة تطبيقية على البنوك المدرجة في السوق المالية السعودية _ تداول"، **مجلة الجامعة الإسلامية للدراسات الاقتصادية والإدارية**، مجلد ٢٩، عدد ٣ ص.ص ٢٢٣: ٢٥٣.

٣ . الرفاعى؛ فائقة، سليم؛ حسن، (٢٠١٥)، "الحوكمة المستدامة على مستوى الدولة ومؤشراتها ومبادئ حوكمة الشركات"، **المركز المصرى للحوكمة العالمية والتنمية**، سلسلة أوراق بحثية، العدد ١.

٤ . الريمي؛ عبدالله حسن محمد علي، (٢٠٢٢)، "أثر المراجعة الداخلية في تطبيق مبادئ الحوكمة دراسة ميدانية في البنوك التجارية العاملة بالجمهورية اليمنية"، **مجلة الآداب**، كلية الآداب ، جامعة ذمار، مجلد ٢٤، العدد الأول، ص ص ٦٤٦: ٦٩٨.

٥ . الزكي؛ محمد كمال محمود، (٢٠١٧)، "دراسة تحليلية لدور المراجع الخارجي في الحد من ممارسات المحاسبة الإبداعية وأثره على جودة التقارير المالية"، **المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية**، كلية التجارة بالإسماعيلية، جامعة قناة السويس، مجلد ٨، ملحق العدد ١، ص.ص ٤٥٢: ٤٧٩.

٦ . السامرائي، محمد حامد مجيد، (٢٠١٦)، "أثر نظام الرقابة الداخلية على جودة التقارير المالية"، جامعة الشرق الأوسط، ص.ص ٣٤: ٣٥.

٧ . السيد؛ محمد فوزى محمد، (٢٠٢٤)، "العلاقة بين تبني المعايير الدولية للتقرير المالي IFRs وجودة المراجعة الحقيقية الدور الوسيط لجودة الإفصاح: دراسة تطبيقية على الشركات غير المالية المقيدة بالبورصة المصرية"، **مجلة البحوث المحاسبية**، كلية التجارة، جامعة طنطا، العدد ٣، ص ص ٨١٤: ٨٥٣.

٨ . الشباطات؛ محمد علي، (٢٠١٨)، "مفهوم حوكمة الجامعات وأثره في تعزيز معايير الشفافية والمساءلة والمشاركة"، **مجلة اتحاد الجامعات العربية للبحوث في التعليم العالي**، مجلد ٣٨، عدد ٢، ص ص ١٤٧: ١٥٩.

٩ . الناغي؛ محمود السيد، حسن؛ كمال عبدالسلام على، سماحه؛ سميح المهدي الشحات عبدالخالق، (٢٠٢٢)، "أثر التكامل بين عناصر المدخل السلوكي والمراجعة الداخلية على مستوى جودة المعلومات المحاسبية: دراسة ميدانية في المصارف التجارية"، **المجلة المصرية للدراسات التجارية**، كلية التجارة، جامعة المنصورة، مجلد ٤٦، العدد ٢، ص ص ٣٠١: ٣٤٠.

١٠ . الناغي؛ محمود السيد، الجوهري؛ إبراهيم السيد محمد، عبادي؛ عبداللطيف محسن، (٢٠٢٣)، "أثر التكامل بين آليات الحوكمة والمعايير الدولية للمراجعة الداخلية على جودة المراجعة الخارجية (دراسة تطبيقية)"، **المجلة المصرية للدراسات التجارية**، كلية التجارة، جامعة المنصورة، مجلد ٤٧، عدد ٢، ص ص ١٨٩: ٢٢٦.

١١ . بدوي، هبة الله عبد السلام، (٢٠١٧)، "أثر جودة المراجعة على جودة التقارير المالية مقاسة باستيفاء المعلومات المحاسبية لخاصيتي الملاءمة والتمثيل العادل"، **مجلة الفكر المحاسبي**،مجلد ٢١، عدد ٣، ص.ص ١٦٠: ٢١٢.

١٢ . بكة، (٢٠٢٥)، "مبادئ الحوكمة والصعوبات التي تواجه تطبيقها وخسائر الشركات عند عدم تطبيقها"، https://bakkah.com/ar/knowledge-center

١٣ . حامد؛ أميرة حامد السيد، (٢٠٢٣)، "أثر حوكمة الشركات على العلاقة بين قابلية الإفصاحات النصية للقراءة وجذب الاستثمار الأجنبي: دراسة تطبيقية على الشركات المقيدة بالبورصة

المصرية"، **المجلة العلمية للدراسات والبحوث التجارية**، كلية التجارة ، جامعة دمياط، مجلد ٤، العدد ٢، ص ص ٤٣٧: ٤٨٨.

١٤ . حسن؛ حنان عبد المنعم مصطفى، (٢٠٢٢)، "دور آليات الحوكمة في زيادة فعالية عرض القوائم المالية ومدى انعكاس ذلك على تفعيل القدرة التنافسية للمنشأة: دراسة تطبيقية"، **مجلة الدراسات التجارية المعاصرة**، كلية التجارة، جامعة كفر الشيخ، مجلد ٨، عدد ١٤، ص.ص ١٩٠: ٢٤٥.

١٥ . حسين؛ زهور عبدالله محمود، (٢٠١٦)، "دور التخصص المهني لمراجع الحسابات في تضييق فجوة التوقعات في المراجعة – دراسة تطبيقية على عينة من مكاتب المراجعة السودانية"، **جمعية الثقافة من أجل التنمية**، مجلد ١٧، عدد ١٠٩، ص.ص ٤٧: ٩٢.

١٦ . رينوبة؛ لخضر، عزاوي؛ أعمر، (٢٠١٨)، "الإفصاح والشفافية كأداة لتعزيز الاتصال المالي في سياق حوكمة الشركات – دراسة ميدانية"، **المجلة الجزائرية للدراسات المحاسبية والمالية**، مجلد ٤، عدد ١، ص.ص. ٤١: ٥٤.

١٧ . سعد؛ أديبة عبدالباقي محمد، أحمد؛ فاطمة أحمد عبدالهادي، (٢٠٢٤)، "لجان المراجعة ودورها في تحسين جودة المراجعة الخارجية"، **مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية والمحاسبية**، مجلد ٦، العدد ٢، ص ص ١٥: ٢٦.

١٨ . شهيد؛ رزان حسين، العيسى؛ ضحى محمد، (٢٠١٨)، "أثر حوكمة الشركات في جودة التقارير المالية – دراسة تطبيقية على هيئة الأوراق والأسواق المالية السورية"، **مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات**، مجلد ٢، عدد ٤٤ ص.ص ٢٦٥: ٢٧٧.

١٩ . عبدالحميد؛ إسلام محمد، "أثر المراجعة الخارجية على جودة التقارير المالية للبنوك التجارية المصرية . دراسة تطبيقية على البنوك التجارية المقيدة بالبورصة المصرية"، **مجلة المعهد العالي للدراسات النوعية**، مجلد ٤، العدد ٩، ٢٠٢٤، ص ص ٣٦٩٣: ٣٧٦٥.

٢٠ . عبد السلام، عبد السلام علي، (٢٠١٦)، "دور المراجعين في الكشف والحد من الفساد المالي والإداري"، **مجلة الفكر المحاسبي**، كلية التجارة، جامعة عين شمس، المجلد ٢٠، العدد ٣، ص.ص ٩٧٣: ٩٩٦.

٢١ . عفيفي؛ هلال عبد الفتاح السيد، (٢٠٢٢)، "أثر حوكمة الشركات على الأداء المالي في شركات قطاع الأعمال العام مقابل شركات القطاع الخاص: دراسة إختبارية في بيئة الأعمال المصرية"، **مجلة البحوث التجارية**، كلية التجارة، جامعة الزقازيق، مجلد ٤٤، عدد ٣، ص.ص ٢٥٥: ٣٠٣.

٢٢ . علي؛ عبد الوهاب نصر، (٢٠٠٩)، "موسوعة المراجعة الخارجية الحديثة – الجزء الأول"، الإسكندرية، الدار الجامعية.

٢٣ . غريب؛ أحمد محمد لطفى، الميهى؛ رمضان عبدالحميد، الجوهرى؛ لطفي السيد عراقي، "أثر آليات الحوكمة الداخلية على جودة التقارير المالية ومعدل صافي الربح السنوي بالتطبيق على بعض الشركات المصرية"، **المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية**، كلية التجارة ، جامعة مدينة السادات، مجلد ٧، العدد ٢، ٢٠٢٠، ص ص ٣٩: ٦٤.

٢٤ . محمود؛سحر عبدالسميع، (٢٠٢٠)، "أثر الإفصاح عن مؤشرات جودة المراجعة في التقارير المالية على قرار الإستثمار بأسهم الشركات المقيدة بالبورصة المصرية – دراسة تجريبية"، **مجلة البحوث المحاسبية**، كلية التجارة، جامعة طنطا، مجلد ٧، عدد ١، ص.ص ٤٧٣: ٥٣٦.

٢٥ . تقرير الحوكمة السنوي؛ البنك الأهلي المصري، ٢٠٢٢.

٢٦ . قانون البنك المركزي رقم ١٩٤ لسنة ٢٠٢٠.

٢٧ . دليل الحوكمة "البنك الأهلي المصري"، أسلوب ممارسة الحوكمة الرشيدة، الإصدار السادس، مايو ٢٠٢٢.

٢٨ . دليل قواعد مصرف الإمارات العربية المتحدة المركزي، نظام الحوكمة المؤسسية للبنوك، مارس ٢٠١٩.

٢٩ . موقع البنك الدولي، https://cutt.us/8jGvW

٣٠ . مفاهيم وسياسات الحوكمة في الادبيات العربية والغربية، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، جامعة القاهرة، https://cutt.us/xCOUO

٣١ . هيئة الرقابة المالية، (٢٠١٦)، الدليل المصرى لحوكمة الشركات، الصادر عن مركز المديرين أغسطس، ٢٠١٦، القاهرة.

ثانياً: المراجع باللغة الإنجليزية:

1 - Almasria N., (2021), "Determinant Governance Mechanisms Affecting the Quality of Auditing the External Auditors' Perceptions", **British Journal of Economics, Finance and Management Sciences**, vol. 18 (1), pp 38: 66.

2 - Baker, A., Abdul, R., and Murad, S., (2024), "Review of the literature related to audit quality and integrated reporting quality in Jordanian companies", **International Review of Management and Marketing**, Vol.8, No.6.

3 - Baker, A., Emran, A., and Khaled, M., (2025), "The Impact of Legal Auditors on Financial Reports Quality in Jordanian Companies", **International Review of Management and Marketing**, Vol.15, No.2, PP 60:70.

4 - Bilal, Chen, S. and Komal, B., (2018), "Audit committee financial expertise and earnings quality: A meta-analysis", **Journal of Business Research**, 84: 253–270.

5 - Henry Chalu, (2021), "Board characteristics, auditing characteristics and audit report lag in African Central Banks", **Journal of Accounting in Emerging Economies,** Emerald Group Publishing Limited, vol. 11 (4), pp 578: 609.

6 - Miftah, Abdu slam Aboul Qasim, (2023), "Governance Mechanisms and Their Impact on Narrowing the Expectations Gap in Auditing: A field Study on Auditors in the City of Gharyan", Journal of Management, Organizations and Strategy, Vol. 5, No. 1, pp. 44: 64.

7 - Nashat Ali Almasria, (2022), "Corporate Governance and the Quality of Audit Process: An Exploratory Analysis Considering Internal Audit, Audit Committee and Board of Directors", **European Journal of Business & Management Research,** vol. 7, No. 1.

8 - Shahanif H., Aza Azlina K., and Mohamad Abdul H., (2020), "The Impact of Audit Quality, Audit Committee and Financial Reporting Quality: Evidence from Malaysia", **International Journal of Economics and Financial Issues,** Econ journals, vol. 10(5), pp 272: 281.

9 - https://www.ccacoalition.org/ar/partners/organisation-economic-co-operation-and-development-oecd
10 - https://scholar.google.com.eg/scholar
11 - https://www.ifc.org/en/what-we-do/sector-expertise/corporate-governance
12 - https://www.google.com/search
13 - https://spskills.com/articles/governance
14 - https://www.qoyod.com/ara
15 - https://www.worldbank.org/ext/en/home
16 - The International Accreditation Service (IAS)
17 - International Financial Reporting Standards (IFRS)
18 - OECD, (2017), "Principles and Annotations on Corporate Governance Arabic Translation", France, Paris.

Scientific Journal
For Commercial Research

A Refereed Scientific Journal

Issued by

Faculty of Commerce

Menoufia University

A.R.E

The 12 th Year

Volume 3

(July)

2025

ISSN:2735-4156
ISSN:2682-387X
رقم الإيداع: ٢٤٣٩٢-٢٠٢٠

Contents
(Research in English)

- **Analyzing the Impact of Environmental Auditing on Sustainability Reports: A case study** — **Dr. Walaa Nasreldein Gad**
- **Geopolitical Risk Disclosure& Dividend Policies, is Accounting Earnings Quality the nexus? Evidence from listed Egyptian Firms** — **Mohamed Ibrahim Elmorsi Aboelela, Rabab Hamdy Abdalhamid, Moustafa Zaki Metwalli**

Scientific Journal
For Commercial Research

A Refereed Scientific Journal Issued by:
Faculty of Commerce
Menoufia University

The 12 th Year
Volume 2
(April)
(2025)

Editing Board

Head Editor:
Prof. Dr. Mohamed Aly Wahdan
Dean of the Faculty of Commerce

Editing Manager:
Prof. Dr. Ahmed Ahmed El Lehleh

Administrative Secretary
Mrs. Hala Amar

Scientific Journal

For Commercial Research

- A refereed scientific journal issued by faculty of commerce – Menoufia University Arab Republic of Egypt
- It is concerned with publishing research studies in all fields of commercial sciences (Business Administration, Accounting , Economics , Insurance and Statistics, and Information Systems) .
- It is a quarterly journal published every three months (January , April , July, and October)
- Correspondence should by addressed to P.O Box Faculty of commerce – Menoufia University A.R.E

Tel :002 048 2222796 – 002 048 2222837

Fax : 002 048 2220011

Email:scientific1234@yahoo.com

https://sjsc.journals.ekb.eg

All the ideas included in the published studies in this journal reflect the opinions of their writers and don't reflect the opinions of the editing board, or the Faculty, or the University.

Contents

(Research in English)

1-	**Analyzing the Impact of Environmental Auditing on Sustainability Reports: A case study**	**Dr. Walaa Nasreldein Gad**	**9**
2-	**Geopolitical Risk Disclosure& Dividend Policies, is Accounting Earnings Quality the nexus? Evidence from listed Egyptian Firms**	**Mohamed Ibrahim Elmorsi Aboelela Rabab Hamdy Abdalhamid Moustafa Zaki Metwalli**	**37**

Analyzing the Impact of Environmental Auditing on Sustainability Reports: A case study

Dr. Walaa Nasreldein Gad*

(*)Dr. Walaa Nasreldein Gad: Department of Accounting Higher Institute for Computer Science and Information Systems (CIS), New Cairo Academy
Email : Dr.walaa.nasreldin@outlook.com

Abstract

Global companies face increasing environmental challenges considering climate change and increasing pressure from governments and civil society to achieve sustainability. In this context, environmental auditing emerges as an important tool to enhance transparency and achieve environmental improvements. Unilever is one of the companies striving to improve its environmental performance, making it a model for studying the impact of environmental auditing on its sustainability. Environmental auditing helps ensure transparency and accountability in environmental reporting, which is an integral part of companies' annual reports.

This study aims to analyze the impact of environmental auditing on Unilever's environmental performance and environmental disclosure during the period from 2020 to 2023. The study focuses on three main aspects: carbon emissions, water consumption, and waste generation, and analyzes the relationship between these variables and environmental auditing. The study also explores the impact of environmental auditing on the credibility and quality of environmental disclosure in the company's sustainability reports.

Methodology: The study relied on a quantitative approach to statistical data analysis using correlation and regression tests to test hypotheses.

The study findings: showed that environmental auditing led to a significant reduction in carbon emissions and waste, while having no significant impact on water consumption. The credibility and quality of environmental disclosure in sustainability reports were also improved. The study also indicates that environmental auditing contributes significantly to improving environmental performance and transparency in disclosure, but there is a need to develop additional strategies to improve water consumption efficiency.

Key words: Environmental Auditing, Sustainability Reporting, Carbon Emissions, Water Consumption, Waste Management, Unilever, Environmental Disclosure

تحليل أثر المراجعة البيئية على تقارير الاستدامة :دراسة حالة

مستخلص

تواجه الشركات العالمية تحديات بيئية متزايدة في ظل تغير المناخ وتزايد الضغوط من الحكومات والمجتمع المدني لتحقيق الاستدامة، وفي هذا السياق، تبرز المراجعة البيئية كأداة مهمة لتعزيز الشفافية وتحقيق تحسينات بيئية، وتُعد شركة يونيليفر من الشركات التي تسعى جاهدة لتحسين أدائها البيئي، مما يجعلها نموذجًا يُحتذى به لدراسة تأثير المراجعة البيئية على استدامتها، وتساعد المراجعة البيئية على ضمان الشفافية والمساءلة في إعداد التقارير البيئية، وهو جزء لا يتجزأ من التقارير السنوية للشركات.

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير المراجعة البيئية على الأداء البيئي لشركة يونيليفر والإفصاح البيئي خلال الفترة من ٢٠٢٠ إلى ٢٠٢٣.

وتركز الدراسة على ثلاثة جوانب رئيسية: انبعاثات الكربون، واستهلاك المياه، وتوليد النفايات، وتحلل العلاقة بين هذه المتغيرات والمراجعة البيئية، كما تستكشف الدراسة تأثير المراجعة البيئية على مصداقية وجودة الإفصاح البيئي في تقارير الاستدامة الخاصة بالشركة.

المنهجية: اعتمدت الدراسة على منهج كمي لتحليل البيانات الإحصائية باستخدام الارتباط والانحدار لاختبار الفرضيات.

أظهرت نتائج الدراسة أن المراجعة البيئية أدت إلى انخفاض ملحوظ في انبعاثات الكربون والنفايات، دون أن تُحدث أي تأثير يُذكر على استهلاك المياه، كما تحسنت مصداقية وجودة الإفصاح البيئي في تقارير الاستدامة، وتشير الدراسة أيضًا إلى أن المراجعة البيئية تُسهم بشكل كبير في تحسين الأداء البيئي وشفافية الإفصاح، إلا أن هناك حاجة إلى تطوير استراتيجيات إضافية لتحسين كفاءة استهلاك المياه.

الكلمات المفتاحية: المراجعة البيئية، تقارير الاستدامة، انبعاثات الكربون، استهلاك المياه، إدارة النفايات، يونيليفر، الإفصاح البيئي

I. Introduction

The world has recently witnessed increased interest in environmental and sustainability issues, and companies are now required not only to generate profits but also to fulfill their environmental and social responsibilities. In this context, sustainability reports have become a key tool for showcasing organizations' efforts to achieve sustainable development, attracting growing interest from investors, regulators, and the public. However, the effectiveness of these reports depends largely on their credibility and transparency, which raises questions about the reliability of the information provided, especially in the absence of independent review processes.

Environmental auditing is a pivotal tool for ensuring the accuracy and objectivity of sustainability reports, as it provides an impartial assessment of a company's environmental activities and reveals its compliance with approved environmental standards (Roy, 2002). However, the relationship between environmental auditing and the quality of sustainability reports still requires further research and analysis, especially given the differences in auditing practices and reporting frameworks across companies and sectors.

With escalating environmental challenges and societal pressures to achieve sustainable development, multinational companies have become increasingly committed to providing clear and comprehensive environmental and social reports. Sustainability reports are an essential tool for highlighting an organization's commitment to sustainability principles and enhancing stakeholder confidence. However, the credibility of these reports remains questionable unless they are subject to independent environmental audits that ensure the accuracy and impartiality of the information.

Unilever, as one of the world's leading sustainability companies, is a suitable model for studying the impact of environmental audits on the quality and transparency of sustainability reports. Accordingly, this study aims to explore the relationship between environmental audits and the quality of sustainability reports through a case study of Unilever, focusing on how audit procedures impact the content and transparency of reports. This contributes to developing a theoretical and applied understanding of this vital aspect of corporate sustainability management.

II. Problem Statement

Environmental auditing is a fundamental pillar in evaluating corporate sustainability initiatives and ensuring the credibility of sustainability reports. However, many multinational companies face challenges in effectively integrating it into their strategic sustainability frameworks. Some companies use sustainability reports as a marketing tool rather than a means to truly assess their environmental performance. Furthermore, there remains a gap in developing consistent methodologies to measure the direct impact of environmental auditing on the quality, credibility, and effectiveness of sustainability reports.

Conversely, companies may face obstacles such as the high cost of establishing environmental audit programs and the difficulty of keeping up with changing environmental standards. Nevertheless, these challenges are part of the transformation toward more sustainable strategies that are aligned with global standards.

Despite the increasing reliance on sustainability reports as an indicator of corporate environmental performance, the absence of effective environmental auditing processes can lead to reports that lack transparency and reliability. Accordingly, this study addresses the main question:

"To what extent does environmental auditing affect the content and credibility of Unilever's sustainability reports?"

This question leads to several sub-questions, including:

1. Is there a relationship between environmental auditing and low carbon emissions in sustainability reports.
2. Is there a relationship between environmental auditing and improved water efficiency.
3. Is there a relationship between the environmental audit and the decrease in the volume of waste generated by the company's operations.
4. To what extent does Environmental audit improve the credibility and quality of environmental disclosure in Unilever's sustainability reports.

III. Objectives of the Study

Environmental audits contribute to enhancing companies' environmental performance and mitigating potential risks resulting from environmental violations. These processes also support building investor and customer confidence, which positively impacts on a company's reputation and contributes to increasing its market value so the main aims of the study would be:

1. Investigating the relationship between environmental auditing and low carbon emissions in sustainability reports.
2. Analyzing the relationship between environmental auditing and improved water efficiency.
3. Determining the relationship between the environmental audit and the decrease in the volume of waste generated by the company's operations.
4. Investigating the improvement of Environmental audit on the credibility and quality of environmental disclosure in Unilever's sustainability reports.

IV. Importance of the Study

This study aims to provide recommendations that contribute to enhancing the effectiveness of environmental auditing processes and balancing economic and environmental sustainability requirements. The study also seeks to achieve the following objectives:

- Enhancing corporate transparency: By understanding the role of environmental auditing, companies can improve the reliability of their sustainability reports.
- Improving sustainability performance: Identifying effective environmental auditing practices helps companies achieve global sustainability goals.
- Supporting regulatory compliance: The study findings help regulators develop more effective policies to standardize environmental auditing standards and procedures.
- Enhancing investor and stakeholder confidence: Reliable sustainability reports enhance investor confidence and improve companies' reputation in the markets.
- Guiding corporate strategies: The findings provide a framework for large companies to improve their environmental strategies in line with stakeholder expectations and sustainable development requirements.

V. Literature review

Previous studies have been divided into several groups as follows:

5.1.Environmental Auditing and Related Accounting Practices

Bay and Sole (2006) conducted a study examining the relationship between environmental auditing programs and other organizational characteristics in S&P 500 companies. The study relied on data collected from two primary sources. The environmental auditing data were drawn from the Corporate Environmental Profiles Database (CEPD), published by the Investor Responsibility Research Center (IRRC), which provides an analysis of how companies are influenced by environmental auditing programs and the role of industry factors in decisions to adopt these programs. The results showed that companies operating in sectors with high environmental impact are more likely to adopt environmental auditing programs in response to regulatory and societal pressures. The study's findings also confirmed the importance of institutional pressures in motivating the public sector to adopt environmental auditing. This view was supported by Ricca (2009), who explained that the implementation of environmental auditing in the government sector is influenced by international pressures from organizations such as the International Organization of Supreme Audit Institutions (INTOSAI) and the United Nations, although limited financial and human resources represent a major obstacle to the effective implementation of these processes.

For his part, Chiang (2010) noted that accounting guidelines related to environmental auditing, such as AGS-1010, did not lead to radical changes in auditing practices. Auditors continued to rely on traditional guidelines when assessing environmental risks in financial reports, highlighting a gap between the theoretical framework and the practical application of environmental auditing. This highlighted the importance of auditors' role in providing objective assessments of the financial statements of companies whose activities relate to critical environmental issues. It also revealed practical challenges facing the auditing profession in achieving better standards that maintain public confidence.

In addition, Shamsadini et al. (2023) identified seventeen key factors influencing the execution of environmental audit programs. Among the most

influential factors were enhancing companies' environmental efficiency, compliance with environmental legislation, and obtaining environmental performance system certifications such as ISO 14001. The study's results also showed that the worsening problems of environmental pollution and the destruction of natural resources have threatened the sustainability of polluting communities and institutions. Governments and Environmental Protection Agencies (EPAs) have responded by developing diverse environmental control initiatives, including environmental auditing (EA), which remain under-represented and under-implemented In emerging economies due to the Absence of systematic audits of the factors influencing its adoption.

5.2. Environmental disclosure and its impact on auditing and accounting quality

Several studies have examined the relationship between environmental disclosure and audit quality. For example, Yao et al. (2020) analyzed whether organizations with high levels of environmental disclosure are less likely to receive substandard audit opinions and higher audit fees, focusing on the impact of the adoption of environmental disclosure measures in 2008. The study's results showed that environmental disclosure enhances audit quality by reducing the likelihood of issuing substandard audit opinions and contributing to lower audit fees due to lower financial and regulatory risks associated with environmental issues. The results also indicated that companies operating in highly polluting industries, those with strong internal controls, or those receiving less public attention are more likely to be scrutinized for their environmental disclosures.

In the same context, Hichri (2023) explained that environmental auditing contributes to improving the quality of integrated financial reporting by enhancing levels of accountability and transparency, leading to increased accuracy of information provided to stakeholders and investors. On the other hand, Jamousi and Jarboui's (2023) study concluded that media coverage plays an important role in enhancing the effectiveness of environmental audit committees and its positive impact on the quality of environmental disclosure, as the results showed that the media puts pressure on companies to disclose their environmental information with greater transparency.

As a crucial step towards corporate sustainability and improving accountability and transparency, (Pramukti, 2024) underlined the

significance of incorporating environmental considerations into audits. In order to address today's environmental issues and expanding regulatory obligations, it also emphasizes the necessity of developing environmental auditing procedures.

5.3. Disclosure of sustainability and social responsibility and their impact on financial performance

Environmental, social, and governance (ESG) disclosure contributes to improving corporate financial performance, but the nature of this impact varies by sector, as research on sustainability and social responsibility disclosure has demonstrated (A. Buallay, 2020; Buallay, 2022). While disclosure may have a negative impact on the banking sector due to high compliance costs and the limited impact of sustainability initiatives on short-term financial performance, it has a positive impact on the industrial sector by improving resource efficiency and enhancing the company's reputation with investors.

Amid growing stakeholder interest in corporate ESG practices, studies such as Pulino et al. (2022) and Aydoğmuş et al. (2022) have investigated the impact of ESG disclosure on corporate value and profitability. These studies have concluded that increased disclosure contributes to increased company value and improved profitability. Companies with high ESG ratings attract long-term capital and gain investor confidence, which supports financial stability and reduces market volatility.

5.4. The impact of digital finance and a culture of integrity on ESG performance

Digital finance contributes to improving environmental performance by enhancing the ability to track and analyze environmental data, helping companies improve their compliance with regulations and reduce the environmental impact of their operations. Studies such as Ren et al. (2023) and Bao et al. (2024) have demonstrated how digital finance and a culture of integrity improve corporate performance in the areas of environmental, social, and governance (ESG).

In this context, an atmosphere of integrity promotes ethical management practices and drives companies toward implementing more effective sustainability plans, which contributes to improving ESG practices. Zhang and Zhang (2024) and Meng et al. (2023) also noted that environmental

disclosure plays an important role in promoting technological innovation and improving corporate reputation, particularly by attracting investors and providing incentives for companies to develop environmentally friendly technologies.

5.5. ESG Disclosure and its Impact on Investment Decisions

Studies such as (Koundouri et al., 2022; Lokuwaduge et al., 2017) have addressed the issue of environmental, social, and governance (ESG) disclosure in both Europe and Australia, focusing on its impact on investment decisions. These studies have emphasized the importance of improving ESG indicators to attract investments and reduce financial risks associated with environmental and social issues. Chulián et al. (2024), Kurniawan et al. (2024), and Velte (2024) also addressed the challenges related to preparing sustainability reports, focusing on the role of corporate governance in enhancing such reports. These studies indicate that in order to enhance the credibility of ESG disclosure among stakeholders and investors, it is necessary to improve regulatory controls and ensure the independence of auditors.

VI. Theoretical framework

6.1. The concept of sustainability

Sustainability has emerged as one of the most prominent social movements of the past four decades. However, many face challenges in accurately defining the concept of sustainability due to its multiple applications. In the 1987 Brundtland Commission report, "Our Common Future," sustainable development was defined as meeting the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs (United Nations General Assembly, 1987, p. 43).

According to Shrivastava (1995), sustainability can contribute to avoiding long-term risks such as resource depletion, fluctuating energy costs, product liability, pollution, and waste management.

Brinkman (2023) defines sustainability as the conservation of the world's terrestrial resources for future generations. The broad concept of sustainability is not new; humanity has been concerned with resources throughout the ages. Sustainability, as previously defined, is an approach that aims to meet the needs of the present without compromising the ability

of future generations to meet their needs. This approach involves conserving natural resources and reducing long-term environmental risks such as resource depletion, pollution, and waste, to achieve a sustainable balance between environmental, economic, and social dimensions.

6.2. sustainability reports

Sustainability reporting has become a common practice in the last decade (Ganda Institute, 2020), with a growing desire to enhance transparency and accountability in the private sector. Companies and the goods and services they provide face potential health and environmental risks, placing pressure on them to generate accurate data on their sustainability achievements and impacts, as well as to review and make these data publicly available. In this context, sustainability reporting is an effective mechanism for generating data and measuring companies' progress towards achieving the global Sustainable Development Goals. These reports can help companies and organizations measure their performance across various dimensions of sustainable development, set targets, and support the transition to an inclusive, low-carbon, and resource-efficient green economy (United Nations).

Schaltegger et al. (2006) define sustainability reporting as an external reporting process where management sets sustainability-related goals, collects data, and presents sustainability information, typically in the form of published evidence or digital copies.

In addition to the previously discussed environmental and social benefits, sustainability reporting offers significant economic benefits to companies. According to Rubley et al. (2017), disclosure of CSR information is economically beneficial, as it can improve companies' credit ratings and motivate the financial sector to respond to disclosure requirements and regulations.

6.3. Environmental auditing

Environmental auditing, also known as sustainability auditing or environmental accounting, is a tool for assessing a company's environmental record and its compliance with established environmental standards (Pramukti, 2024). Gray (2010) suggested that environmental reporting

should consider the impact of economic actions, highlight areas requiring improvement, and enhance accountability and transparency. Environmental auditing is not limited to financial indicators alone; it also encompasses aspects such as resource use, emissions, waste management, and the ecological footprint (Broggi and Lagacio, 2025; Mahmoud et al., 2018; McAdami and Davos, 2025). According to Pramukti's definition (2024b), environmental auditing is a systematic assessment of an organization's sustainability performance and its compliance with established environmental rules. This includes analyzing the environmental impact of various operations, identifying opportunities for improvement, and ensuring transparency and accountability in environmental reporting. Through this assessment, environmental auditing goes beyond traditional financial indicators to also include resource use, emissions, waste disposal, and the impact of these activities on the environment. ISO/DIS 14010[1] provides an overview of environmental auditing, while ISO/DIS 14011 provides a more comprehensive explanation of environmental management system auditing.

According to this standard, environmental auditing is defined as a systematic and documented verification procedure whereby audit evidence is objectively collected and evaluated to determine the compliance of specified activities, events, conditions, or environmental management systems with audit criteria, with the results reported to the client (ISO/DIS 14010).

In its most common context, environmental auditing is defined as a set of processes performed at the request of an organization's management to analyze its environmental performance. Although this definition is considered the prevailing one, the term "environmental audit" refers to a variety of efforts, activities, and initiatives (Anon, 1991). While some companies use the term to refer to initiatives that rely primarily on expert judgment, more advanced programs feature a systematic and empirical approach aimed at verifying compliance with environmental laws and the framework established for addressing environmental obligations.

[1] ISO 14010:1996 - Guidelines for environmental auditing — General principles

VII. Research gap and hypotheses development

7.1. Research gap

Despite the significant increase in the number of studies examining sustainability reports and environmental disclosure, most have not examined how direct environmental auditing affects the quality and transparency of these reports. Rather, the majority of research has focused on evaluating the content of reports or examining the impact of environmental disclosure on investor decisions. Furthermore, many studies have examined environmental auditing from a legal or administrative perspective, without linking it to the substance and structure of sustainability reporting, especially when applied to specific companies such as multinational corporations.

Regarding empirical studies of leading global companies such as Unilever, the literature lacks in-depth studies that compare sustainability reports over several years, before and after environmental audits, and systematically analyze the relationship between them using quantitative and qualitative analysis tools. Therefore, this research gap can be explained as follows: "Few studies have examined the direct relationship between environmental auditing and improving the quality of sustainability reports, combining quantitative and qualitative analysis with practical application for a global company such as Unilever, which has a long history of environmental disclosure and independent auditing.

7.2. hypotheses development

Based on the problem of the study and its objectives, the following hypotheses can be formulated:

7.2.1. Main hypotheses:

- H1: There is a statistically significant relationship between environmental auditing and low carbon emissions in sustainability reports.
- H2: There is a statistically significant relationship between environmental auditing and improved water efficiency.
- H3: There is a statistically significant relationship between the environmental audit and the decrease in the volume of waste generated by the company's operations.

- H4: Environmental audit contributes to improving the credibility and quality of environmental disclosure in Unilever's sustainability reports.

VIII. Scope and Limitations

In this study, a set of boundaries was defined to clarify the temporal, spatial, and thematic framework. This was to ensure clarity and precision in the scope of the research and to achieve a methodological focus consistent with the study's objectives. These boundaries were defined in accordance with the nature of the research problem, the available data, and the available research capabilities, while ensuring that they did not affect the depth of the analysis or the credibility of the results. A detailed explanation of these boundaries is provided below:

- Time limit: The study covers the period from 2020 to 2023.
- Spatial limit: The study focuses on Unilever as a model for a multinational corporation.
- Objective limit: The study is limited to analyzing the impact of the environmental audit on environmental performance indicators only (CO_2 , water, waste), without addressing other social or economic indicators.
- Data: The study relies on analyzing the content of publicly published sustainability and environmental auditing reports, without relying on internal interviews or field questionnaires.

IX. Methodology of the study

This study is based on the Quantitative Analytical Approach to test the relationship between environmental audit and quality of environmental disclosure in Unilever's sustainability reports. This approach relies on collecting quantitative data from published reports and analyzing them using appropriate statistical tools to derive relationships and effects between variables.

9.1. Study Variables and Their Measurement Method

This study consists of a set of variables that were identified according to the nature of the research problem and its objectives. The variables were classified into independent variables and dependent variables.

The independent variable is environmental audit, which indicates whether the environmental indicators included in sustainability reports have undergone an independent audit or auditing by an external entity such as

PwC. This variable was measured in a binary manner, with a value of (1) if the environmental data were assured, and a value of (0) if they were not subject to auditing.

The dependent variables were three main indicators of environmental performance:

- Carbon emissions (CO_2 emissions), measured in tons of CO_2 per year and including direct emissions (Scope 1) and indirect emissions from energy (Scope 2).
- Water consumption (Water consumption), measured in cubic meters per ton of production (m^3/ton), to measure the efficiency of water resource use.
- Waste generated, measured in kilograms per ton of production (kg/t), measures waste management efficiency.

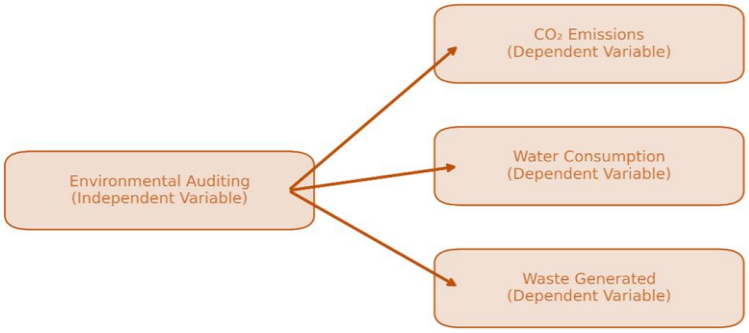


Figure 1: variables of the study
Source: the author

9.2. Type of the Study

This study is a descriptive-analytical study, which seeks to describe the company's behaviour in terms of environmental disclosure and then analyse the impact of environmental auditing on the quality of this disclosure over a specific period.

9.3. Method of the Study

The documentary method was used to analyse the content of Unilever's sustainability reports and environmental audit reports, in addition to

quantitative statistical analysis to test hypotheses using tools such as: Correlation coefficient and Simple regression analysis

9.4. Data Collection Tools

The study relied on published secondary data, extracted from Unilever's annual sustainability reports from 2020 to 2023 and PwC's independent environmental audit reports for the same period.

9.5. Case of the study

Unilever serves as a prime case study for this research, chosen due to its reputation as a global leader in producing reliable and audited sustainability reports. Unilever is one of the world's largest multinational consumer goods companies, specializing in consumer goods and offering a wide range of products in the food, beverage, personal care, and cleaning sectors. The company was founded in 1929 as a result of the merger of two companies: Lever Brothers (UK) and Uni Margarine (Dutch). Its headquarters are currently in London, UK, and it is listed on several global stock exchanges, including the London Stock Exchange and Euronext Amsterdam[2].

Unilever is considered one of the first companies to incorporate environmental sustainability principles into its operational strategy, beginning its environmental reporting in the 1990s and gradually evolving to become more comprehensive and transparent. The company issued its first formal sustainability report in 1996 and has since continued to issue annual reports that include information on energy use, carbon emissions, water, and waste. In 2010, the company launched an ambitious plan known as the Unilever Sustainable Living Plan (USLP), which aimed to double the size of its business while simultaneously reducing its environmental impact and improving social aspects. Since 2021, the company has begun disclosing its carbon emissions across its entire value chain, including Scope 3 emissions, a move uncommon among its competitors[3].

9.6. Statistical analysis tools

This study relied on a set of quantitative statistical analysis tools, aiming to test the relationship between environmental auditing and the quality of environmental disclosure as reported in Unilever's sustainability reports

[2] Unilever Sustainable Living Plan 2010 to 2020
[3] Our Climate Transition Action Plan | Unilever

from 2020 to 2023. The analysis tools varied between descriptive and inferential, as follows:

- *Descriptive Analysis*: Descriptive analysis was used to provide a comprehensive overview of environmental data related to carbon emissions (CO_2), water consumption, and waste production over the specified period of the study. This was accomplished by presenting numerical values in statistical tables, in addition to using graphs (such as line and bar charts) to illustrate annual changes in environmental performance.
- *Correlation Analysis:* Pearson's Correlation Coefficient was used to measure the strength and direction of the relationship between the environmental audit variable (measured as a binary scale: 1 = audited, 0 = not audited) and the dependent variables represented in the environmental performance indicators. This analysis contributed to understanding the extent to which the presence of an environmental audit is linked to improved environmental values in reports.
- *Simple Linear Regression Analysis:* Simple Linear Regression Analysis was employed to test the study's hypotheses, constructing a statistical model that illustrates the impact of environmental auditing on carbon emissions, water consumption, and waste production. The model results were interpreted using regression coefficients, the coefficient of determination (R^2), and p-values to determine the significance of the relationship between the variables.

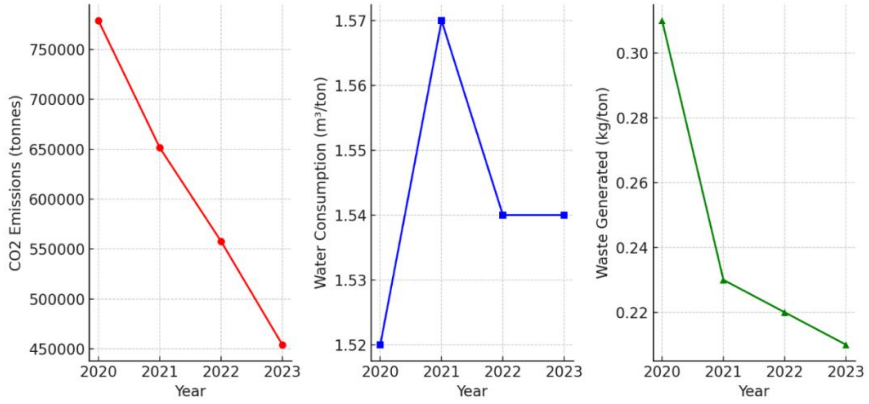
X. Empirical findings and discussion

10.1.Environmental auditing Data (2020-2023)

The table below represents annual environmental data extracted from Unilever's official sustainability reports from 2020 to 2023, as well as PwC's environmental audit reports for the same period, which represent the dependent variables in this study. The data include CO_2 Emissions per ton, water consumption per cubic meter per ton of production, and waste generated per kilogram per ton of production. These indicators represent the most important outputs of environmental performance that have been analyzed to measure the impact of the environmental audit.

Year	*CO_2 Emissions (tons)*	*Water Consumption (m^3/ton production)*	*Waste Generated (kg/ton production)*
2020	717,399	1.52	0.34
2021	651,491	1.57	0.31
2022	557,826	1.54	0.31
2023	454,254	1.54	0.28

Source: the author based on Unilever's sustainability reports



Graph 1: ***Environmental Data***
Source: The author based on Unilever's sustainability reports

10.2. Analysis of Environmental Auditing and Sustainability

Both Pearson Correlation and Simple Linear Regression Analysis were used to test the first three hypotheses regarding the impact of the environmental auditing on Unilever's environmental performance during the period 2020 to 2023. The results were as follows:

Table2: Correlation Analysis Between Environmental Auditing and Sustainability

Variable	**Correlation Coefficient**	**P-Value**
CO_2 Emissions	-0.998 (Strong Negative)	0.002 (Statistically Significant)
Water Consumption	0.188 (Weak Positive)	0.812 (Not Significant)
Waste Generated	-0.875 (Strong Negative)	0.125 (Not Statistically Significant)

Source: The author using SPSS v23

Table3: Regression Analysis Results

Variable	R^2 (Variance Explained)	P-Value	Conclusion
CO_2 Emissions	0.996	0.002	Strong impact, emissions are decreasing significantly
Water Consumption	0.035	0.812	Weak and not statistically significant impact
Waste Generated	0.766	0.125	Strong impact, but not statistically significant at 5% level

Source: The author using SPSS v23

Based on the previous tables the results can be shown as following:

10.3. Hypotheses test results

(H1): There is a statistically significant relationship between environmental auditing and low carbon emissions in sustainability reports.

- Correlation coefficient: -0.998 (very strong inverse relationship)
- P-value: 0.002 (statistically significant at 5%)
- Coefficient of determination (R^2): 0.996 (explains 99.6% of the change in emissions)

Discussion:

There is a strong inverse correlation between environmental auditing and carbon dioxide emissions, with a correlation coefficient of -0.998 at a significance level of 0.002. This indicates a strong negative relationship between the variables and confirms the effectiveness of environmental auditing in reducing carbon emissions. This accepts the hypothesis, which states: "There *is a statistically significant relationship between environmental auditing and low carbon emissions in sustainability reports*."

The ratio of explained variance (R^2) between environmental auditing and carbon dioxide emissions also reached 0.996 at a significance level of 0.002, indicating that 99.6% of the change in carbon dioxide emissions is attributable to the implementation of environmental auditing, while the remaining percentage is due to other factors, further strengthening the validity of the hypothesis itself.

(*H2): There is a statistically significant relationship between environmental auditing and improved water efficiency.*

- Correlation coefficient: 0.188 (very weak correlation)
- P-value: 0.812 (not statistically significant)
- Coefficient of determination (R^2): 0.035 (explains only 3.5% of the change)

Discussion:

The results showed a weak direct correlation between environmental auditing and water consumption rates, as the correlation coefficient reached (0.188) at a significance level of (0.812), which is a statistically insignificant relationship. This rejects the hypothesis, which states: "*There is a statistically significant relationship between environmental auditing and improved water efficiency".*

The percentage explained variance did not exceed (3.5%), which indicates the weakness of the impact and the absence of a significant effect of environmental auditing on water consumption.

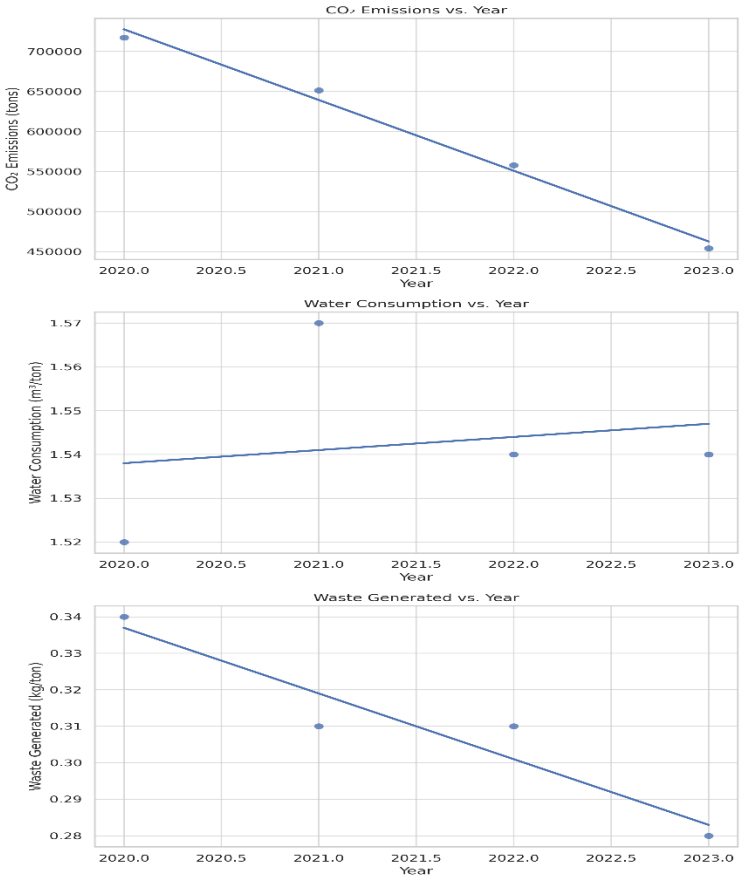
(H3): There is a statistically significant relationship between the environmental audit and the decrease in the volume of waste generated by the company's operations.

- Correlation coefficient: -0.875 (strong inverse relationship)
- P-value: 0.125 (not statistically significant at 5%)
- Coefficient of determination (R^2): 0.766 (explains 76.6% of the change in the amount of waste)

Discussion:

The results showed a strong inverse correlation (-0.875), but the significance level (0.125) indicates that this relationship is not statistically significant at the 5% level, which rejects the hypothesis which states: "There is a statistically significant relationship between the environmental audit and the decrease in the volume of waste generated by the company's operations".

The coefficient of determination (R^2) reached (0.766), meaning that 76.6% of the change in the amount of waste can be explained by the environmental audit, although this result is not statistically significant, indicating the presence of a strong but statistically uncertain impact according to the approved significance levels.



Graph 2: statistical analysis
Source: The author based on Unilever's sustainability reports

H4: Environmental audit contributes to improving the credibility and quality of environmental disclosure in Unilever's sustainability reports.

This hypothesis was tested based on a content analysis of Unilever's sustainability reports from 2020 to 2023, as well as PwC's environmental audit reports for the same period.

Table 4: the percentage of change during the audited years

Percentage change	***CO_2 Emissions***	***Water Consumption***	***Waste Generated***
Percentage change in 2020 compared to 2008	75% reduction	49% reduction	96% reduction
Percentage change in 2021 compared to 2008	77% reduction	47% reduction	96% reduction
Percentage change in 2022 compared to 2008	79% reduction	48% reduction	96% reduction
Percentage change in 2023 compared to 2008	82% reduction	48% reduction	96% reduction

Source: The author based on PwC's reports

The results showed the following:

- An improvement in the accuracy and detail of environmental disclosures was observed in the years when environmental indicators were independently reviewed.
- The audited reports included more specific and documented data, an annual comparison of performance, and detailed disclosures about the data sources and methodologies used.
- Statements emphasizing that data is subject to limited assurance by a third party were also used, enhancing the transparency and quality of disclosure.

Discussion:

The results indicate that environmental auditing plays an important role in improving the quality of environmental disclosure in sustainability reports, in terms of accuracy, comprehensiveness, and reliability. It also contributes to raising the level of transparency towards stakeholders, which supports the credibility of published information. Thus, the fourth hypothesis which states: "*Environmental audit contributes to improving the credibility and quality of environmental disclosure in Unilever's sustainability reports",* is qualitatively and analytically supported, even if it is not digitally tested as in other hypotheses, but evidence based on the content of the reports and temporal comparison confirms its validity.

XI. Conclusion and Final Remarks

This study aimed to analyze the impact of environmental auditing on the quality of environmental disclosure and sustainability performance in

Unilever's reports from 2020 to 2023. Using a combination of quantitative and qualitative methods, the study examined the extent to which independent environmental auditing contributed to improving environmental performance and increasing transparency in published reports.

The results of the statistical analysis showed a strong and statistically significant inverse relationship between environmental auditing and carbon emissions, indicating that the presence of an independent environmental audit effectively contributed to reducing these emissions over the four years. Regarding water consumption, the relationship was weak and statistically insignificant, indicating that the impact of the audit in this area was limited. The waste produced also showed a strong inverse relationship, but it did not reach the 5% statistical significance level, although it was close to the 10% significance level.

The results of the qualitative analysis of the content of sustainability reports and environmental audit reports also revealed that the auditing contributed to improving the quality of environmental disclosure by increasing data accuracy, clarifying the methodologies used, disclosing data sources, and ensuring that the indicators were subject to independent review. This enhances the credibility of published information and increases stakeholder confidence in a company's environmental performance.

Accordingly, it can be concluded that environmental auditing is an effective tool for improving environmental disclosure and driving environmental performance, particularly regarding carbon emissions. However, its impact on other indicators such as water and waste may require further refinement and study, particularly over longer periods and in different contexts.

Considering the study's findings, the need to provide a set of practical recommendations that contribute to enhancing the effectiveness of environmental auditing and improving the quality of environmental disclosure is highlighted. It also highlights the importance of proposing future research paths to expand the scope of scientific knowledge on the impact of environmental auditing in different contexts and on various indicators. The following is a presentation of the study's recommendations, followed by a proposal for future studies.

XII. Recommendations

Based on the study results, the researcher recommends expanding the scope of environmental auditing to include all environmental performance indicators in a balanced manner, with a focus on indicators that have shown weak impact, such as water consumption and waste management. It is also recommended to develop more comprehensive and clear environmental auditing standards to enhance the quality of environmental disclosure and the accuracy of published data. It is also important to promote reliance on independent environmental auditing as a formal mechanism to increase the credibility of environmental information and stakeholder confidence. Furthermore, modern technologies such as artificial intelligence and big data analysis should be employed to support environmental auditing processes and improve their effectiveness. Finally, it is recommended to raise awareness among companies and employees of the importance of environmental auditing through specialized training programs and workshops.

XIII. Future Research

The researcher suggests conducting future studies that compare the impact of environmental auditing on environmental performance and disclosure across different economic sectors to identify sectoral differences. It is also recommended to conduct analytical studies that link the quality of environmental disclosure supported by environmental auditing to companies' financial performance, including investor confidence and market value. Furthermore, long-term studies exceeding four years are recommended to monitor the sustainable impact of environmental auditing on environmental performance. It is also important to explore the determinants and factors that influence the effectiveness of environmental auditing, particularly regarding indicators that have not shown significant improvement. It is also proposed to study the use of digital technology to enhance the efficiency and reliability of environmental auditing.

References

Anon, 1991 Introduction to Environmental Auditing, *ICC Guide to Effective Environmental Auditing*, International Chamber of Commerce, pp 3-9. Icc Guide to Effective Environmental Auditing by International Chamber of Commerce | Open Library

Aydoğmuş, M., Gülay, G., & Ergun, K. (2022). Impact of ESG performance on firm value and profitability. *Borsa Istanbul Review*, *22*, S119–S127. https://doi.org/10.1016/J.BIR.2022.11.006

Bae, S., & Seol, I. (2006). An exploratory empirical investigation of environmental audit programs in S&P 500 companies. *Management Research News*, *29*(9), 573–579. https://doi.org/10.1108/01409170610709005/FULL/PDF

Bao, X., Sun, B., Han, M., Mai, Q., & Lin, H. (2024). Corporate integrity culture on environmental, social, and governance (ESG) performance. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, *31*(2), 1399–1417. https://doi.org/10.1002/CSR.2637

Brinkmann, R. (2023). Defining sustainability. *The Palgrave Handbook of Global Sustainability*, *1–3*, 3–22. https://doi.org/10.1007/978-3-031-01949-4_1/TABLES/1

Brogi, M., & Lagasio, V. (2025). Do Corporate Governance Frameworks Affect Sustainability Reporting? *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 0:1–16. https://doi.org/10.1002/CSR.3159

Buallay, A. (2020). Sustainability reporting and firm's performance: Comparative study between manufacturing and banking sectors. *International Journal of Productivity and Performance Management*, *69*(3), 431–445. https://doi.org/10.1108/IJPPM-10-2018-0371

Buallay, A. M. (2022). Sustainability Reporting Law and Regulations. In *International Perspectives on Sustainability Reporting*. https://doi.org/10.1108/978-1-80117-856-320221004

Chiang, C. (2010). The consideration of environmental matters in the audit of financial reports. *Journal of Accounting & Organizational Change*, *6*(2). https://doi.org/10.1108/JAOC.2010.31506BAA.001

Corporate sustainability reporting | UNEP - UN Environment Program

Fernández Chulián, M., Garcia-Torea, N., Larrinaga, C., & Bebbington, J. (2024). Boundary objects: sustainability reporting and the production of organizational stability. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, *ahead-of-print*(ahead-of-print). https://doi.org/10.1108/AAAJ-08-2021-5391/FULL/PDF

Gray, R. (2010). A reevaluation of social, environmental and sustainability accounting: An exploration of an emerging transdisciplinary field? *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, *1*(1), 11–32. https://doi.org/10.1108/20408021011059205

Hichri, A. (2023). Integrated reporting, audit quality: presence of environmental auditing in an international context. *European Business Review*, *35*(3), 397–425. https://doi.org/10.1108/EBR-03-2022-0044/FULL/PDF

ISO 14010:1996 - Guidelines for environmental auditing — General principles

ISO 14011:1996 - Guidelines for environmental auditing — Audit procedures — Auditing of environmental management systems

Jamoussi, M. M., & Jarboui, A. (2023). Responsible Governance and Environmental Disclosure Quality: The Moderating Role of Media Exposure and Media Legitimacy. *Journal of Accounting and Management Information Systems*, *22*(2), 225–259. https://ideas.repec.org/a/ami/journl/v22y2023i2p225-259.html

Koundouri, P., Pittis, N., & Plataniotis, A. (2022). *The Impact of ESG Performance on the Financial Performance of European Area Companies: An Empirical Examination*. 13. https://doi.org/10.3390/ENVIRONSCIPROC2022015013

Kurniawan, P. S., & Basuki, B. (2024). Sustainability reporting assurance practice in Indonesia: assuror and academician perspective. *Accounting Research Journal*, *37*(5), 481–499. https://doi.org/10.1108/ARJ-05-2023-0132/FULL/PDF

Lokuwaduge, C. S. D. S., & Heenetigala, K. (2017). Integrating Environmental, Social and Governance (ESG) Disclosure for a Sustainable Development: An Australian Study. *Business Strategy*

and the Environment, *26*(4), 438–450. https://doi.org/10.1002/BSE.1927

Mahmood, Z., Kouser, R., Ali, W., Ahmad, Z., & Salman, T. (2018). Does corporate governance affect sustainability disclosure? A mixed methods study. *Sustainability (Switzerland)*, *10*(1). https://doi.org/10.3390/SU10010207

Meng, T., Dato Haji Yahya, M. H., Ashhari, Z. M., & Yu, D. (2023). ESG performance, investor attention, and company reputation: Threshold model analysis based on panel data from listed companies in China. *Heliyon*, *9*(10). https://doi.org/10.1016/J.HELIYON.2023.E20974

Mkadmi, J. E., & Daafous, W. (2025). Does corporate governance affect the environmental, social and governance disclosure? A cross-country study. *Central European Management Journal*, *ahead-of-print*(ahead-of-print). https://doi.org/10.1108/CEMJ-10-2023-0406/FULL/PDF

Our Climate Transition Action Plan | Unilever

Pramukti, A. (2024). Audit and Sustainability: Integrating Environmental Aspects in Auditing. *Golden Ratio of Auditing Research*, *4*(1), 43–55. https://doi.org/10.52970/GRAR.V4I1.388

Pulino, S. C., Ciaburri, M., Magnanelli, B. S., & Nasta, L. (2022). Does ESG Disclosure Influence Firm Performance? *Sustainability (Switzerland)*, *14*(13). https://doi.org/10.3390/SU14137595

Ren, X., Zeng, G., & Zhao, Y. (2023). Digital finance and corporate ESG performance: Empirical evidence from listed companies in China. *Pacific Basin Finance Journal*, *79*. https://doi.org/10.1016/J.PACFIN.2023.102019

Rika, N. (2009). What motivates environmental auditing?: A public sector perspective. *Pacific Accounting Review*, *21*(3), 304–318. https://doi.org/10.1108/01140580911012520/FULL/PDF

Roy, R. (2002). An Overview of an Environmental Audit, *CF Bulletin*, 8: 28 - 36. (PDF) AN OVERVIEW OF AN ENVIRONMENTAL AUDIT

Rupley, K. H., Brown, D., & Marshall, S. (2017). Evolution of corporate reporting: From stand-alone corporate social responsibility reporting

to integrated reporting. *Research in Accounting Regulation*, *29*(2), 172–176. https://doi.org/10.1016/J.RACREG.2017.09.010

Schaltegger, S., Bennett, M., & Burritt, R. (2006). Sustainability accounting and reporting. *Sustainability Accounting and Reporting*, 1–715. https://doi.org/10.1007/978-1-4020-4974-3/COVER

Shamsadini, K., Askari Shahamabad, M., & Askari Shahamabad, F. (2023). Analysis of factors affecting environmental audit (EA) implementation with DEMATEL method. *Social Responsibility Journal*, *19*(5), 777–796. https://doi.org/10.1108/SRJ-03-2021-0097/FULL/PDF

Shrivastava, P. (1995). The Role of Corporations in Achieving Ecological Sustainability. *The Academy of Management Review*, *20*(4), 936. https://doi.org/10.2307/258961

Unilever Sustainable Living Plan 2010 to 2020

Velte, P. (2024). Do audit committees impact corporate social responsibility? A review of empirical quantitative research and research opportunities. *Corporate Governance (Bingley)*, *25*(8), 1–20. https://doi.org/10.1108/CG-04-2024-0227/FULL/PDF

Yao, S., Pan, L., & Zhang, Z. (2020). Does environmental disclosure have an auditing effect? *Managerial Auditing Journal*, *35*(1), 43–66. https://doi.org/10.1108/MAJ-10-2018-2030/FULL/PDF

Zhang, Z., & Zhang, L. (2024). Investor attention and corporate ESG performance. *Finance Research Letters*, *60*, 104887. https://doi.org/10.1016/J.FRL.2023.104887

Geopolitical Risk Disclosure& Dividend Policies, is Accounting Earnings Quality the nexus? Evidence from listed Egyptian Firms

Mohamed Ibrahim Elmorsi Aboelela *
Rabab Hamdy Abdalhamid **
Moustafa Zaki Metwalli ***

(*) Mohamed Ibrahim Elmorsi Aboelela, , lecturer, Department of Accounting, Faculty of Commerce, Suez Canal University, Egypt.

Email: hollow-aboelela@yahoo.com

(**) Rabab Hamdy Abdalhamid ', Assistant Professor, Department of Accounting, Canadian International College (CIC),Egypt.

Email:R.abdalhamid@psau.edu.sa.

(***) Moustafa Zaki Metwalli , Assistant Professor, Department of Accounting, Faculty of Commerce, Suez Canal University, Egypt..

Email: m.metwalli@psau.edu.sa

Abstract:

The current study aims to answer the question, "Is Accounting Earnings Quality the nexus between Geopolitical Risk Disclosure and Dividend Policies?" The study's methodology was based on a sample of listed Egyptian firms on the Egyptian Stock Exchange 2018 -2023. Using modern statistical programs (SPSS-AMOS), the current study concluded that regression model to (H1) was tested at a significance level of 5% significant (F-value = 7.824; P-value = 0.000, which is less than α = 0.05). The evidence indicates that the independent variable, geopolitical risks disclosure (GPR), accounts for 11.2% of the variations in dividend policies (DP). Additionally, the results indicate a negative and significant relationship between geopolitical risk (GPR) and dividend policies (DP).Furthermore, the regression model (H2) was tested at a significance level of 5% .The value and significance of the model reached (F-Value = 9.008; P-Value = 0.000 < α = 0.05), which means the Moderator variable (earning quality) impacts the relation between independent variable (GPR) and dependent variable (DP). The uniqueness and value of this study come from showing stakeholders how geopolitical risk affects dividend policy and the quality of earnings in Egypt, especially after recent geopolitical tensions and their possible effects on financial markets.

Keywords: Geopolitical risks (GPR), Dividend Policies (DP), Accounting Earnings Quality (AEQ).

الملخص

تستهدف الدراسة الحالية الإجابة على التساؤل، هل تمثل جودة الأرباح المحاسبية الرابط بين الإفصاح عن المخاطر الجيوسياسية وسياسات توزيع الأرباح؟، وفى هذا السياق اعتمدت منهجية الدراسة علي عينة من الشركات المدرجة في البورصة المصرية خلال الفترة من 2018 حتى 2023. وباستخدام البرامج الإحصائية (SPSS-AMOS)، خلصت الدراسة الحالية إلى أن نموذج الفرض الأول ذات دلالة معنوية حيث (F = 7.824؛ P = 0.000).حيث تشير الأدلة إلى أن المتغير المستقل والمتمثل في الإفصاح عن المخاطر الجيوسياسية (GPR)، مسؤول عن 11.2% من التغيرات في سياسات توزيع الأرباح (DP). حيث توضح النتائج وجود علاقة سلبية ومعنوية بين المخاطر الجيوسياسية (GPR) وسياسات توزيع الأرباح (DP). علاوة على ذلك، تم اختبار نموذج انحدار الفرض الثاني عند مستوى دلالة 5% ، وبلغت قيمة ودلالة النموذج (F-Value = 9.008؛ P-Value = 0.000 < α = 0.05)، مما يعني أن المتغير المعدل (جودة الأرباح) يؤثر على العلاقة بين المتغير المستقل (GPR) والمتغير التابع (DP). ، وتتبع أصالة وقيمة هذه الدراسة من تفسير كيفية تأثير المخاطر الجيوسياسية على سياسة توزيع الأرباح وأثر جودة الأرباح على هذه العلاقة في البيئة المصرية ، وخاصة بعد التوترات الجيوسياسية الأخيرة وتأثيراتها المحتملة على الأسواق المالية وقرارات أصحاب المصلحة.

كلمات البحث: الإفصاح عن المخاطر الجيوسياسية – سياسات توزيع الأرباح– جودة الأرباح المحاسبية

1. Introduction:

In recent decades, the rise in conflicts worldwide has caused geopolitical risk (GPR) to form erosion to global economic stability (Phan et al., 2022). GPRs can occur because of the Russia-Ukraine war, the Palestine-Israel war, and other GPRs, have had an impact on the politics, economy, and climate change (Jiang et al., 2024, Ma et al., 2024). Geopolitical events are exterior attacks that raise economic and political doubts and lead to less optimal firm finance (Alam et al., 2023). Consequently, increasing uncertainties lead to information asymmetry between firms and stakeholders, thus, making it hard for firms to gain external capital to finance their investments (Pan et al., 2019; Alam et al., 2023). Thence, the salience of geopolitical risks impacts corporate strategy and financial policies. The term geopolitics has attracted great attention to the effects of its risks on economic and financial activities (Zhao et al., 2025).

Firms' disclosures for those risks provide valuable insights that can change investor perceptions, risk assessments, and investment decisions (Khoo, 2021). However, the influence of the disclosure's level of these geopolitical risks on the economic and investment operations and decisions of firms, in an attempt to mitigate the harmful effects of these risks on these firms, as they often have destructive effects that lead to their bankruptcy (Huang et al., 2024).Further, it is argued by the study of (Fiorillo et al. ,2023) that higher GPR leads to lower stock liquidity. In turn, the firms operating in high GPR adjust their investment in a way that responds to the shifts in the external political environment (Wang et al., 2024).GPR has an impact on the firm's cash flow risk, reflected in dividend policies (Arena and Julio, 2023; Lee et al., 2023). Hence, dividend distribution is the main source of firms' cash outflow for the restoration of shareholders to their money. Also, the type of dividends represents firms' financial resilience and risk (Chang et al., 2024). The study of Adra et al. (2023) shows that firms adapt their payout strategy to shrink the risk by repurchasing less shares as a result of greater GPR.

Moreover, the quality of accounting earnings is a reflection from the financial reporting quality, may modify the way and extent to which these disclosures influence dividend decisions (Hamour et al., 2024). Since the stakeholders' trust in the reliability of financial statements, and reports, the rise in geopolitical risks has shaken their trust in good quality of earning

information. Where the earnings reported in the financial reports represent the performance and success of the resources to earn returns (Hamour et al., 2024; Kalembe et al., 2024).

Previous scholars proclaim that GPR affects firms' decision-making, which includes corporate investment and mergers and acquisitions, and modifies the firms' resource reallocation (Demir et al., 2019; Le and Tran, 2021; Rao et al., 2023). Notably, many literature has investigated the impact of GPR on dividend policy but the results were conflicting. This is because of the presence of two competing views that need to be empirically investigated.

The conflicts are raised because of two opposite opinions. On the one hand, the higher GPR is accompanied by fewer dividend payouts. This is based on high GPR increases the cash flow uncertainty, increases financial distress risk, lowers stock returns , heightens capital market volatility, and drops in productivity, and sales (Caldara & Iacoviello, 2022). Therefore, the external financing costs raise leading firms to depend on interior funds and transmit less finance to shareholders (Adra et al., 2023; Arena and Julio, 2023).On the other hand, the higher GPR is accompanied by higher dividend payouts. This is based on high GPR leads firms to postpone or shrink their investments (Caldara and Iacoviello, 2022; Wang et al., 2024). Consequently, the firms will have excessive cash reserves, and be able to transfer wealth to shareholders (Adra et al., 2023).

Though concurrent research proclaims precious insights into the impact of geopolitical risk on dividend policy, and whether accounting earnings quality moderates this relationship, the researchers are driven by four main motivations to research deeper. Firstly, prior scholars do not clarify the techniques through which geopolitical risk affects dividend policy. Secondly, this research contributes to the strand of literature by identifying the economic consequences of GPR and its significant implications on firms' financing decisions.

Third, this study provides highlights into the determinants of corporate payout policy. Especially, according to the signaling theory, cash dividend payments reflect a signal for firms' profitability (Adra et al., 2023). Thus, many firms would rather reduce investment than shrink cash dividends. The study results were against this theory and suggested that firms were conservative with cash dividends in response to the raise in GPR disclosure. Consequently, this research adds to the literature useful highlights into the

conflict that cash dividends are more likely to be used for interior financing when firms are exposed to transient cash flow shocks.

Fourth, the research takes into consideration the moderating role of EQ on the association between GPR and DP. The quality of earnings is increased to decrease the intense agency problems caused by increasing GPR. Consequently, the negative influence of GPR on conservative dividend policy is shrinked. Therefore, this research gained its importance through the recent geopolitical tensions and their potential impact on financial markets and corporate decision-making. Furthermore, it has developed a greater attention of policymakers and stakeholders and increased the attention from the financial sector.

Practically, this research provides valuable information for stakeholders. Hence, it plays a primary role in determining investment decisions and capital market dynamics. Particularly, the role of earning quality on the corporate financial decision with high GPR. Accordingly that, the research gap is represented by the scarcity of accounting studies that addressed measuring the impact of accounting earnings quality on the relationship between geopolitical risk disclosure and dividend policy in the Egyptian environment. Therefore, the current study seeks to measure the relationship between research variables in Egyptian listed companies during the period 2018 to 2023. The rest of this research is developed as follows: discussion of the Literature review and the development of hypotheses development; data analysis and results, finally presentation for the discussion and future recommendations.

2. Literature Review and Hypotheses Development

2.1 Literature Review

Nowadays, there is a greater concern for GPR in the worldwide business environment due to the increasing focus on international instabilities and global terrorism risks (Barman and Mahakud, 2025). However, the impact of GPR extends to global trade, exterior investments, supply chains, and firms' growth (Agoraki et al., 2022; Carney et al., 2024). This is agreed by the study of Caldara and Iacoviello (2022), which shows that there is negative influence of the GPR index leading to a decline in investment within the industries exposed to overall GPRs. Further, there is a decrease in investment at the firm level and a decrease in stock returns. Also, GPRs may lead to external shocks and a decline in firm performance (Barman and Mahakud, 2025).

Thus, firms are proclaimed with higher financial constraints leading to greater tax avoidance (Haque et al., 2023). Additionally, companies facing uncertainty usually keep more cash on hand as a protection, and according to real options theory, they delay making investments when conditions are unstable (Aksoy-Hazır and Tan, 2023; Ren et al., 2023). As a result, companies typically increase their cash reserves. This conclusion contradicts the research conducted by (Behera & Mahakud .,2024), which investigates the impact of GPR on corporate cash reserves in India, exemplifying a rising market. The results indicate a favourable correlation between GPR and the cash reserves of Indian companies.

The effect of GPR includes the cost of debt. The study of (Mokdadi & Saadaoui .,2023) reveals that the cost of debt are positively influenced by geopolitical uncertainty. Additionally, the information asymmetry is found to have a positive influence on this relationship.The scoop of GPR extends to shrink firms' investment in intellectual capital (Huynh et al., 2024).

Additionally, Fiorillo et al. (2024) conclude that a high total rate of return leads to more frequent stock price crashes and that the causal impact of the GPR index on crash events is mainly caused by geopolitical uncertainties rather than geopolitical actions. In addition, the study shows that firms that are more involved in environmental, social, and governance (ESG) practices, are flexible to the negative effect of the GPR on stock price crash risks. Based on the above studies, the impact of the GPR index are caused by threats of negative geopolitical events leading to a decrease in investments, a decrease in stock returns, tax avoidance, higher financial constraints, a rise in corporate cash holding, and a decline in the overall firm performance (Caldara and Iacoviello, 2022; Aksoy-Hazır and Tan, 2023; Haque et al., 2023; Barman and Mahakud, 2025).

Emerging economies are susceptive to the negative influences of GPR (Cheng *et al*., 2023). High GPR in emerging markets influences local financing, capital structure, cash reserves, and the cost of capital (Zhou *et al*., 2020; Kotcharin and Maneenop, 2020; Lee and Wang, 2021; Adra *et al.*, 2023). However, the dividend is money paid to investors by firms to compensate them for investing their money (Javaid et al., 2023).

Regarding the signaling theory, dividends are utilized to signal the firm's quality to the market. This signal is used to fill the gap between managers and investors. Therefore, managers may use earning management to signal the firms' capability to pay dividends (Ben Salah & Jarboui,

2024).The cash dividends lead to changes in earnings and sometimes drive manipulations in earnings. The literature argues about the relationship between earnings management and dividend policy (Javaid et al., 2023; Ben Salah and Jarboui, 2024; Muda and Sunardi,2024).

Collectively,(Javaid et al. ,2023; Ben Salah & Jarboui .,2024) find that management manipulates earnings to provide signals to stakeholders about their ability to distribute dividends. On the contrary, (Muda & Sunardi .,2024) document that dividend policy does not affect earning management for firms listed on the Indonesia Stock Exchange. It is proved by Nguyen and Bui (2019) that dividends are a measure for earnings quality. Hence, their study investigates the relationship between dividend policy and earnings quality. The results show that dividend payers have risen the earnings quality than dividend non-payers. This means dividends are a reflection for the quality of earnings.

Further, the empirical results of (Allani & Mard .,2024) reveal that the relationship is inverted U-shaped between the level of dividend distributions and earnings quality; Earnings quality is positively related to the level of dividends up to a certain level of dividends, and negatively after that level; the inflection point depends on the measure of earnings quality, and the shrink in earnings persistence observed for high values of dividends ratios is explained by earnings management.

According to earlier research, the importance of GPR has increased as tensions, wars, terrorism, and conflicts jeopardize the stability and peaceful development of international relations. As the biggest threat to global financial stability in 2020, GPR overtook cyber risk (Phan et al., 2022), with far-reaching and grave repercussions (Balli et al., 2022). GPR is therefore a crucial factor influencing business choices and stock market dynamics (Wang et al., 2019), underscoring the need of examining its effects. Even while dividends have historically been the primary distribution method, share repurchases which involve a company buying back its issued or outstanding shares are becoming more and more popular (Chang et al., 2024).

Furthermore, corporate distribution strategies that control free cash flow and convey to the market optimistic expectations for the company's future include share repurchases and dividend policy (Kulchania, 2016). For managers, choosing between these two possibilities is therefore a crucial financial decision. Increased uncertainty may also cause market panic,

which would lower liquidity. Thus, by raising the systemic risk that businesses face, GPR affects corporate financial decisions and DP. Therefore, in current market conditions, businesses usually emphasize cash conservation (Zhao et al., 2025).

Dividend policy and risk management have a significant impact on financial flexibility, which is essential for preventing underinvestment and distress. Cash flow shortages can be successfully addressed by lowering dividends, and repurchasing shares increases financial flexibility. Share repurchases are flexible and used for short-term financial transfers, in contrast to dividends, which are frequently set and represent permanent income flows. Organizations are able to successfully address financial instability and underinvestment thanks to this flexibility.

2.2 Hypotheses Development

2.2.1 Geopolitical Risks & Dividend Distributions

The risk factors can be classified as external factors through political risk and GPR because of the potential for significant negative economic impacts (Shawon et al., 2024). According to Haque et al. (2023), Political risk is "political uncertainty surrounding monetary policy, fiscal policy, government spending, regulation, and taxation". But according to (Adra et al.,2023), GPR is the risk of war, terrorism, and state-to-state tensions that interfere with the regular and peaceful flow of international interactions. However, GPRs include negative conditions that expand outside the political borders and can significantly impact macroeconomic variables, jeopardize global financial stability, and oblige firms to deal with instability related to people, processes, and performance more broadly (Haque et al, 2023). Therefore, GPR becomes one of the primary determinants of firms' judgements and stock market volatility (Wang et al. 2024).

Moreover, the more political uncertainty, the more risk for information asymmetry between external investors and firms, which as a result increase in the cost of capital because of the pecking order theory (Carney et al., 2024). The study of Ha et al. (2022) finds that the uncertainty of GPRs affects negatively the firms' productivity, currency value, and external capital inflows. Going one step further, GPR raises the firms' financing costs because of market uncertainty, decreases stockholders' confidence, shrinks capital liquidity, and directly affects a firm's capability to gain financing. The cash flow uncertainty is affected by the GPR, and as a result, it affects the firm payout policy.

Hence, the dividend policy refers to the strategic decision-making process of firms regarding the distribution of profits to shareholders either in the shape of cash dividends or share buybacks (Zhao et al., 2025). These decisions are influenced by various internal and external determinants that affect the firm's liquidity, tax status, investment opportunities, and shareholder expectations. The primary internal factor is the firm's current and expected profitability. Firms with higher and more stable earnings are more likely to distribute regular and increasing dividends (Arhinful et al., 2024). The evolution of accounting practices to ensure that these profits are not only reported accurately but also reflect the underlying economic reality adds another layer of complexity to these decisions.

Furthermore, a firm's capital structure also plays a role in shaping dividend policies. However, firms with high leverage may limit their dividend payouts to maintain liquidity and comply with debt covenants (Arhinful et al., 2024).Conversely, firms with large retained earnings and low debt levels may feel pressure to return excess funds to shareholders to avoid agency problems, as managers are likely to prioritize personal goals over maximizing shareholder value (Bui et al., 2023). Also, investor demographics and preferences can have a significant impact, as firms aim to meet the expectations of the dominant shareholder base, which may prefer regular income streams through dividends.

External determinants include market conditions and macroeconomic reasons, such as interest rates and economic growth expectations, which indirectly affect investor expectations and corporate financing costs, respectively. Insight into these determinants is critical to understanding the strategic importance of dividend policies in corporate finance, their potential as a signaling mechanism, and how they can be used to align the interests of management and shareholders, thereby shrinking agency costs and enhancing firm value (Ben Salah and Jarboui, 2024).GPRs, manifested through variables such as political instability, international conflicts, or economic sanctions, significantly influence corporate decision-making, particularly in the context of dividend policies (Zhao et al., 2025). Moreover, firms operating in regions highly exposed to geopolitical turmoil often exhibit cautious financial management practices, a phenomenon that prominently includes their approach to dividend distributions.

Since dividends are considered a reward that is paid to the investors for investing in the firm, firms raise cash holdings during periods of

uncertain GPRs as a precautionary tool against financial restrictions and to stick with their operations and investments (Behera and Mahakud, 2024).This is inconsistent with the study of Adra et al. (2023), which documents that firms will be more conservative dividend policy in response to greater GPR. Additionally, Zhao et al. (2025) state that China's GPR shrinks the firms' desire to pay stock and cash dividends. This is because GPR raises financing costs and affects the firms' dividend policies.

In contrast, Wang et al. (2024) support the agency theory and managers may misuse the cash they hold. They find that when GPRs increase managers decrease cash flow from financing performance and raise dividend distributions. Based on the above-mentioned, the rationale behind this conservatism extends to the need for liquidity and financial flexibility to navigate uncertain geopolitical terrain. Firms tend to accumulate reserves rather than distribute excess cash to shareholders in the form of dividends, to maintain a buffer that can absorb shocks from potential geopolitical events (Adra et al., 2023; Arena and Julio, 2023).

Thus, based on the above-mentioned, the first hypothesis can be formulated as follows:

H1, Geopolitical risk disclosure has a significant effect on dividend policy in listed Egyptian firms.

2.2.2 Accounting Earnings Quality as Moderator Variable

Earnings quality reflect a critical role in influencing the way firms disclose and manage geopolitical risks, which in turn impacts dividend policies. Further, the accuracy of the disclosed earnings and the real financial performance of the firm is an indicator of the quality of earnings. Hence, accounting earnings quality refers to the degree by which earnings information reflects a firm's underlying financial performance and is free from distortion or management manipulation (Vafeas & Vlittis, 2024). Additionally, high-quality earnings supply stakeholders with worthy information to make well-informed investment decisions (Alrobai et al., 2025), and provide accurate and reliable information that can help investors and stakeholders make informed decisions (Piartrini and Putri, 2024).

Thus, the transparency and reliability of financial data have become increasingly important, as it helps assess whether firms can maintain their dividend payments amidst uncertainty (Olaniyi & Shah, 2023). GPRs can significantly impact a firm's operational and financial stability (Demir et al., 2019). In high-GPR environments, investors and analysts look for high-

quality earnings reports to gauge the true impact of these risks on firms (Karagozoglu et al., 2022). Previous empirical research suggests that firms with higher earnings quality tend to manage GPRs more effectively (Rigamonti et al., 2024).

These firms are better positioned to maintain stable dividend policies even in volatile environments. This stability is largely because high-quality earnings reduce information asymmetry between the firm and its stakeholders, providing a clearer picture of the firm's true financial health and ability to manage risk (Behera& Mahakud, 2024). However, firms with lower earnings quality may use geopolitical events as an opportunistic basis to adjust financial results in ways that benefit insiders, perhaps at the expense of earnings consistency (Pringpong et al., 2023). Thus, understanding the interplay between earnings quality and GPR management is essential for predicting and explaining changes in dividend policies.

Based on the aforementioned, this relationship held the importance of reliable financial reporting as a foundation for investor and corporate confidence, especially in regions or industries experiencing significant geopolitical tensions. In sum, highly earning quality increases stakeholders' confidence in the transparency of financial statements and provides reliable information. However, dividends are considered a measure of the quality of earnings. This can be explained through signaling theory, which means firms pay dividends to signal favorable information to the market (Nguyen and Bui, 2019). This is because a dividend policy is a way that management may utilize to transfer information about firms to investors.

High GPRs may raise the cost of capital for equity and debt financing (Pringpong et al., 2023). Also, stakeholders require risk premiums to recompense for extra risks arising from GPRs. According to (Rigamonti et al,2024), during uncertain times management may manipulate their earning to manage firms' earnings. This is because uncertainty in GPRs leads to a decrease in a firm's revenue, and generates additional costs, which can be reflected, and shrink the firm's market value (Binz, 2022). Furthermore, (Chauhan & Jaiswall .,2023) discover that management can create cookie-jar reserves to be discharged during uncertain periods by employing income-increasing profits management.

Thus, based on the above-mentioned, the second hypothesis can be formulated as follows*:*

H2: Earning quality has significant effect on relationship between GPR and DP in Listed Egyptian firms

3- Data & Material

3.1 Sample Selection :

The present study population encompasses all firms listed in the Egyptian capital market. Given the geopolitical tensions affecting the Arab region, particularly Egypt, such tensions significantly influence industrial activity, as it is closely linked to the dynamics of exports and imports that bolster the national economy. Furthermore, these abrupt political developments in the region contribute to increased production costs and elevated global interest rates. This study utilized intentional control samples, a significant statistical sampling method in accounting literature, focusing exclusively on companies listed on the Egyptian Stock Exchange while excluding banks and insurance companies due to their unique characteristics, based on the following two conditions:

1. The time series of the present study spans from 2018 to 2023, encompassing numerous geopolitical upheavals, including the Covid-19 pandemic, the Ukraine conflict, and the ongoing repercussions of the Arab Spring revolutions.
2. The study sample focused on industrial enterprises and the real estate sector, as they are more intimately associated with geopolitical tensions due to their involvement in the movement of raw materials and the transit of manufactured and semi-made commodities by land and sea.

The final sample of the current study comprises 63 enterprises divided across 7 distinct sectors in the financial market. These firms documented 378 observations over the examined timeframe. The researcher can elucidate the methodologies for identifying the sample and allocating it among the study sectors as follows:

Table (1): Sampling Procedures

Sectors	Firms Sample	Final Sample Observations	%
Real estate	14	84	22%
Industrial services, products and cars	9	54	14%
Chemicals	5	30	8%
Essential resources	5	30	8%
Foods	11	66	17%
Pharmaceutical industry	6	36	10%
Construction & building materials	13	78	21%
Total	63	378	100%

3.2: Variables Measurement:

This study aims to examine the impact of Geopolitical Risk Disclosure (GPR) on Dividend Policies (DP) by Moderating Role of Accounting Earnings Quality (EQ) . In this context, the measurement tools can be defined as follow:

3.2.1: Independent Variable: (GPR)

The disclosure of geopolitical hazards is regarded as the independent variable in the study. To assess this variable via financial reports, we can utilize the content analysis approach for financial statements and reports, as indicated in numerous accounting researches (Caldara& Iacoviello, 2022).

In this context, we can employ the content analysis methodology through six primary categories: (War Threat Military Buildups, Nuclear Threat, War Initiation, War Escalation, and Terror Act Issue). The index score is computed at the aggregate index level as a ratio of the frequency of words referenced in the financial report to the total word count encompassed in the index.

3.2.2: Moderator Variable: (EQ)

To determine the appropriate measures of accounting earnings quality as a moderating variable, the researcher relied on the survey conducted by (Dechow, et al.,2004; Dechow, et al., 2010) of more than 300 accounting studies with the aim of identifying the most important measures used to measure the EQ. In this context, the current study will rely on the accruals quality measure, as the measure relies on net profit and cash flows, which are two of the most important pieces of information that influence dividend policy, in addition to the availability of the necessary data for this measure during the study period. The current study will rely on the modified Jones model, which is one of the most widely accepted models among researchers; the model takes the following form:

$$\mathbf{DACC_{it} = TA_{i,t} - NDA_{i,t}}$$

Where:

- $\mathbf{DACC_{it}}$,refer to accounting earnings quality measured by the ratio of discretionary accruals to total accruals;
- $\mathbf{TA_{i,t}}$, Indicates the actual total accrual of the company;
- $\mathbf{NDA_{i,t}}$, none discretionary accruals value

3.2.3: Dependent Variable: (DP)

Dividend policy refers to a company's determination of profit distribution to shareholders, established by the General Meeting of Shareholders (GMS), taking into account the type and magnitude of distribution, including cash or stock dividends, alongside retained earnings for business stability and growth. The Dividend Payout Ratio (DPR) quantifies the fraction of profits allocated as dividends to common shareholders. The Dividend Discount Model (DPR) is frequently employed to forecast future dividends (Sofyamitha & Susilo, 2024). Dividends can be quantified by assessing each share's proportion of profits at the conclusion of each fiscal year, computed by dividing the distributable earnings by the total number of shares issued (Garg & Bhargaw, 2019).

3.2.4 Control variables:

Controlling the most significant characteristics that could impact the firm's financial status is the primary goal of this section of the study. In addition to GPR, other factors may also have an impact on dividend policies. According to earlier research (Saona et al., 2024; Kalembe et al., 2024; Lawson & Wang, 2016 & Siladjaja et al., 2022), the control variables were: firm performance (ROA), which is the ratio of net profit to total assets; firm size (SIZE), which is calculated as the logarithms of total asset value; financial leverage (LEV), which is the ratio of total debt to total assets; return on equity (ROE), which is the percentage of net income to equity held by shareholders; a loss, equals one if a company reports earnings; otherwise, it is equal to zero; and Z-score, which is a measure of default risk based on Altman's (1968).

Table (2): Study Variables	
Dependent Variable	Dividend Policies(DP)
Independent Variable	Geopolitical Risk Disclosure(GPR)
Moderating Variable	Accounting Earnings Quality(EA)
Control Variables	Firm size (SIZE)
	Return on assets (ROA)
	Financial leverage (LEV)
	Return on Equity (ROE)
	LOSS
	Z-score

3.3: Empirical Model:

Regression specification for testing H1:

To investigate the effect of geopolitical risk disclosure on Dividend Policies, the regression used according to this equation:

$$DP = \alpha + \beta_1 GPR + \beta_2 SIZE + \beta_3 LEV + \beta_4 ROA + \beta_5 ROE + \beta_6 LOSS + \beta_7 Z\text{-}SCORE + \varepsilon. \quad (1)$$

Regression specification for testing H2:

To investigate the effect of geopolitical risk disclosure on Dividend Policies by moderating this effect by the Accounting Earnings Quality, the regression used according to this equation:

$$DP = \alpha + \beta 1\ GPR \times EQ + \beta 2\ GPR + \beta 3\ EQ + \beta 4\ SIZE + \beta 5\ LEV + \beta 6\ ROA + \beta 7\ ROE + \beta 8\ LOSS + \beta 9\ Z\text{-}SCORE + \varepsilon. \quad (2)$$

4. Data analysis & results

4.1 Descriptive statistics:

Table (3) show descriptive statistics show the following:

- The low dispersion among the research sample's average, as evidenced by the minimal standard error values for all variables, indicates a high accuracy in estimating the sample's arithmetic mean. This, in turn, enhances the precision of the regression model coefficients and the significance of its variables.
- The average value for the geopolitical risk (GPR) reached (5.71) with a standard deviation of (4.981), which is an indicator of high GPR disclosure among the sample firms in the Egyptian environment and The fluctuation in the GPR index underscores disparate levels of disclosure about geopolitical risk among enterprises, indicating that although some companies promote transparency, others may overlook it, potentially impacting earnings quality and dividend policy.
- The average value for Dividend Policies variable (DP) reached (4.308) with a standard deviation of (12.240) which is an indicator of high Dividend Policies among the sample firms in the Egyptian environment and the considerable variance in earnings among organizations indicates that while certain companies attain outstanding financial success, others encounter substantial difficulties.
- The average value for the accounting earning quality variable (EQ) reached (.126) with a standard deviation of (.16506). This is an

indicator of the high level of accounting earning quality among the sample firms in the Egyptian environment.

- Regarding the control variables, the mean SIZE, LEV,ROE,ROA,LOSS,Z-SCORE (8.868,1.116,0.108,0.121,0.13,9.775) with a standard deviation of (0.846 ,3.368 , 0.393 ,0.4086,0.336,35.113). Supplementary control variables exhibit significant variability, this significant disparity highlights variations in firms' financial performance, with certain companies incurring considerable losses while others realize substantial returns; its reflects Moderator variability in company sizes and emphasizes diverse capital structures among firms, which may influence earnings quality and dividend policy.

Table (3) : Descriptive Statistics

	N	Mini	Max	Mean	Std. Deviation	Variance
GPR	378	0	56	5.71	4.981	24.810
DP	378	-17.789-	128.334	4.308	12.240	149.823
EQ	378	.0000502	1.892	.126	.16506	.027
SIZE	378	6.881	10.9835	8.868	.846	.717
LEV	378	.3509	30.380	1.116	3.368	11.301
ROE	378	4.8069	2.865	.108	.393	.154
ROA	378	1.887	5.133	.121	.4086	.167
LOSS	378	0	1	.13	.336	.113
Z-SCORE	378	29.123	519.74	9.775	35.113	1232.930
Valid N (listwise)	378					

4.2 Data validity test

4.2.1 Normal distribution test

The null hypothesis is rejected since Table (4) shows that the p-value (Prob > z) is 0.000, which is less than the traditional significance threshold of 0.05. This indicates that the dividend policy variable markedly deviates from a normal distribution. The integrity of the study models will not be compromised by the presence of non-normally distributed data, given that the sample size of 378 observations above the requisite threshold of 50 observations (Verbeek, 2017).

Table (4): Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
DP	.352	378	.000	.366	378	.000
a. Lilliefors Significance Correction						

4.2.2 Multicollinearity

This issue occurs when there is a connection among the independent variables, leading to instability in the regression model coefficients and, therefore, the invalidity of the linear model for application. The variance inflation factor (VIF) was employed, as illustrated in Table 5, to ascertain the absence of multicollinearity. The findings demonstrate that the variables are not affected by multicollinearity. The permissible variance (tolerance) for all model variables, as indicated in the tables, is below one, ranging from (0.756 - 0.981). Furthermore (VIF) for all model variables is under 10, varying between (1.019 - 1.323) indicating the absence of multicollinearity issues in these models (O'Brien, 2007).

Table (5): Collinearity Statistics				
Model	Model (1)		Model (2)	
	Tolerance	VIF	Tolerance	VIF
GPR	.968	1.033	.758	1.319
EQ	-	-	.981	1.019
(GPR× EQ)	-	-	.756	1.323
SIZE	.905	1.105	.904	1.106
LEV	.914	1.094	.908	1.102
ROE	.909	1.101	.906	1.104
ROA	.930	1.075	.895	1.117
LOSS	.886	1.129	.877	1.140
ZSCORE	.892	1.122	.891	1.122

4.2.3 Heteroskedasticity

Table (6) refers to the (Sig.) for Levene's test greater than 0.05, which means that there is homogeneity or stability of variances, which confirms the validity of the model for estimation.

Table (6) :Test of Homogeneity of Variance					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
DP	Based on Mean	4.127	5	372	.221
	Based on Median	1.215	5	372	.301
	Based on Median and with adjusted df	1.215	5	163.606	.304
	Based on trimmed mean	1.535	5	372	.178

Additional, the research utilized (Breusch-Pagan) tests to assess the issue of variance disparity in random error in table (7). If the test significance is below 0.05, it indicates that the model exhibits an issue with the variance of random error (Verbeek, 2017).

Table (7):Breusch-Pagan Test for Heteroskedasticity[a,b,c]		
Chi-Square	df	Sig.
1.193	1	.275
a. Dependent variable: DP		

Homogeneity tests confirm the current study, as indicated in tables (6,7), demonstrate that the probability value for all models exceeded (0.05), signifying that this model is not applicable to this issue.

4.3 Univariate Relations:

H1 predict the relationship between the GPR and DP, so, Table (8) displays a correlation matrix for the dependent variable and the independent variable incorporated in the study and indicates significant and negative link between independent variable (GPR) and dependent variable (DP), the coefficients equal (.139-) and statistically significant at a significant level of (1%), this result agree with many other previous studies. Table (8) shows the existence of a significant and positive relationship between size and return on equity, and dividend policy, as the coefficients (0.181,0.268) respectively. This table's results show the initial validity of statistical hypotheses; on the other hand, when the Pearson correlation coefficients between all variables are less than 0.8, the reliability of hypotheses testing models is confirmed (Blanca et al., 2013).

Table (8) :Correlations Matrix

Variable	GPR	DP	SIZE	LEV	ROE	ROA	LOSS	ZSCORE
GPR	1	-	-	-	-	-	-	-
DP	-.139-**	1	-	-	-	-	-	-
SIZE	-.136-**	.181**	1	-	-	-	-	-
LEV	-.044-	.026	-.175-**	1	-	-	-	-
ROE	-.008-	.268**	.047	.049	1	-	-	-
ROA	.025	.010	-.058-	.075	.162**	1	-	-
LOSS	-.072-	.044	-.024-	-.060-	-.276-**	-.213-**	1	-
ZSCORE	.064	-.023-	-.244-**	.242**	.005	.100	.003	1

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

In the other side, H2 predict the effect to earning quality on the relation between GPR and DP, so according to the results of table No. (9) The correlation Pearson Coefficients ensure the positive relationship where the coefficients equal (0.154) and (0.119) at a significant level of (1%) for relation accounting earning quality, geopolitical risk and DP respectively, this result agree with many other previous studies. Regarding the control variables, table (9) shows the existence of a significant and negative relationship between size and return on equity, and GPR, as the coefficients (-0.136) and (-0.008) respectively. Furthermore, the coefficients among the independent variables and other control variables are below 0.8, indicating that multicollinearity is not a significant issue in my empirical regression models. This conclusion will be further substantiated by testing the variance inflation factor in the subsequent section of this analysis.

Table (9): Correlations Matrix

	GPR	DP	EQ	SIZE	LEV	ROE	ROA	LOSS	ZSCORE
GPR	1	-	-	-	-	-	-	-	-
DP	-.139-**	1	-	-	-	-	-	-	-
EQ	.154**	.119**	1	-	-	-	-	-	-
SIZE	-.136-**	.181**	-.042-	1	-	-	-	-	-
LEV	-.044-	.026	.040	-.175-**	1	-	-	-	-
ROE	-.008-	.268**	.032	.047	.049	1	-	-	-
ROA	.025	.010	.033	-.058-	.075	.162*	1	-	-
LOSS	-.072-	.044	.075	-.024-	-.060-	-.276-**	-.213-**	1	-
ZSCORE	.064	-.023-	.026	-.244-**	.242**	.005	.100	.003	1

**. significant at the 0.01 level .

*. significant at the 0.05 level

4.4 Baseline results

Table (10): Sequential Equation Model (SEM) employing Path Analysis to examine the influence of EQ as a moderating variable in the interaction between GPR and DP, utilizing AMOS software, its indicates the significance of the regression model as follows: CR value (2.104; -2.878;2.510), path value (0.000), S.E (0.172;0.124;3.757), as respectively, this results state to the significant relation between GPR ,DP and EQ.

Table(10) : path analysis results							
			Estimate	*S.E.*	*C.R.*	*P*	*Significance*
EarningQuality	<---	*GeopoliticalRiskDisclosure*	*. 362*	*.172*	*2.104*	***	*Significant*
DividendPolicies	<---	*GeopoliticalRiskDisclosure*	*-.358*	*.124*	*-2.878*	***	*significant*
DividendPolicies	<---	*EarningQuality*	*9.428*	*3.757*	*2.510*	***	*Significant*

4.4.1 Model Fit of the Measurement Model:

According to Byrne (2010), goodness of fit is an assessment of the extent to which the measurement model aligns with the sample data. To evaluate model fit, the study utilized the most prevalent indicators, enumerated in table (11) as follows:

Table (11): *the indices of model fit*		
Measure	***Estimate***	***Interpretation***
GFI	0.976	Accepted
RMR	0.000	Accepted
CFI	1.000	Accepted
TLI	1.000	Accepted
RMSEA	0.039	Accepted

The CFI number is 1.000, which is acceptable as it exceeds 0.95. Moreover, the RMR index value is deemed appropriate as it is below 0.05. Correspondingly, the RMSEA is 0.039, which is below the threshold of 0.08, as suggested by (Byrne .,2010). The GFI value of 0.976 is deemed acceptable since it exceeds 0.8 (Byrnes, 2010). The measurement approach aligns with the data collected from users of green products. The current study demonstrates the impact of earnings quality as a moderating variable on the relationship between the dimensions of GPR and EQ, as illustrated in model fit summary figure (1).

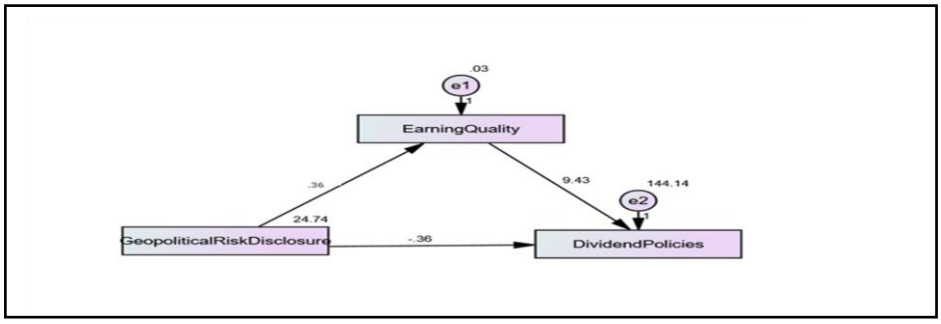


Figure (1): Impact of EQ as Moderating Variable

Confirmatory factor analysis conducted with AMOS statistical software for geopolitical risk disclosure yielded a satisfactory fit (CFI=1.000, RMSEA=0.039).The above table and figure indicate the correlation between GPR and DP significant and negative., the relationship between the moderating variable EQ and GPR is significant and the impact of EQ on relation between GPR and EQ significant. This result supported by other studies (Lee et al., 2023; Arena and Julio, 2023; Adra et al., 2023; Zhao et al., 2025) which discovered that GPR related to less dividend policy.

4.5 Hypothesis test results

1. Model (1): Testing the effect of GPR disclosure on DP

To investigate the effect of geopolitical risk disclosure on Dividend Policies, the regression used according to this equation:

$$DP = \alpha + \beta_1 GPR + \beta_2 SIZE + \beta_3 LEV + \beta_4 ROA + \beta_5 ROE + \beta_6 Z\text{-}SCORE + \beta_7 LOSS + \varepsilon. \quad (1)$$

The findings listed in tables (12) illustrate the significance of the regression model at a significance level of 5%. The value and significance of the model reached (F-Value = 7.824; P-Value = 0.000 < α = 0.05), as did the explanatory power of the model indicated by the coefficient of determination (R2) is (0.112), which means that the independent variables geopolitical risk disclosure (GPR) explain (0.112) from Dividend Policies(DP). Also, the findings indicated that the Durbin-Watson value for each of the H1 model to measure the effect of GPR on DP is (2.070) which are greater than 1.5 which means that these models do not suffer from autocorrelation problem in the residuals.

Table (12) : Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin - Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.359[a]	.129	.112	11.5314880 24377229	.129	7.824	7	370	.000	2.070

a. Predictors: (Constant), ZSCORE, LOSS, GPR, ROA, LEV, ROE, SIZE

b. Dependent Variable: DP

Additionally, the results in Table (13) presented that there was a negative and statistically significant association at the level of P- value (.035) , between (GPR) and (DP) where Beta (-.104). As for the control variables, the findings showed that there was a positive and statistically significant relationship at the level of (0.001-0.000-0.017) where Beta (0.166;0.292;0.123) respectively between the variables of (Size - Return on equity- loss) and dividend policy variable, while the results showed insignificance relationship of the variables LEV, ROA and Z-SCORE. The findings are consistent with earlier research showing that geopolitical risk has a major impact on firms' cash flow risk (Lee et al., 2023), which in turn affects dividend policy and the ratio of dividend payments to share repurchases (Arena and Julio, 2023). A substantial financial outflow is represented by dividend distribution. Adra et al. (2023) claim that while more geopolitical risk has no appreciable impact on cash dividends, it does decrease stock repurchases.

By creating substantial market uncertainty and financial volatility, eroding investor trust, decreasing capital liquidity, and directly affecting a company's capacity to obtain funding, geopolitical risk can raise corporate finance costs, according to Zhao et al. (2025). As a result, companies may have trouble getting the money they need for operations and investments through debt or equity financing. Therefore, companies frequently modify their dividend policy in order to optimize cash flow management, boost liquidity reserves, and tweak their financial plans in order to navigate this difficult financing climate. Due to the fact that geopolitical risk raises the systemic risk that businesses face, several research (Lee et al., 2023; Arena and Julio, 2023; Adra et al., 2023; Zhao et al., 2025) show that it affects corporate financial decisions and dividend policies. The propensity of businesses to issue shares and pay out cash dividends is so severely and adversely impacted by rising geopolitical risk.

Based on above results, current study can be accepting the first alternative hypothesis as follow: *H1, Geopolitical risk has a significant effect on dividend policy in Egyptian firms.*

Table (13) :Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-17.228	6.781		-2.541	.011
	GPR	-.256	.121	-.104	-2.111	.035
	SIZE	2.394	.737	.166	3.247	.001
	LEV	.147	.185	.040	.798	.425
	ROE	9.102	1.586	.292	5.739	.000
	ROA	-.111	1.507	-.004	-.074	.941
	LOSS	4.485	1.876	.123	2.391	.017
	ZSCORE	.004	.018	.012	.242	.809

2. Model (2): Testing the effect of accounting earnings quality (EQ) on relation between geopolitical risk disclosure (GPR) on dividend Policies(DP)

To investigate the effect of GPR disclosure on DP by moderating this effect by the EQ, the regression used according to this equation:

$$DP = \alpha + \beta 1\ GPR \times EQ + \beta 2\ GPR + \beta 3\ EQ + \beta 4\ SIZE + \beta 5\ LEV + \beta 6\ ROA + \beta 7\ ROE + \beta 8\ Z\text{-}SCORE + \beta 9\ LOSS + \varepsilon. \quad (2)$$

The findings listed in table (14) illustrate the significance of the regression model at a significance level of 5%. The value and significance of the model reached (F-Value = 9.008; P-Value = 0.000 < α = 0.05), as did the explanatory power of the model indicated by the coefficient of determination (R2) is (0.160), which means the Moderator variable (earning quality) impact on the relation between (GPR) and (DP) .The findings indicated that the Durbin-Watson value for each of the H2 model to measure the effect of GPR on DP is (2.050) which is greater than 1.5 which means that these models do not suffer from autocorrelation problem in the residuals .

Table (14):Model Summary [b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
2	.425[a]	.181	.160	11.21504	.181	9.008	9	368	.000	2.050

a. Predictors: (Constant), GPR, ZSCORE, LOSS, EQ, (GPR×EQ), SIZE, LEV, ROE, ROA

b. Dependent Variable: Y

Additionally, the results in Table (15) presented that there was a positive and statistically significant association at the level of P- value (.000) to the variable (GPR×EQ) as Moderator variable on relation between of (GPR) and dividend policy (DP) where Beta (0.227). As for the control variables, the findings showed that there was a positive and statistically significant relationship at the level of (0.001-0.000-0.031) respectively between the variables of (Size - ROE- LOSS) and DP variable, while the results showed insignificance relationship of the variables (LEV, ROA and Z-SCORE). The findings correspond with other research, specifically the work by (Nguyen & Bui .,2019), which suggests that companies inflate profitability in response to demands from substantial institutional shareholders for dividend distribution and to meet dividend thresholds. Both dividend-distributing and non-dividend-distributing firms participate in earnings management; however, the inclination for upward earnings management is significantly greater among dividend payers. The research provides insights into the correlation between dividend policy and earnings quality within Vietnam's institutional structure. Evidence indicating a favorable association between dividend policy and profit quality is also found in emerging markets, such as China and Indonesia (Deng et al., 2017). This link varies between nations with differing degrees of institutional strength and transparency (He et al., 2017).

These studies provide evidence that aligns with the informational significance of dividend policy and earnings quality.

Existing literature (Lawson& Wang, 2016; Caskey & Hanlon 2013; Skinner & Soltes 2011; Tong & Miao 2011) indicates that dividend distributions correlate with reduced earnings manipulation and a diminished likelihood of accounting fraud, which represents a severe manifestation of earnings manipulation. Specifically, dividends correlate with reduced discretionary accruals. Their findings indicate that dividend-paying

companies are less prone to engage in financial statement fraud compared to non-dividend-paying companies, implying that corporations with fake earnings cannot sustain equivalent dividend payout practices. The results align with assertions made by policymakers and regulators, indicating that dividend payouts serve a disciplinary function by curbing customers' profits manipulation and limiting managers' capacity to perpetrate financial statement fraud.

Particularly, (Nguyen & Bui, 2019) documentation indicates that companies exhibiting subpar performance will possess motivations to manipulate earnings and dividend policies. Larger organizations may possess greater incentives to manage revenue compared to smaller firms. Consequently, larger enterprises are anticipated to possess superior earnings quality. Additionally, managers in organizations with significant indebtedness are motivated to manipulate earnings to prevent breaching loan covenants. Such acts may diminish the quality of earnings. Additionally, debt levels correlate with profits quality and dividend policy, based on this results earnings quality reflect a critical role in influencing the way firms disclose and manage geopolitical risks, which in turn impacts dividend policies, This results support the second alternative hypothesis of this research as follow: *H2, Earning quality has significant effect on relationship between GPR and DP in Egyptian firms* .

Table (15) Coefficients [a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
2	(Constant)	-16.345	6.633		-2.464	.014
	GPR	-.530-	.133	-.216	-3.980	.000
	EQ	9.059	3.533	.122	2.564	.011
	(GPR×EQ)	1.532	.366	.227	4.184	.000
	SIZE	2.370	.718	.164	3.303	.001
	LEV	.073	.180	.020	.404	.686
	ROE	8.890	1.545	.285	5.756	.000
	ROA	-1.431	1.494	-.048	-.958	.339
	LOSS	3.959	1.834	.109	2.159	.031
	ZSCORE	.005	.017	.014	.290	.772

a. Dependent Variable: DP

5. Conclusion& Future researches

The theoretical results of the research concluded that the higher the level of disclosure of GPRs, the more conservative policies for dividend distributions, especially considering the political and economic instability resulting from these events. Moreover, the impact of the quality of accounting profits was positive on the relationship between the level of disclosure of GPRs and dividend distribution policies up to a certain level of dividend distributions. After this level, the impact of the quality of profits on the relationship between disclosure of GPRs and dividend distributions becomes negative. The analysis reveals significant variation in disclosure practices in prior studies; some industries have shown more robust and transparent reporting, particularly those directly affected by international relations and politics. Turning to the impact of these disclosures on dividend policies, the results indicate that high levels of transparency regarding GPRs are related to more conservative dividend payout ratios. This suggests that when firms are more open about potential vulnerabilities and risks, they tend to guard resources more rigorously, perhaps to guard against unexpected geopolitical disruptions. The current study analysis on the impact of accounting earnings quality showed that firms with higher earnings quality tend to be less volatile in their dividend policies in response to GPR disclosures, suggesting that financial reporting quality can mitigate some of the negative perceptions or uncertainty caused by GPRs.

The statistical analysis shows that the model's value and importance to (H1) were significant (F-Value = 7.824; P-Value = 0.000, which is less than $\alpha = 0.05$). The model's explanatory power, shown by the coefficient of determination (R2), is 0.112; meaning that the independent variable, geopolitical risks disclosure (GPR), explains 11.2% of the changes in dividend policies (DP). Additionally, the results indicate a negative and significant relationship between geopolitical risk (GPR) and dividend policies (DP), with a P-value of 0.035 and a Beta of -0.104. Furthermore, the results illustrate that there was a negative and statistically significant association at the level of P-value (.035) between the variable of geopolitical risk (GPR) as an independent variable and dividend policies (DP) as dependent variables where Beta (-.104). Geopolitical risk influences corporate financial decisions and dividend policy by increasing the systemic risk encountered by firms. As a result, increased geopolitical risk significantly and negatively impacts firms' willingness to issue shares and

cash dividends. So, current study can be accepting the first alternative hypothesis; Geopolitical risk has a significant effect on dividend policy in Egyptian firms.

Furthermore, the statistics results illustrate the significance of the regression model at a significance level of 5% to (H2). The value and significance of the model reached (F-Value = 9.008; P-Value = 0.000 < α = 0.05), as did the explanatory power of the model indicated by the coefficient of determination (R^2) (0.160), which means the Moderator variable (earning quality) impacts the relation between independent variables (GPR) and dependent variable (DP). Additionally, the results presented that there was a positive and statistically significant association at the level of P-value (.000) to the variable (GPR×EQ) as Moderator variable in the relation between geopolitical risk (GPR) as an independent variable and dividend policy (DP) as a dependent variable where Beta is 0.227. These results are aligned with those of previous studies: Nguyen and Bui (2019); Lawson & Wang (2016); Caskey & Hanlon (2013); Skinner & Soltes (2011); and Tong & Miao (2011). Based on the results, earnings quality reflects a critical role in influencing the way firms disclose and manage geopolitical risks, which in turn impacts dividend policies. This result supports the second alternative hypothesis: earnings quality has a significant effect on the relationship between GPR and DP in Egyptian firms.

The study recommended further research on the influence of internal corporate governance mechanisms such as board composition and ownership structure can mediate the relationship between GPRs and dividend policies. In addition, the impact of technological advances on the measurement and disclosure of GPRs warrants further research. As digital tools and platforms evolve, their role in enhancing the timeliness and accuracy of risk reporting could be an important area of study.

References:

- Adra, S., Gao, Y., Huang, J., & Yuan, J. (2023). Geopolitical risk and corporate payout policy. *International Review of Financial Analysis*, *87*, 102613.
- Adra, S., Gao, Y., Huang, J., Yuan, J., 2023. Geopolitical risk and corporate payout policy. Int. Rev. Financ.Anal. 87, 102613.
- Agoraki, M.E.K., Kouretas, G.P. and Laopodis, N.T. (2022), "Geopolitical risks, uncertainty, and stock market performance", *Economic and Political Studies*, Vol. 10 No. 3, pp. 253-265,
- Aksoy-Hazır, Ç., & Tan, O. F. (2023). The impact of geopolitical risk on cash holdings policy: evidence from an emerging market. *Managerial Finance*, 49(9), 1400-1419.
- Alam, A. W., Houston, R., & Farjana, A. (2023). Geopolitical risk and corporate investment: How do politically connected firms respond?. *Finance Research Letters*, *53*, 103681.
- Allani, G., & Mard, Y. (2024). Dividend policy and earnings quality: A curvilinear relationship. *Accounting Auditing Control*, *30*(2), 56-103.
- Allen, F., Michaely, R., 2003. Payout policy. In: Constantinides, G.M., Harris, M., Stulz, R.M. (Eds.), Handbook of the Economics of Finance. Elsevier, 337–429.
- Alrobai, F., Alrashed, A. A., & Albaz, M. M. (2025). Earnings Quality Drivers: Do Firm Attributes and Ownership Structure Matter in Emerging Stock Markets?. *Risks*, *13*(1), 6.
- Arena, M. P., & Julio, B. (2023). Litigation risk management through corporate payout policy. *Journal of Financial and Quantitative Analysis*, *58*(1), 148-174.
- Arena, M.P., Julio, B., 2023. Litigation risk management through corporate payout policy. J. Financ. Quant. Anal. 58, 148–174.
- Arhinful, R., Mensah, L., Amin, H. I. M., & Obeng, H. A. (2024). The influence of cost of debt, cost of equity and weighted average cost of capital on dividend policy decision: Evidence from non-financial companies listed on the Frankfurt Stock Exchange. *Future Business Journal*, *10*(1), 99.
- Balli, F., Balli, H.O., Hasan, M., Gregory-Allen, R., (2022). Geopolitical risk spillovers and its determinants. Ann. Reg. Sci. 68, 463–500.
- Barman, S., & Mahakud, J. (2025). Nexus between geopolitical risk, female CEOs and firm performance relationship: an international evidence. *Managerial Finance*, *51*(1), 32-57.
- Behera, M., & Mahakud, J. (2024). Geopolitical risk and cash holdings: evidence from an emerging economy. *Journal of Financial Economic Policy*.
- Ben Salah, O., & Jarboui, A. (2024). The relationship between dividend policy and earnings management: a causality analysis. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, *29*(57), 166-185.
- Binz, O. (2022). Managerial response to macroeconomic uncertainty: implications for firm profitability. *The Accounting Review*, *97*(5), 89-117.
- Bui, T. N., Nguyen, X. H., & Pham, K. T. (2023). The effect of capital structure on firm value: A study of companies listed on the Vietnamese stock market. *International Journal of Financial Studies*, *11*(3), 100.

- Byrne, B. M. (2010). *Structural equation modeling with AMOS: Basic concepts, applications, and programming* (2nd ed.). Routledge/Taylor & Francis Group.
- Caldara, D., & Iacoviello, M. (2022). Measuring geopolitical risk. *American Economic Review*, 112(4), 1194-1225.
- Carney, R. W., El Ghoul, S., Guedhami, O., & Wang, H. H. (2024). Geopolitical risk and the cost of capital in emerging economies. *Emerging Markets Review*, *61*, 101149.
- Caskey, J., and M. Hanlon. 2013. Dividend policy at firms accused of accounting fraud. Contemporary Accounting Research 30 (2): 818–50
- Chang, Y., He, W., & Mi, L. (2024). Climate risk and payout flexibility around the world. *Journal of Banking & Finance*, 107233.
- Chang, Y., He, W., Mi, L., (2024). Climate risk and payout flexibility around the world. J. Bank. Financ., 107233
- Chauhan, Y., & Jaiswall, M. (2023). Economic policy uncertainty and incentive to smooth earnings. *International Review of Economics & Finance*, *85*, 93-106.
- Cheng, D., Liao, Y. and Pan, Z. (2023), "The geopolitical risk premium in the commodity futures market", *Journal of Futures Markets*, Vol. 43 No. 8, pp.
- Dechow , P , Schrand , C , (2004)Earning quality , The Research Foundation of CFA Institute.
- Dechow, P., Ge, W., & Schrand, C. (2010). Understanding earnings quality: A review of the proxies, their determinants and their consequences. *Journal of accounting and economics*, *50*(2-3), 344-401.
- Demir, E., Díez-Esteban, J. M., & García-Gómez, C. D. (2019). The impact of geopolitical risks on cash holdings of hospitality companies: Evidence from emerging countries. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, *39*, 166-174.
- Deng, L., Li, S., & Liao, M. (2017). Dividends and earnings quality: Evidence from China. *International Review of Economics & Finance*, *48*, 255-268.
- Fiorillo, P., Meles, A., Pellegrino, L. R., & Verdoliva, V. (2024). Geopolitical risk and stock price crash risk: The mitigating role of ESG performance. *International Review of Financial Analysis*, 91, 102958.
- Garg, M. C., & Bhargaw, V. (2019). The Determinants of Dividend Policy in Indian Corporate Sector. *IUP Journal of Accounting Research & Audit Practices*, *18*(1).
- Hamour, A., Saleh, M., Alnsour, E. A., & Jwaifel, A. M. Y. (2024). The effect of financial reporting quality on earnings quality of industrial companies. *Corporate and Business Strategy Review*, *5*(2), 38-50.
- Haque, T., Pham, T. P., & Yang, J. (2023). Geopolitical risk, financial constraints, and tax avoidance. *Journal of International Financial Markets, Institutions, and Money*, 88, 101858.
- He, W., Ng, L., Zaiats, N., & Zhang, B. (2017). Dividend policy and earnings management across countries. *Journal of Corporate Finance*, *42*, 267-286.
- Huang, Z., Ye, C., Lai, F., Li, Y., & Li, X. (2024). Dancing between threats and conflicts: How Chinese energy companies invest amidst global geopolitical risks. *Energy Economics*, 139, 107907.
- Huynh, N., Le, Q. N., & Tran, Q. T. (2024). Firm-level political risk and intellectual capital investment: Does managerial ability matter? *International Review of Financial Analysis*, 91, 103020.

- Javaid, A., Fatima, K., & Karamat, M. (2023). Impact of earnings management on dividend policy: does board independence matter?. *Journal of Economic and Administrative Sciences*.
- Jiang, Y., Ren, Y. S., Yang, X. G., Ma, C. Q., & Weber, O. (2024). The relationship between geopolitical risk and crude oil prices: evidence from nonlinear and frequency domain causality tests. *Spanish Journal of Finance and Accounting/Revista Española de Financiación y Contabilidad*, *53*(2), 123-145.
- Kalembe, D., Kaawaase, T. K., Nkundabanyanga, S. K., & Kayongo, I. N. (2024). CEO power, audit committee effectiveness, and earnings quality. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, *14*(3), 585-611.
- Kalembe, D., Nkundabanyanga, S. K., Kaawaase, T. K., & Kayongo, I. N. (2024). The relationship between internal audit function quality and earnings quality: the moderating effect of CEO power. *Cogent Business & Management*, *11*(1), 2311159.
- Karagozoglu, A. K., Wang, N., & Zhou, T. (2022). Comparing Geopolitical Risk Measures. *Journal of Portfolio Management*, *48*(10).
- Khoo, J. (2021). Does geopolitical uncertainty affect corporate financing? Evidence from MIDAS regression. *Global Finance Journal*, *47*, 100519.
- Kotcharin, S., & Maneenop, S. (2020). Geopolitical risk and shipping firms' capital structure decisions in Belt and Road Initiative countries. *International Journal of Logistics Research and Applications*, *23*(6), 544-560.
- Kulchania, M., (2016). Cost structure and payout policy. Financ. Manag. 45, 981–1009.
- Lawson, B. P., & Wang, D. (2016). The earnings quality information content of dividend policies and audit pricing. *Contemporary Accounting Research*, *33*(4), 1685-1719.
- Le, A. T., & Tran, T. P. (2021). Does geopolitical risk matter for corporate investment? Evidence from emerging countries in Asia. *Journal of Multinational Financial Management*, *62*, 100703.
- Lee, C. C., & Wang, C. W. (2021). Firms' cash reserve, financial constraint, and geopolitical risk. *Pacific-Basin Finance Journal*, *65*, 101480.
- Lee, C. C., Wang, C. W., Thinh, B. T., & Purnama, M. Y. I. (2023). Cash holdings and cash flows: Do oil price uncertainty and geopolitical risk matter?. *Economic Analysis and Policy*, *79*, 134-152.
- Lee, C.C., Wang, C.W., Thinh, B.T., Purnama, M.Y.I., 2023. Cash holdings and cash flows: do oil price uncertainty and geopolitical risk matter? Econ. Anal. Policy. 79, 134–152.
- Ma, C. Q., Lei, Y. T., Ren, Y. S., Chen, X. Q., Wang, Y. R., & Narayan, S. (2024). Systematic analysis of the blockchain in the energy sector: Trends, issues, and future directions. *Telecommunications Policy*, *48*(2), 102677.
- Mokdadi, S., & Saadaoui, Z. (2023). Geopolitical uncertainty and the cost of debt financing: the moderating role of information asymmetry. *The Journal of Risk Finance*, *24*(5), 684-720.
- Muda, S. I., & Sunardi, N. (2024). The Effect of Current Tax Expense, Deferred Tax Assets and Dividend Policy on Earnings Management. *Journal of Investment Development, Economics and Accounting*, *1*(1), 14-27.

- Nguyen, T. T. N., & Bui, P. K. (2019). Dividend policy and earnings quality in Vietnam. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, *26*(2), 301-312.
- Nguyen, T. T. N., & Bui, P. K. (2019). Dividend policy and earnings quality in Vietnam. *Journal of Asian Business and Economic Studies*, *26*(2), 301-312.
- O'brien, R. M. (2007). A caution regarding rules of thumb for variance inflation factors. *Quality & quantity*, 41(5), 673-690.
- Olaniyi, O. O., & Shah, N. H. (2023). Quantitative analysis and comparative review of dividend policy dynamics within the banking sector: Insights from global and US financial data and existing literature. *Available at SSRN 4663659*.
- Pan, W.F. (2019). Geopolitical risk and R&D investment. Available at SSRN 3258111.
- Phan, D. H. B., Tran, V. T., & Iyke, B. N. (2022). Geopolitical risk and bank stability. *Finance Research Letters*, *46*, 102453.
- Phan, D.H.B., Tran, V.T., Iyke, B.N., (2022). Geopolitical risk and bank stability. Fin. Res. Lett. 46, 102453.
- Piartrini, P. S., & Putri, P. A. N. (2024). The influence of Accounting Information Quality on Investment Decisions: Investor Perspective in the Capital Market. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, *5*(1), 161-169.
- Pringpong, S., Maneenop, S., & Jaroenjitrkam, A. (2023). Geopolitical risk and firm value: Evidence from emerging markets. *The North American Journal of Economics and Finance*, *68*, 101951.
- Rao, S., Koirala, S., Aldhawyan, S., & Corbet, S. (2023). Geopolitical risk and M&A: The role of national governance institutions. *Economics Letters*, *225*, 111062.
- Ren, X., Cao, Y., Liu, P. J., & Han, D. (2023). Does geopolitical risk affect firms' idiosyncratic volatility? Evidence from China. *International Review of Financial Analysis*, 90, 102843.
- Rigamonti, A. P., Greco, G., Pierotti, M., & Capocchi, A. (2024). Macroeconomic uncertainty and earnings management: evidence from commodity firms. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 1-35.
- Saona, P., Muro, L., San Martín, P., & McWay, R. (2024). Do board gender diversity and remuneration impact earnings quality? Evidence from Spanish firms. *Gender in Management: An International Journal*, *39*(1), 18-51.
- Shawon, R. E. R., Dalim, H. M., Shil, S. K., Gurung, N., Hasanuzzaman, M., Hossain, S., & Rahman, T. (2024). Assessing Geopolitical Risks and Their Economic Impact on the USA Using Data Analytics. *Journal of Economics, Finance and Accounting Studies*, *6*(6), 05-16.
- Siladjaja, M., Anwar, Y., & Djan, I. (2022). The relationship between dividend policy and earnings quality: The role of accounting information in Indonesia's capital market. *Economies*, *10*(6), 140.
- Skinner, D., and E. Soltes. 2011. What do dividends tell us about earnings quality? Review of Accounting Studies 16 (1): 1–28.
- Sofyamitha, R. N., & Susilo, D. E. (2024). The Influence of Business Risk and Corporate Governance on Share Prices with Moderating Variables Dividend Policy in Banking Companies Listed on the Indonesian Stock Exchange in 2021-2023. *Journal of Social Science Utilizing Technology*, *2*(4), 574-583.

- Tong, Y., and B. Miao. 2011. Are dividends associated with the quality of earnings? Accounting Horizons 25 (1): 183–205.
- Vafeas, N., & Vlittis, A. (2024). Earnings quality and board meeting frequency. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, *62*(3), 1037-1067.
- Verbeek, M. (2017). A guide to modern econometrics. John Wiley & Sons. 50 , 2-3.
- Wang, X., Wang, M., & Wu, H. (2024). Geopolitical risk and corporate cash Holdings in China: Precautionary motive and agency problem perspectives. *International Review of Financial Analysis*, *93*, 103235.
- Wang, X., Wu, Y., Xu, W., (2019). Geopolitical risk and investment. J. Money Credit Bank.
- Wooldridge, J. M. (2015). Introductory econometrics: A modern approach. Cengage learning.
- Zhao, N., Zhang, L., & Huang, H. (2025). Influence of China's geopolitical risk on corporate dividend policies. *Finance Research Letters*, *72*, 106579.
- Zhou, M. J., Huang, J. B., & Chen, J. Y. (2020). The effects of geopolitical risks on the stock dynamics of China's rare metals: A TVP-VAR analysis. *Resources Policy*, *68*, 101784.