

مجلة الدراسات الإدارية والاجتماعية

مجلة علمية دورية نصف سنوية محكمة



رئيس هيئة التحرير

المشرف العام

أ. د. بدر الدين خليل أحمد خليل

رئيس التحرير

د. عمر بشير حسن أحمد

نائب رئيس التحرير

د. متوكل عوض الله

هيئة التحرير

د. معاوية يحي حاج الأمين

د. سعيد جلال سعيد

د. درار عبد المكرم حسن

سكرتارية التحرير

هنادي محمد فضل

التدقيق اللغوي

د. أحمد شمس الدين أحمد محمد علي

مستشارو التحرير

أ. د عبد الماجد عبد الله حسن

أ.د. بكري الطيب موسى

أ.د. محمد فرح عبد الحليم

أ.د. عثمان أحمد محمد

أ.د. نصر الدين سليمان علي

أ.د.كباشي حسين قسيمة

أ.د. عمر بشارة أحمد بشارة

د. مدثر حسن سالم عز الدين



كلمة العدد :

الحمد لله الذي بفضلته تتم الصالحات ، والصلاة والسلام على نبيه محمد صلى الله عليه وسلم .

يسعدنا أن نضع بين يدي القارئ الكريم العدد السابع من مجلة الدراسات الإدارية والاجتماعية ونمني أنفسنا بأن تسهم إصدارتنا مع رصيفاتها من الدوريات العلمية في نشر وتطوير البحث العلمي.

جاء العدد الذي بين أيديكم حافلاً بالموضوعات المتنوعة في شتى مجالات المعرفة وذلك بمشاركة ومساندة الإخوة الباحثين والمختصين من داخل وخارج السودان والذين بفضلهم انتشرت الدورية في ربوع السودان الحبيب .

هيئة التحرير في هذا الجانب تحث كل الباحثين في مختلف المجالات على الإسهام في إثراء الأعداد المقبلة من المجلة بالبحوث الرصينة التي تهدف إلى

النهوض ببلادنا .

كما ترحب هيئة التحرير بأرائكم ومقترحاتكم التي تسهم في تطوير المجلة .

والله من وراء القصد وهو يهدي السبيل .

هيئة التحرير

**العدد السابع – أبريل 2020م**  
**مجلة الدراسات الإدارية والاجتماعية**  
**مجلة علمية دورية نصف سنوية محكمة**  
**تصدر عن كلية العلوم الإدارية – جامعة دنقلا**

**مقدمة :**

مجلة الدراسات الإدارية والاجتماعية (مجلة علمية دورية نصف سنوية محكمة) تصدر عن كلية العلوم الإدارية – جامعة دنقلا .  
تقبل المجلة البحوث والأوراق العلمية التي تتسم فيها بالأمانة و الموضوعية والمنهجية والفائدة العلمية وذلك باللغتين العربية والإنجليزية وترحب المجلة بإسهامات الباحثين من داخل وخارج الجامعة والتي تتوفر فيها كل أساسيات البحث العلمي شريطة أن لا تكون هذه الإسهامات قد نشرت من قبل أو تحت النشر في أي مجله علمية أخرى.

**قواعد النشر:**

1. الموضوعية والمستوى العلمي والدقة.
2. يقدم المقال أو الدراسة مطبوعاً على ورق A4، ومرفقاً معه قرص مدمج 3.5 فيما لا يزيد عن (7000) كلمة (20 صفحة) بفراغات مزدوجة وهوامش 2.5 سم وترقم الصفحات في الأسفل على الجانب الأيسر بشكل متسلسل سواء باللغة العربية، أو الإنجليزية، أو الفرنسية. ويرفق ملخص للبحث لا يزيد عن (100) كلمة بإحدى اللغات المستخدمة في المجلة خلافاً للغة البحث.
3. تعرض المقالات والبحوث على محكمين متخصصين في المجالات المختلفة لإجازتها وتقوم المجلة بإخطار أصحاب المقال بقرار المحكمين، ولها حق إجراء أي تعديلات شكلية جزئية قبل نشر المادة دون أن يخل ذلك بمضمون المادة المنشورة في حالة الموافقة بنشرها.
4. عدم نشر المواد التي سبق نشرها أو المرسلة للنشر بأي مجلة أو دورية أخرى.

5. تخضع المساهمات لتحكيم الهيئة الاستشارية للمجلة ولا تعاد المواد التي لم تنشر لصاحبها.
6. تحتفظ المجلة بحقوقها في حذف أو إعادة صياغة بعض الكلمات بما يتلاءم وأسلوبها في النشر مع عدم الإخلال بالنسق العام للموضوع أو الأفكار أو المعلومات الواردة فيه.
7. تمنح الأولوية للدراسات والبحوث التي لا يتعدى عمر مصادرها ومراجعتها خمس سنوات.
8. تتبع الطريقة الأمريكية في توثيق المصادر.
10. يجب أن تتبع الطريقة العلمية المثلى لعرض البحث، أو الورقة من حيث الخلاصة ومناهج ووسائل البحث، وعرض الموضوع وتحليله، والنتائج التي تم التوصل إليها، والتوصيات المقدمة، وقائمة المراجع وفق المنهج المتبع.
11. بعد التحكيم يطلب من الباحث تسليم البحث في قرص مدمج (CD).
12. تقبل البحوث من كافة الباحثين من داخل وخارج السودان.
13. الأفكار والمعلومات الواردة في البحوث تعبر عن آراء كاتبها فقط .
14. تمنح المجلة كاتب المقال ثلاث نسخ من العدد الذي يحتوي علي مقاله.
15. أصول المقالات التي ترد إلى المجلة لا تسترجع سواء نشرت أو لم تنشر.
16. تحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر.
17. رسوم النشر للورقة (150جنيه) داخل السودان، و (50 دولار) خارج السودان.
18. ترسل البحوث إلى المجلة على العنوان التالي:

مجلة الدراسات الإدارية والاجتماعية

هيئة التحرير

كلية العلوم الإدارية

جامعة دنقلا - ص ب 47

تلفون 0120342665

البريد الإلكتروني: admideen@gmail.com

موقع المجلة على الانترنت: uofd.edu.sd

مجلة الدراسات الإدارية والاجتماعية

## الفهرس

م	المحتويات	رقم الصفحة
1	الذاتية والقيم السلوكية في شعرة د. محمد علي عبدالله شمين	8
2	بحث الولاية على مال القاصر في الفقه الإسلامي والقانون السوداني د. رندة عثمان أحمد محمد عبد الوهاب	24
3	دور نظم المعلومات في اتخاذ قرارات التسعير (بالتطبيق على شركة التأمين الإسلامية في الفترة 2016 - 2017م) د. عبدالله عبداللطيف علي محمد	53
4	مدى توافر واستخدام الوسائل التعليمية لتدريس مقرر الجغرافيا للفصل الثالث الثانوي (دراسة وصفية تحليلية بمحلية أم درمان) أ.د. عبد الرحمن عبد الله الخانجي & د. صديق محمد أحمد سعيد & السماني صديق أبوصالح	79
5	دور الموقف السلوكي للعملاء في خلق الميزة التنافسية	105

	لشركات الاتصالات في ولاية كسلا د. عليان علي رحمة عليان & د. ثريا عمر محمود آدم & عثمان أبوبكر محمد حسن	
124	دور الوعي المصرفي في تطوير الخدمات المصرفية (دراسة ميدانية علي عينة من المصارف بولاية البحر الاحمر) د.سمية ادم عيسي سعيد	6
149	علاقة الأنشطة الطلابية بالتحصيل الدراسي وبعض المتغيرات لدى طلبة كلية التربية مروى جامعة دنقلا د.مجنوب أحمد محمد أحمد قمر	7
172	إنعدام السيولة النقدية في الاقتصاد السوداني في الفترة من العام 2015م وحتى 2017م المشاكل والحلول د. متوكل عوض الله	8
197	أحكام العقد الالكتروني في القانون السوداني (دراسة مقارنة) د. سيف النصر خوجلي عثمان	9
231	محددات قياس ضريبة أرباح أعمال التجارة الالكترونية وأثرها في تحديد الوعاء الضريبي (دراسة ميدانية في ديوان الضرائب في السودان) د. تماضر الصادق بابكر محمد & د. نصرالدين حامد أحمد النور د.عاصم حسن محمد جبرة	10
263	<b>The Impact of Figures of Speech in Animal Farm as Allegorical Novella</b> Dr. Bahr Mustafa Aldoma Bahr	11

الذاتية والقيم السلوكية في شعر عنتره

د. محمد علي عبدالله شمين

أ. مساعد - جامعة دنقلا

كلية الآداب والدراسات الإنسانية

قسم اللغة العربية

**مستخلص الدراسة:**

هذه الدراسة تدور حول قضية القيم الادبية والسلوكية في شعر عنتره بن شداد والتغني الذاتي والقبلي عنده بأمجاده وأمجاد القبيلة ، وتورد الورقة نماذج من بطولاته ودفعاته عن نفسه وعن قبيلته ، وربما القبائل الأخرى من باب النجدة ومنع الظلم وكل ذلك في صورة الرجل المؤدب الذي يكرم جاره ونساء جيرانه ويلتزم السلوك السوي والقيم الأخلاقية ، حتى كأنه لم يترك للإسلام شيئاً.

**المقدمة:**

هذه الدراسة تدور حول قضية التغني الذاتي بالقيم السلوكية والاجتماعية وقيم القبيلة عند الشاعر ، من الدفاع عن نفسه وعن قبيلته وعشيرته وحرصه على نساء القبيلة ومنعهم من الظلم ، ويذكر أنه لا يغشى فتاة الحي في غياب زوجها ، وأنه يحفظ طرفه ويغضه عن نساء الجار في أدب وسلوك ربما فقدنا هذا في الإسلام نفسه ، والحال أن الرجل عاش قبل الإسلام ، ولكن صدق النبي ﷺ إذ يقول: "الناس معادن خيارهم في الجاهلية خيارهم في الإسلام إذا فقهوا" (متفق عليه) ، وأحسب أن الرجل لو أدرك الإسلام لأسلم لحسن أدبه وكريم أخلاقه وصفاته .

ثم تمضي الورقة في الحديث عن بطولاته في الدفاع عن القبيلة ، وربما ذكر دفاعاته عن بعض القبائل، ويشير أنه لولا دفاعه لأخذ الأعداء نساء الحي ، ويبين مدى بطولاته وأنه لا يهاب الأعداء قلوباً أو كثروا ، وأنه يعف عند المغنم في إشارة إلى أنه يقاتل من أجل القتال فقط . ويذكر الطبراني حديثاً جاء فيه أن النبي ﷺ قال: "ما وصف لي أعرابي قط وأحببت أن أراه ، إلا عنتره" ومعنى الكلام بما بلغني عن أدبه وأخلاقه وبطولاته ، ثم تختتم الورقة بذكر نتائج للدراسة مدعمة كلامها عن عنتره بذكر نماذج من ديوانه موثقة ومشروحة .

#### منهج الدراسة :

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يقوم بجمع المادة من مظانها ، ثم التحليل والمناقشة ، ثم الخلوصل إلى إصدار الحكم .

#### أهمية الدراسة :

يمثل شعر عنتره منعطف مهم في اللغة العربية ، لما فيه من جزالة ومرونة أحياناً ، ويمثل فن القيم والأخلاق عنده مسار واضح جعل شعره يذخر بذلك ، ثم غني عن القول أن هذه الدراسة تعين المكتبة في هذا الجانب .

#### ترجمة عنتره :

تتفق المصادر في أن كنيته أبو الفوارس ولقبه عنتره الفلحاء ، لشق في شفته كأنهم أرادوا عنتره ذو الشفة الفلحاء ، وأما نسبه ففيه روايات متعددة ومتضاربة وأهمها ثلاث روايات :

أولاً: هو عنتره بن شداد بن معاوية بن ذهل بن قراد بن مخزوم بن ربيعة بن مالك بن غالب بن قطيعة بن عيس .

ثانياً: هو عنتره بن شداد بن معاوية بن قراد أحد بني مخزوم عوذ بن غالب .

ثالثاً: هو عنتره بن عمرو بن شداد بن قراد بن مخزوم بن عوف بن مالك بن غالب بن قطيعة بن عيس بن بغيض .

وغير هذا من الروايات المتضاربة ، وأما مولده فمن السائد لدى المؤرخين أن حرب داحس والغبراء قد انتهت قبل الإسلام في حوالي سنة 600 ميلادية وقبل الإسلام بعشر سنين ، وكان عمرها أربعين عاماً ، ولذلك نستطيع أن نجعل مولد عنتره بحوالي سنة 530 ميلادية لأنه شهد بدء هذه الحرب واشترك فيها حتى نهايتها

، وقد اعتمدت هذه الفرضية لأنها تتسجم مع نصوص كثيرة ، ورد فيها اجتماع عنتره بعمر بن معد كرب ومعاصرتة لعروة بن الورد وغيرهم من شعراء تلك الفترة . وينتمي عنتره إلى قبيلة عبس من بغيض من بني غطفان ، بيتهم في بني عدة بن قتيبة في نجد ، وغطفان أصلها ثلاث بطون هم أشجع وعبس وذبيان ، وفزارة من بني ذبيان .

وأما منشأ فيروى أن أباه وقع على أمة حبشية يقال لها زبيبة فأولدها عنتره ، وكانوا في الجاهلية إذا كان للرجل ولد من أمة أستعبده ، والحال كذلك قد طالت عبودية عنتره هذه فترة من الزمن إلى أن حرره أبوه بعد الكبر ، ولهذه الحرية قصة يذكرها الباحثون ، مفادها أن أمه الحبشية أتت به إلى والده فقال شداد لأولاده إن هذا الغلام ولدي ، فقالوا له كذبت أنت شيخ وقد خرفت تدرعي أولاد الناس فلما كبر قالوا له اذهب فأرع الغنم والإبل ، فانطلق وباع منها وأشترى سيفاً ورمحاً ودرعاً وترساً ودفنها في الرمل وإن كان هذا الخبر أقرب إلى الأسطورة منه إلى الحقيقة ، إلا أنه يؤكد حرص عنتره على تعلم الفروسية منذ صغره .

وروا أن أحد أحياء العرب أغار على قبيلة عبس فأصابوا منهم فتبعهم العبسيون وعنتره فيهم فقال له أبوه كر يا عنتره ، فقال عنتره : العبد لا يحسن الكر وإنما يحسن الحلاب والصر ، فقال له : كر وأنت حر ، فادعاه أبوه وألحق نسبه به (الأغاني، ج8، ص237) ، ولكن الثابت أن عنتره لم ينل حرته إلا بعد جهد وعناء ، وغير هذا من الروايات التي لا تخلو من الأسطورة .

أما عن فروسيته فقد كانت حرب داحس والغبراء الميدان الفسيح الذي أظهر فيه بطولته وأخباره كثيراً ما تقرر بذكر الوقائع والأيام كيوم الفروق ، فأظهر فيه عنتره شجاعة لا توصف.

قيل لعنتره هل أنت أشجع الناس وأشدّها ؟ قال : لا ، قيل : إذا فبم شاع لك هذا في الناس ، قال: كنت أقدم إذا رأيت الإقدام عزمًا وأحجم إذا رأيت الإحجام حزمًا ، ولا أدخل موضعاً لا أرى لي منه مخرجاً ، وكنت أعتمد الضعيف الجبان فأضربه الضربة الهائلة يطير لها قلب الشجاع فأنثني عليه فأقتله (الأغاني، ج8، ص253).



وأما خبر زواجه فكثيراً ما نراه مرتبطاً بنزع حرّيته ، فهناك خبر مفاده أن عمه قال له إنك ابن أخي وقد زوجتك أبنتي عبلة ، هذا إضافة إلى ما ذكرناه آنفاً من أخبار نزعه لحرّيته ، ولقد رأيت الكثيرين من الذين ترجموا لعنّرة لم يذكروا أمر زواجه من عبلة ، فرووا أنه تزوج من امرأة أخرى .

وأما شعره فتغلب عليه البطولة الحربية ووصف المعارك فحاول أن يرسم صورة كاملة عن البطل الذي يخوض ساحات القتال ، وكثيراً ما يؤكد حرّيته وجدارته بها ، ويربط بينها وبين حبه لعبلة ، وإذا كانت المعركة عنده تنتهي بموت الخصم فقد ظلت فكرة الموت ماثلة أمام عينيه ، فهو القائل: (إني أمرؤ سأموت إن لم أقتل) ، ويذكر في شعره عدة البطولة من خيل ورماح وسيف ودروع وغيرها ، فالفارسي عنده لا يتراجع مهما كانت الصعاب، قال :

لما رأيت القوم أقبل جمعهم \*\*\* يتزامرون كررت غير مذمم  
(ديوان عنّرة ، ص120)

والشجاعة دائماً ما تحمل صاحبها على المخاطرة وعدم التبصر في الأمور ، قال :

وإذا حملت على الكريهة لم أقل \*\*\* بعد الكريهة ليتني لم أفعل  
(ديوان عنّرة ، ص98)

كما أنه كان متحلياً بكل الأخلاق الكريمة والصفات الحميدة ، ويريد بذلك رسم صورة تغطي على رقه ، فهو على استعداد تام لتجسيد فكرة الأخلاق الكريمة والتغني بها ، قال :

وإذا شربت فأنني مستهلك \*\*\* مالي وعرضي وافر لم يكلم  
وإذا صحوت فما أقصر عن ندى \*\*\* وكما علمت شمائي وتكرمي  
(ديوان عنّرة ، ص122)

ثم إنه صبور يتحمل المكاره ، فقال :  
وعرفت أن منيتي إن تأتني \*\*\* لا ينجني منها الفرار الأسرع  
(ديوان عنّرة ، ص85)

وأما التعفف فهو ظاهر في شعره فهو يقاتل لا للمكاسب ، قال :

يخبرك من شهد الواقعة أنني \*\*\* أغشى الوغى وأعف عند المغنم

(ديوان عنتره ، ص123)

ثم إنه كغيره من الجاهليين تميز بذكر الديار والوقوف على الأطلال وذكر  
الخمير والنساء والتغني بجمالهن ، قال :

فقال لها البدر المنير ألا أسفري \*\*\* فإنك مثلي في الكمال وفي السعد

(ديوان عنتره ، ص58)

كما أننا نجد في شعره الحكمة تدور حول الحياة والموت ، قال :

فأجبتها إن المنية منهل \*\*\* لا بد أن أسقى بذاك المنهل

(ديوان عنتره ، ص97)

كل هذا صاغه في شعر سهل الألفاظ بالنسبة للجاهليين ، منسجم التركيب ،  
فخم ، بعيد عن الحوشي ، وأما معلقته فقد كان موضوعها ذكر الديار والغزل ووصف  
الناقة والخمر والفخر والنزال والطعان وعزته بقومه وشم شاتميته ، ثم لا أثر للتكلف  
في معلقته فهو يعالج قضايا أخلاقية ويرتفع عن الدنيا ، ويفتخر بنفسه ، فهو كالمتمتبي  
في افتخاره بنفسه ، ويختلف عن الشريف الرضي الذي يفخر بأصله وجدوده وذلك  
لأن عنتره لا يستطيع الفخر والحال أن أمه أمة ، فهو يفخر بأبيه بعد حرته ، وهو  
القائل :

إني أمرؤ من خير عبس منصبا \*\*\* شطري وأحمي سائري بالمنصل

وإذا الكتيبة أحجمت وتلاحظت \*\*\* ألفت خيراً من معم مخول

(ديوان عنتره ، ص97)

يقول إن أبي من أكرم عبس بشطري ، والشرط الآخر ينوب عن كرم أمه فيه  
ضربه بالسيف ، فهو خير في قومه من من عمه وخاله منهم (الأغاني، ج8،  
ص240) ، والحاصل أن بعض الباحثين قد أنكر عنتره وآثاره الأدبية ، وسيان عندنا  
وجد عنتره أم لم يوجد ، فنحن ننظر إلى هذا الشخص الذي تعجبنا أخلاقه وفروسيته  
فنحبه ونعجب به (أدب العرب، ص78) ، والحاصل أن الناس قد أنكروا القرآن  
وزعموا أنه من عند محمد ﷺ والإنكار لا يقوم كدليل على البطلان ، بل لقصور في  
صاحبه ، ثم إن التاريخ روى أخبار ما قبل الميلاد كأخبار الفراعنة وغيرهم .

ثم إنه كان لعنترة إخوة من أمه ، فأحب أن ينسبهم لقومه ، فقال لأحدهم واسمه حنبل: أرو مهرك من اللبن ثم مر به علي عشاءً ، فإذا قلت لكم : ما شأن مهركم متخذذا فاضرب بطنه بالسيف لتريهم أنك غضبت ، ففعل فظهر اللبن ، قال: فاستلاطه قومٌ ونفاه آخرون (الأغاني، ج8، ص251) .

وأما السيرة فتصوره فارس ذا قوة خارقة يفعل الأعاجيب ، ولكن الحاصل ليس كذلك وإن كان في عنتره قوة وشجاعة ولكنها لا تصل إلى هذا الحد الذي صورته السيرة ، ثم إن السيرة أصلاً حكيت لإشغال الناس ، وفيها عنصر التشويق وجلها أساطير ، ولا تصلح كمصدر .

فعنترة فيه شجاعة وقوة ، وعنه قال بن الجهمي: (كان عمرو بن معد يكرب يقول: ما أبالي من لقيت من فرسان العرب مالم يلقي حراها وهجيناها) ويعني بالحرين عامر بن طفيل وعتبة بن الحارث ، وبالهجينين عنتره والسليك .

وروي أنه لما أنشد النبي ﷺ قول عنتره:

ولقد أبيت على الطوى وأظله \*\*\* حتى أنال به كريم المأكَل

فقال: ما وصف لي أعرابي قط أحببت أن أراه إلا عنتره (الأغاني، ج8، ص237 - الشعر والشعراء، 75).

وأما خبر وفاته فاختلف فيه الرواة ، قالوا خرج يتقاضى ديناً وكان قد كبر ، فهاجت رائحة من صيف وهبت نافحة فأصابته الشيخ فوجدوه ميتاً ، ورواية أخرى ترى أنه أغار على بني نبهان من طي فاضطرد لهم طريدة وهو شيخ فجعل يرتجز وهو يطردها (آثار ظُلمان) بقاع مجذب ، والظلمان بضم الظاء وكسرهما جمع ظليم وهو ذكر النعام ، والقاع المجذب السهل الذي لا حياة فيه . وكان وزر بن جابر النبهماني في فتوة فرماه وقال خذها وأنا ابن سلمى فقطع مطاه يعني ظهره ، فتحامل بالرمية حتى أتى أهله وهو مجروح فقال:

وإن ابن سلمى اعنده فاعلموا دمي \*\*\* فهيهات لا يرجى ابن سلمى ولا

دمي

وقيل أنه غزا طي مع قومه فانهزمت عبس فخر عن طرفه ولم يستطع الركوب لكبر سنه ، فدخل دغلاً فأبصره ربيئة طي فنزل إليه وهاب أن يأخذه فرماه فقتله (الأغاني، ج8، ص237).  
القيم السلوكية عنده:

من أوسع موضوعات الشعر عند عنتره قضية البطولة النفسية والمثل والقيم الكريمة ، فهو يرسم صورة لنفسه فيها كل القيم والمثل ، في محاولة منه لتغطية نشأته في الرق ، وهذه صورة لا تقل بأي حال عن نشأة الأحرار التي يتصف بها الفرسان ، ومن هنا نستطيع أن نلمح المعاني الخلقية كل ما سنحت لنا الفرصة في النقاش والحوار ، وهو لا يكتفي بقصيدة واحدة بل يغلب على معظم قصائده هذه القضية ، ولا يخلو الأمر من استعداد نفسي تام ، رغم أننا ربطنا ذلك بنشأته في الرق ، والفكرة الخلقية متكاملة الأجزاء تحيط بالصفات الحميدة في الحياة العربية ، فالأمر عنده لا يتعلق بالمادة ولا يبالي بها ، وهو كريم الأخلاق لأن الكرم عنده سجية وخلق ليس تصنعاً ، سواء أكان صاحي اللب أم غائبه ، فهو لا يكاد يمسك إبلاً إلا ويعطيها لإخوانه ، وقد صور ذلك المشهد بقوله :

وإذا شربت فإنني مستهلك \*\*\* مالي وعرضي وافر لم يكلم  
وإذا صحوت فما أقصر عن ندى \*\*\* وكما علمت شمائلتي وتكرمي  
(ديوان عنتره، ص120)

فهذه من سجايه حتى وهو يشرب الخمر يلتزم باثنتين ، الكرم بماله كله ثم المحافظة على عرضه ، وقوله لم يكلم فيه إشارة إلى أن عرضه سالم حتى من بعض الجراحات الصغيرة ، التي لا ترقى لمسمى انتهاك العرض ، ثم يشير أنه إذا صحا من سكره لا يقصر عن الكرم وهو معلوم من استنباط معنى البيت الأول لقوله أنه كريم في حال الصحو حتى لا يظن ظان أن كرمه مرهون بالسكر ، ثم يشير إلى أن هذه قضية معلومة من شمائله لا تحتاج إلى مقارنة ، ثم يمضي في هذا التغني بقوله:

أنتي علي بما علمت فإنني \*\*\* سمح مخالفتي إذا لم أظلم  
وإذا ظلمت فإن ظلمي باسل \*\*\* مر مذاقته كطعم العلقم  
(ديوان عنتره، ص120)

وهو يصف نفسه بأنه صبور يتحمل المكاره ولا يخاف منها ولا يستسلم لها ، وإنما يقابلها بقوة ، ويذكر أنه سمح المعاملة إذا لم يظلم ، ثم يصف ظلمه بأنه باسل شجاع ، وهو من باب تسمية المعني بالمحسوس ، إذ الظلم لا يوصف بأنه باسل ، ولكنه على سبيل المجاز ، وقوله مذاقه كطعم العلقم إشارة إلى الإلباس المعنى صورة المحسوس لإظهاره وبيان الغرض منه ، والمراد نتيجة ذلك الظلم رد قوي يشعر بمرارته الظالم كأنه العلقم .

ثم يسترسل في المعنى بقوله :

وعرفت أن منيتي إن تأتني \*\*\* لا ينجني منها الفرار الأسرع  
وصبرت عارفة لذلك حرة \*\*\* ترسو إذا نفس الجبان تطلع  
(ديوان عنتره، ص85)

وقوله (لا ينجني منها الفرار) معلوم من الواقع ، وعلمه فيه تثبيت للنفس من ممارسة حياتها العادية ، إذ جاء القرآن بنحو هذا ، تشبيهاً منه أن الموت واقع لا ينجني منه شيء قال تعالى: ﴿ أَيْنَمَا تَكُونُوا يُدْرِكُكُمُ الْمَوْتُ ﴾ (النساء، 77) ، قوله صبرت جواب لقوله (عرفت) إذ تقدير الكلام لما عرفت أن منيتي آتية ولا ينجني منها (صبرت) وهذا الصبر أفادها في الرسو والثبات وممارسة الحياة العادية ، فهو أعمال للفكر الصائب في كثير من مسلمات الحياة ، وأنه لو أدرك الاسلام لأسلم لإعماله لفكره .

ثم يطرق قضية جوهرية يفقدها المسلمون اليوم ، وهي قضية السلوك القويم ، يقول :

إني أمرؤ سمح الخليفة ماجد \*\*\* لا اتبع النفس اللجوج هواها  
(ديوان عنتره، ص153)

فهو صاحب عزة وشرف على نفسه ونسائه ، وقوله النفس اللجوج يعني من العناد ، وهذا من أوصاف النفس الأمارة ، فهو لا يتبعها بل يستقيم على الأخلاق ، وجاء الإسلام بنحو هذا قوله ﷺ "إنما بعثت لأتمم مكارم الأخلاق" (مسند البزار) ، فالحديث ينبئ عن مكارم موجودة بقوله أتمم وهي لفظة تفيد أن هنالك مكارم للأخلاق كانت عندهم ، وأحياناً يرسم هذا المعنى في صورة الدفاع عن نسائه ، يقول :

ونحن منعنا بالفروق نساءنا \*\*\* نطرق عنها مشعلات غواشياً  
أبيناً أبيناً أن تطبّ لشاتكم \*\*\* على مرشقات كالطباء عواطياً  
(ديوان عنتره، ص159)

قوله مشعلات غواشياً يعني غواشي الأعداء ، فهو لا يقصد هذه النخوة في  
الدفاع عن نسائه فحسب بل لغيرهن من النساء ، يقول :  
ومغيرة شعواء ذات أشلة \*\*\* فيها الفوارس حارس ومقنع  
فزجرتها عن نسوة من عامر \*\*\* أفخاذهن كأنهن الخروج  
(ديوان عنتره، ص60)

فهو يدافع عن المرأة وإن لم تكن من قبيلته ، فقوله فزجرتها يعني طردتها  
وأفخاذهن ... غزل لا يمضي إلى أكثر منه وفيها الفوارس وشعواء يعني لا تبقي ولا  
تذر لقوتها وقساوتها، ثم يشير إلى قضية مهمة في عفته وطيب خلقه وهي عفته عن  
المغنم ، يقول :

يخبرك من شهد الواقعة أنني \*\*\* أغشى الوغى وأعف عند المغنم  
(ديوان عنتره، ص120)

فهو يقاتل للقتال لا للمغنم ، وجاء نحو هذا في الحديث عن النبي ﷺ في  
مناقب الأنصار قوله : "أنكم تكثررون عند الفزع وتقلون عند الطمع" (سنن أبي داؤود)  
، وهذه العفة هي التي دفعت عمر بن الخطاب أن يظهر هذا المعنى إلى واقع ، وذلك  
لما سمع أحدهم ينشد قول عنتره :

ولقد أبيت على الطوى وأظله \*\*\* حتى أنال به كريم المأكل  
فقال عمر ذاك رسول الله ﷺ، وأن النبي لما سمع ذلك قال حديثه آنف الذكر .  
ثم تخلص الدراسة إلى قضية أخرى وهي حفظ حقوق الجار من عدم التحرش  
بنسائهم أو التعرض لهن ، بل هو يحفظهن ويرعاهن بكريم خلقه ، يقول :  
أغشى فتاة الحي عند حليلها \*\*\* فإذا غدا في الحرب لا أعشاها  
(ديوان عنتره، ص153)

فهو يزور قريباته من نساء الحي حال حضور الأزواج ، فإذا غاب الأزواج  
امتنع عن الزيارة ، فهو خلق رفيع حث الإسلام عليه ، يقول النبي ﷺ : "والله لا يؤمن

والله لا يؤمن والله لا يؤمن ، قالوا من يا رسول الله خاب وخسر ، قال من لا يأمن جاره بوائقه " (متفق عليه) يعني شروره ، والجار الذي لا تأمن شروره غير مؤمن ، والذي لا يسلم المسلمون منه غير مسلم ، ونحو هذه القيم إنما مآلها لحسن الأصل وكرم السجية ، ثم يمضي في هذا السلوك ويذكر أنه يغض طرفه عن جارته عند مرورها ، يقول :

وأغض طرفي إن بدت لي جارتي \*\*\* حتى يوارى جارتي مأواها  
(ديوان عنتره، ص153)

فهو يحترم جارته ويغض طرفه عنها ، وهي خصال دعا إليها الإسلام ، قال تعالى: ﴿ قُلْ لِلْمُؤْمِنِينَ يَغُضُّوا مِنْ أَبْصَارِهِمْ وَيَحْفَظُوا فُرُوجَهُمْ ﴾ (النور، 30) .

#### ذاتية شعره:

في شعره ظاهرتان واضحتان ، الاعتزاز بالنفس والتعني بالبطولة الشخصية وتصوير مفاخره الفردية والاعتزاز بالقبيلة وذكر مفاخرها ، أما الأولى فإنها في جميع أشعاره ، ما من قصيدة إلا ويتحدث عنها ويسرد مظاهرها ، فمثلاً في معلقته يحدثنا عنها كثيراً يقول :

ومدجج كره الكماة نزاله \*\*\* لا ممعن هرباً ولا مستسلم  
جادت له كفي بعاجل طعنة \*\*\* بمتقف صدق الكعوب مقوم  
وتركته جزر السباع ينشئه \*\*\* ما بين قلة رأسه والمعصم  
إلى قوله :

فطعنته بالرمح ثم علوته \*\*\* بمهند صافي الحديد مخدم  
(ديوان عنتره، ص119)

قوله مدجج في كامل عتاده الحربي ، والكماة هم الأبطال وإنما كرهوا قتالهم لشدتهم إذ وصفه أنه لا ممعن هرب ولا مستسلم ، وقوله جادت له كفي فيه مجاز إذ الجود لا يكون إلا في الحسن ، ونتيجة ذلك تركته للسباع ففيه معنى التهكم .  
وفي تحديه لعمارة بن زياد يقول :

متى ما نلتقي فردين ترتجف \*\*\* روائف إيتيك وتستطارا

(ديوان عنتره، ص62)

في إشارة إلى ضعفه وخيبته من عنتره ، إذ عجز البيت فيه إساءة واضحة له ، وربما أشار إلى أنه دافع عن بعض النساء ، إذ لولا دفاعه لهمت النساء بالهرب ، يقول:

ومرقصة رددت الخيل عنها \*\*\* وقد همت بإلقاء الزمام

(ديوان عنتره، ص132)

وفي رده على قيس بن زهير وقد أسمعته ما يكره ، يقول :

إنني إمرؤ من خير عبس منصبا \*\*\* شطري وأحمي سائري بالمنصل

(ديوان عنتره، ص97)

فهو يدافع عن نصفه المفقود بسبب الرق بالذود عن القبيلة ، فهو مقاتل في جميع الأحوال ، وأما الظاهرة الثانية وهي الاعتزاز بالقبيلة لا نجدها في كل القصائد وإنما هي في بعضها وتكون في معرض تعاون القبيلة لرفع ضيم أو نحوه ، يقول :

ونحن منعنا بالفروق نساءنا \*\*\* نظرف عنها مشعلات غواشيا

خلقنا لهم والخيل تردا بنا معاً \*\*\* نزايلكم حتى تهروا العواليا

أبيناً أبينا أن تضب لثاتكم \*\*\* على مرشفات كالظباء عواطيا

وقلت لهم ردوا المغيرة عن هوى \*\*\* سوابقها وأقبلوها النواصيا

(ديوان عنتره، ص153)

فهو يمنع ويحمي نساءه في هذا الموضع من الأعداء ويبعد عنها الأعداء الغواشيا ، وهو يجيد قتال الأعداء كأنه قد خلق لهم ، وهو تعبير مجازي ، وقوله نزايلكم يعني نقاتلكم، والعوالي الرماح ، وقوله تضب لثاتكم يعني ينحلب ريقها وهو مثل يضرب في شدة الحرص على الأمر، وهو يأبى للأعداء بالتسليم ويطلب من جند القبيلة عدم الفرار وهو مأخوذ من قوله أقبلوها النواصيا يعني المقدمة ، إذ التولي ممنوع عندهم كما هو الحال في الإسلام.

وفي معركة جرت بين قومه وبين بني تميم يقول:

لما سمعت دعا مرة إذ دعا \*\*\* ودعا عيسى في الوغى



ناديت عبس فاستجابوا بالقنا \*\*\* وبكل أبيض صارم لم ينجلي  
حتى استباحوا آل عوف عنوة \*\*\* بالمشرفي وبالوشيج الذبل  
(ديوان عنتره، ص 97)

فهو يدعو قومه لقتال الأعداء ويصور قومه بقول أن "ومه أقبلوا يحملون  
السيوف والرماح وهزموا الأعداء عنوة فهو يسرع النجدة للضعيف ، مأخوذ من قوله  
لما سمعت وجوابها حتى استباحوا ، وربما أشار إلى تغني قومه به لبطولته ، يوئل :  
ولقد شفى نفسي وأبرأ سقمها \*\*\* قيل الفوارس ويك كعنتره أقبل  
يدعون عنتره والرماح كأنها \*\*\* أشطان بئر في لبنان الأدهم  
فقوله ويك كلمة يراد بها الاستحسان والإعجاب ، وهذا الاستحسان شفى  
صدره ، والصورة الأخرى يدعون عنتره للإقدام والحال أن الرماح تشبه حبال البئر  
لترادفها خلف بعض حتى كأنها حبل واحد ، إذ الشطن هو الحبل الطويل لرفع الماء  
من البئر، فهذا مشهد لا يتقدم فيه إلا القوي الشجاع ، روى الصحابة عن النبي ﷺ  
قولهم "كنا والله إذا أحمر البأس نتقي برسول الله ﷺ وإن الشجاع منا للذي يحاذي به "  
(صحيح البخاري).

ولكن يبدو أن رابطة القبيلة وإن كثرت طغت عليها رابطة الشخصية ،  
وقضية التغني الفردية ظهرت على أحسن وجه خاصة بعد أن نال حرите من أبيه  
بقوله كر وأنت حر .

ومن تغنيه ببطولاته قوله :

يا عبل كم من فارس خليته \*\*\* في وسط رابية يعد حصاها  
يا عبل كم من حرة خليتها \*\*\* تبكي وتتعي بعلمها وأخاها  
يا عبل كم من مهرة غادرتها \*\*\* من بعد صاحبها تجر خطاها  
يا عبل لو أني لقيت كتيبة \*\*\* سبعين ألفاً ما رهبت لقاها  
(ديوان عنتره، ص 156)

فقوله كم من فارس يريد أنه قتل كثير من الفرسان وتركهم في وسط  
المرتفعات ، وكثير من النساء الحرائر يبكين وينعين أزواجهن وكثير من الخيل  
الصغار تركتها تمشي لوحدها بعد أن قتلت صاحبها ، ولم يشر إلى أنه أخذها ، ويذكر

في آخر هذه الأبيات أن من كمال فخره أنه لو لقي سبعين ألفاً من الفرسان ما هابهم ، وكل هذا يدور حول فخره وتغنيه بأمجاده ، ويذكر ذلك لصاحبه من باب إغرائها ، ونحو هذا التغني في قصيدته التي مطلعها :

صباح الطعن في كر وفر \*\*\* ولا ساق يطوف بكأس خمر

يقول :

خلقت من الحديد أشد قلباً \*\*\* فكيف أخاف من بيض وسمر

(ديوان عنتره، ص73)

قوله كر وفر يريد الحرب ، ولا ساق يطوف يريد لا خمر فيها وأن المقام مقام قتال ، وقوله خلقت من الحديد أنني مثله قوة وبطشاً وأشد قلباً فكيف أخاف من بيض وسمر يريد أن خوفه من السيوف والرماح أمر مستبعد ، وهي مقارنة لطيفة ، وفيه إشارة إلى المثل القائل (الحديد بالحديد يفلح) يعني يعالج ، وجمال التغني في الاستفهام الانكاري وأن هذا الأمر لا يشبهه .

ومن تغنيه بأمجاده وبطولاته قوله :

فلا ترضى بمنقصة وذل \*\*\* وتقنع بالقليل من الحطام

فعيشك تحت ظل العز يوماً \*\*\* ولا تحت المذلة ألف عام

(ديوان عنتره، ص132)

قوله لا ترضى بمنقصة وذل ، يريد كن عزيزاً صاحب أنفة وعزة ولا ترضى بالقليل من الحطام ، يكني به عن الشيء التافه ، وقوله عيشك تحت ظل العز .... يريد أن يوماً واحداً من العز ولا ألف عام تحت المذلة ، وهذه العزة وهي الأنفة هي التي دعت للإقدام ولأن العربي يريد فسحة كفسحة صحاريه فمن هنا جاء التغني .

ومن هذا التغني الذاتي ، قوله الذي سبق بعضه :

ولقد أبيت على الطوى وأظله \*\*\* حتى أنال به كريم المأكّل

وإذا الكتيبة أحجمت وتلاحظت \*\*\* ألفيت خيراً من معم مخول

والخيل تعلم والفوارس أنني \*\*\* فرقت جمعهم بطعنة فيصل

(ديوان عنتره، ص97)

قوله ولقد أببت على الطوى يعني الجوع من طوى كشحه من شدة الجوع فأظله يعني أستم علىه حتى ينال مأكلاً كريماً فيه عزة وكبرياء ، والكتيبة الجماعة الكبيرة من الجيش أكبر من السرية ، وقوله أحجمت يعني امتنعت عن التقدم مخافة القتال ، يقول حينها أتقدم أنا وتجذني خيراً من الذي عمه وخاله كريم الأحساب . في إشارة إلى ذمهم له بعله الرق ، وقوله والخيل تعلم والفوارس من باب المجاز في إشارة إلى أنه لكثرة قتاله وغاراته أصبحت الخيل تعلمه جيداً ، وطعنة الفيصل هي الضربة القاضية الحاسمة للمعركة يريد أن هذه الطعنة من نصيبه هو في إشارة إلى عزه وكبريائه وتغنيه ببطولاته ، ومن هذه اللونية أعني التغني قوله :

أطوي فيافي الفلا والليل معتكر \*\*\* وأقطع البید والرمضاء تستعر  
ولا أرى مؤنساً غير الحسام وإن \*\*\* قل الأعادي غداة الروع أو كثر  
فحاذري يا سباع الليل من رجل \*\*\* إذا امتضى سيفه لا ينفع الحذر  
ورافقيني تري هاماً مفلة \*\*\* والطير عاكفة تمسي وتبتكر

(ديوان عنتره، ص63)

قوله اطوي إشارة إلى تطوافه بالصحارى إذ الفيافي هي الصحارى والليل معتكر يريد شدة الظلام ، وقوله الرمضاء تستعر يعني شدة القيظ ، فهو يقطع هذه الصحارى في أحلك الأحوال في الظلام الدامس والنهار الحار في إشارة منه لقوته وصلابته ولا رفيق له غير حسامه قل الأعداء أو كثروا الأمر عنده سيان فهو لا يأبه بهم لقوته وثقته بنفسه ثم يحذر سباع البر من أسود ونحوها لأنه إذا سل سيفه لا يردعه رادع فعليها ألا تفكر في هذا الرجل لشراسته وصلابته ويطلب منها - إن أرادت الخير - أن ترافقه لأنها ستشبع من جثث القتلى ، ويعبر عن ذلك بقوله تري هاماً مفلة يعني مشقة يريد لقوة ضربه بالسيف حتى الرؤوس التي هي أصلب أعضاء الإنسان ، تراها مفلة ، ومنظر الطير عاكفة يفيد أنها قد شبت ولا تطلب طعاماً غير ذلك ويفهم هذا من قوله (عاكفة) التي تفيد البقاء والاستمرارية لقوله تمسي وتبتكر من المساء والبكور .

وفي قصيدته التي مطلعها :

حسناتي عند الزمان ذنوب \*\*\* وفعالي مذمة وعيوب

يقول:

كم شجاع دنا إلي ونادى \*\*\* يالقومي أن الشجاع المهيب  
ما دعاني إلا مضى يكدم الأرض \*\*\* وقد شقت عليه الجيوب  
ولسمر القنا إلي انتساب \*\*\* وجوادي إذا دعاني أجيب  
يضحك السيف في يدي وبناني \*\*\* وله في بنان غير نحيب  
(ديوان عنتره، ص18)

قوله كم شجاع خبرية تفيد الكثرة ، وقوله دنا ونادى أنه معتز بشجاعته وهو مقدم في قومه لبطولته وفروسيته ، وقوله ماد دعاني إلا مضى يكدم الأرض كناية عن سرعة فتك عنتره به يريد أن عنتره لم يمهل طويلاً حتى ألصقه بالأرض مقتولاً وقد شقت عليه الجيوب من بكاء النساء عليه والجيب هو فتحة القميص مما يلي العنق وكانت عادة في الجاهلية شق الجيوب وقد نهى عن ذلك الإسلام ، وفي الحديث "ليس منا من لطم الخدود وشق الجيوب ....."(البخاري ومسلم)، وقوله لسمر القنا إلي انتساب يريد بيننا علاقة وهي التواصل والتعاون في الحرب كما يقال فلان بصير بالحرب يكنى عن ذلك بقولهم هو أخو الحرب وأبوها . وقوله جوادي إذا دعاني أجيب يعني للقتال ، ويضحك السيف في يدي مجاز المراد أنني أعطي السيف حقه ومستحقه في القتال فيغدو السيف فرحاً بذلك حتى كأنه يضحك في تصوير تشخيصي تجريدي معلوم في الأدب والمراد حسن الاستخدام في القتال ، وقوله له في بنان غيري نحيب يعني بكاء لسوء استخدامه يريد أنه عالم بأمر الحرب وغيره لا يفهم ذلك، وهو تغني وفخر بذاتيته الفردية وأمجاده الظاهرة ونحو هذا الفن في شعره كثيراً لا يحصى .

#### الغاتمة :

خلصت هذه الدراسة بعد هذا التطواف إلى النتائج التالية :

أولاً: ظاهرة القيم السلوكية في شعر عنتره كثيرة ومنتشرة ، والرجل يتميز بقيم اجتماعية لا تشابهها أي قيم أخرى من سماحة في الأخلاق واحترام لأعراض الجار وحقوقه والحفاظ على نساءهم .

ثانياً: يتمتع شاعرنا بشخصية قوية من الاعتداد بالنفس وعدم المبالاة بالآخرين وأنه إذا خرج للقتال لا يبالي قل الأعداء أو كثروا .

ثالثاً: كثيراً ما نراه يتغنى بذاتيته وبطولته الفردية وأنه حقق الكثير لنفسه ولقومه حتى أنه أحياناً ينكر كيف يستهين به قومه ولا يعطونه حريته .

رابعاً: وربما تغنى بأمجاد القبيلة وأشار إلى أنه هو حامي حمى القبيلة ، ويذكر نماذج من قتاله ودفاعه عن نساء القبيلة ، وربما أشار إلى أنه أحياناً قد يدافع عن نساء أخريات من خارج القبيلة من باب العزة والكرامة ونصرة المظلوم .

خامساً: ربما بلغ من تغنييه بذاتيته أن يهدد الخصم قبل النزال وربما هدد السباع والوحوش ونصحها أن تتبعه لتأكل اللحم من جثث الأعداء .

سادساً: هذه القيم وهذا الكبرياء في الحق الذي كان عندهم في الجاهلية ، وهو الذي دعا النبي ﷺ أن يتمنى رؤيته .

#### المصادر والمراجع :

- أبو الحسن مسلم بن الحجاج القشيري النيسابوري ، صحيح مسلم ، دار الحديث ، القاهرة ط1 ، 1991م .
- أبو الفرج علي بن حسين الأصبهاني ، الأغاني ، ط1 ، ج8 ، 1992م .
- أبو داؤود سليمان بن الأشعث السجستاني ، سنن أبي داؤود ، تحقيق محمد محي الدين ، المكتبة العصرية ، صيدا ، لبنان .
- أبو عبدالله محمد بن اسماعيل البخاري ، صحيح البخاري ، مطبعة مصطفى البابي الحلبي ، 1345هـ .
- خير الدين الزركلي ، الأعلام (قاموس تراجم لأشهر الرجال والنساء من العرب والمستعمرين والمستشرقين) ، ط2، 3 .

- سليمان بن أحمد الطبراني ، معجم الطبراني الكبير ، تحقيق حمدي عبد المجيد ، الناشر مكتبة ابن تيمية .
- شوقي ضيف ، العصر الجاهلي ، ط3 ، دار المعارف ، مصر .
- عنتر بن شداد ، ديوان عنتر ، تحقيق محمد سعيد مولوي .
- مارون عبود ، أدب العرب ، دار الثقافة ، بيروت ، لبنان ، ط3 ، 1960م .
- محمد بن عيسى الترمذي ، الجامع الكبير (سنن الترمذي) ، تحقيق بشير عواد معروف ، نشر دار الغرب الإسلامي ، 1996م .

### بحث الولاية على مال القاصر في الفقه الإسلامي والقانون السوداني

د رندة عثمان أحمد محمد عبد الوهاب  
الأستاذ المساعد بجامعة بيشة كلية العلوم والآداب ببلقرن  
قسم الدراسات الإسلامية

#### مقدمة:

أن الدين الإسلامي كرم الإنسان و فضله على سائر المخلوقات ومن ذلك قوله تعالى (وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا) 70 الإسراء ومن مظاهر هذا التكريم أن الله عز وجل

خصه بالعقل وتحمل المسؤولية قال تعالى (إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلْنَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا) 72 الأحزاب

أهتم الإسلام أن يتمتع الفرد بالأهلية لمزاولة الأعمال وإباحة التصرفات سواء أكانت جالبة للنفع له أو تبرعات ماله للغير فأن فقد عقله أو كان صغيراً أو سفيهاً لا يحسن التصرف فقد منعه الإسلام من التصرف وشرع لوليّه أو وصيه أن يقوم مقامه في التصرفات المالية حتى لا يضيع ماله بسوء التصرف لأن حفظ المال من مقاصد الشريعة الإسلامية

يتناول موضوع الدراسة الولاية على مال القاصر إلى بلوغه عاقلاً رشيداً دون أن يعتريه عارض من جنون أو سفه أو عته و تكون له أهلية أداء كاملة فيقوم بجميع التصرفات التي تتطلبها الحياة

هدفت الدراسة إلى تفصي آراء الفقهاء في المذاهب الأربعة حول الولاية على مال القاصر ومقارنة ذلك بالقانون السوداني

اتبع الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التاريخي التحليلي و نسب كل قول لقائلة وذلك بالرجوع للمذاهب الأربعة ثم المقارنة بينها وبين القانون السوداني وأخيراً اختيار الرأي الراجح

وقسمت البحث إلى مباحث

المبحث الأول: تعريف الولاية والقاصر والمالية

المبحث الثاني : أنواع الولاية و ترتيب الأولياء على مال القاصر

المبحث الثالث : تصرفات الولي والوصي

المبحث الرابع : تصرف القاصر بعد الرشد

المبحث الأول

تعريف الولاية :

لغة : " الولي ضد العدو ... وكل من ولي أمر واحد فهو وليه ... والولاية النصرة يقال هم على ولاية أي مجتمعون في النصرة ."(الصحاح 6/ 2529 - 2530) وفي

اصطلاح الفقهاء قال ابن نجيم : " الولاية في الفقه تنفيذ القول على من شاء أو أبي " (البحر الرائق 117/3) لم أجد تعريفا غيره في كتب الفقه وقد أورد قانون الأحوال الشخصية السوداني ما يلي في نص المادة 219 " يتولى شئون القاصر ، ومن في حكمه ، من يمثله ، يسمى بحسب الحال ، وليا أو وصيا أو قيما "

وقد عرف شراح القانون الولاية بأنها " سلطة شرعية يكون لصاحبها القدرة على إنشاء العقود النافذة " (شرح قانون الأحوال الشخصية ، محمد أحمد عبد المجيد - ص 212 ) تعريف آخر سلطة الولي على من هو تحت ولايته ويؤخذ على هذا التعريف انه يعرف الولاية ببيان حكمها لا بشرح حقيقتها وبيان أهم خصيصة فيها ألا وهي الرعاية (المدخل الفقهي العام إلى الحقوق المدنية ، حسني نصار صفحة 542)

### تعريف القاصر

لم يعرف اللغويون القاصر إلا أنهم عرفوا القصر ويمكن أن نستدل على معنى القاصر منها قال ابن منظور " القَصْرُ مَا هُوَ الْوَزْأُ: الشَّدِيدُ الْقَصِيرُ " (لسان العرب 1/336) وأيضا " قصر: الْقَصْرُ وَالْقَصْرُ فِي كُلِّ شَيْءٍ: خِلَافُ الطُّولِ " (لسان العرب 5/95) وقال الفيروزبادي " الْقَصْرُ وَالْقَصْرُ، خِلَافُ الطُّولِ، كَالْقَصَارَةِ. قَصْرٌ، كَكْرَمٍ، فَهُوَ قَصِيرٌ، مِنْ قُصْرَاءَ، وَقُصَارٍ، وَقَصِيرَةٌ، مِنْ قِصَارٍ وَقِصَارَةٍ. أَوْ الْقِصَارَةُ: الْقَصِيرَةُ، نَادِرٌ. وَالْأَقَاصِرُ: جَمْعُ أَقْصَرَ. " (القاموس المحيط 1/462)

كذلك لم يعرف الفقهاء القاصر إلا أنهم أشاروا إلي أن شرط الرشد البلوغ دليل على الرشد فما دون البلوغ فهو صغير (قاصر ) ومن ذلك قول السمرقندي " شرط الأهلية من العقل والبلوغ حتى لا ينعقد البيع من الطفل والمجنون " (تحفة الفقهاء 3/33) وقال الزيلعي " الوليد هو الطفل " (تبيين الحقائق 6/139) وقال ابن قدامه " من له دون السبع لم يؤمر بأمره بالصلاة " (المغني 2/392)

**تعريف القاصر في القانون :** عرف قانون الأحوال الشخصية السوداني لسنة 1991م في المادة 218 " يكون الشخص قاصرا اذا لم يبلغ سن الرشد ويكون في حكمه كل فاقد للأهلية أو ناقصها "



وكذلك أورد قانون المعاملات المدنية السوداني لسنة 1983 في المادة 22 الفقرة 3 ما نصه " لا يكون أهلاً لمباشرة حقوقه المدنية من كان فاقد التمييز لصغر في السن أو عته أو جنون "

وعرفه شراح القانون بأنه "من لم يبلغ سن الرشد القانوني " (الإحكام الموضوعية في الولاية على المال ص 17) وقال وهبه الزحيلي "القاصر: من لم يستكمل أهلية الأداء، سواء أكان فاقداً لها كغير المميز أم ناقصها كالمميز" ( الفقه الإسلامي وأدلته 68/10)

ومن التعريفات السابقة نجد أن الفقهاء لم يعرفوا القاصر وبالنظر لتعريف القانون السوداني نجد أن تعرف قانون المعاملات المدنية أشمل من تعريف قانون الأحوال الشخصية وهو التعريف المختار

### تعريف المال :

قال ابن منظور " المال: مَعْرُوفٌ مَا مَلَكَتْهُ مِنْ جَمِيعِ الْأَشْيَاءِ " ( ابن منظور 635/11) وعند الفقهاء قال ابن نجيم " المال كل ما يملكه الناس من نقد وعروض حيوان وغير ذلك " ( البحر الرائق 2 / 242) وقال الكاساني " المال أنه اسم لما يباح الانتفاع به حقيقة وشرعا " ( بدائع الصنائع 5/115) قال ابن عابدين " المال ما يميل إليه الطبع ويمكن ادخاره لوقت الحاجة " (رد المحتار 4 / 501) وقال أيضا " المال المنتفع به في التصرف على وجه الاختيار " ( رد المحتار 4 / 502) قال الشافعي في تعريف المال " ولا يقع اسم مال إلا على ما له قيمة يباع بها " ( الأم 5 / 171 ) وقال النووي " فما لا نفع فيه ليس بمال " ( روضة الطالبين 3 / 352) قال الحجاوي من الحنابلة " أن يكون المبيع مالا وهو ما فيه منفعة مباحة لغير حاجة أو ضرورة " ( الإقناع 2/59) المال في الفكر القانوني هو الحق ذو القيمة المالية، وبعبارة أخرى كل ما له قيمة مادية يعتبر في النظر القانوني مالا، عينا كان أو منفعة أو حقا من الحقوق العينية أو الشخصية وذلك كحق الامتياز وحق استعمال عناوين المحلات التجارية وحقوق الابتكار. (أبو زهره 9, 10 , 11) بالمقارنة بين الفقهاء يظهر مدى بينهما من اختلاف في مالية الأشياء فنجد الأحناف لا يعتبرون المنافع أموالا بينما ذهب جمهور الفقهاء إلى أن

المنافع أموال لأن مصادرها وهي الأعيان يجري عليها الإحراز والحيازة وبمقارنة التعريفات السابقة بالقانون فأن مالية الشيء قيمته والأموال جالبة المنافع وبها يتم التعامل التجاري وفي العصر الحديث تتسع دائرة الأموال فتشمل الأسهم والسندات والملكية الفكرية وبراءة الاختراع ولذلك فأن تعريف الفكر القانوني هو المختار لشموليته

### المبحث الثاني: أنواع الولاية وترتيب الأولياء:

قال ابن نجيم في أنواعها : " هي نوعان ولاية ندب واستحباب وهي الولاية على العاقلة البالغة بكر كانت أو ثيباً وولاية اجبار على الصغيرة بكر كانت أم ثيباً وكذا الكبيرة المعتوه والمرقوقه ". ( البحر الرائق 3 / 117 وتبيين الحقائق 2 / 117 ) وقال الكاساني: "ولاية ندب واستحباب لا ولاية لا ولاية حتم وإيجاب ( بدائع الصنائع 2 / 242 ).

وعند الفقهاء المحدثين " الولاية في جوهرها ضرب من النيابة التي في معناها العام قيام شخص مقام آخر في التصرف عنه فإن النيابة تكون على شكلين اختيارية وإجبارية فالاختيارية هي الوكالة التي موضوعها تفويض التصرف إلى الغير . وأما الإجبارية فهي الولاية التي يفوض فيها الشرع أو القضاء التصرف لمصلحة القاصر بالنيابة عنه إلى شخص آخر وتنقسم إلى ولاية على النفس وولاية على المال ، الولاية على النفس هي الاهتمام بالشئون الشخصية لناقص الأهلية أو فاقدها والولاية على المال هي رعاية ماله من حفظ واستثمار " (المدخل الفقهي العام ، الزرقاء 817/2) .

### القانون :

المادة " 233 من قانون الأحوال الشخصية لسنة 91 تناولت الولاية :  
 " الولاية ولاية على النفس وولاية على المال وذلك على الوجه الاتي :  
 أ/ الولاية على النفس وهي العناية بكل ما له علاقة بشخص القاصر ومن في حكمه  
 ب/ الولاية على المال هي العناية بكل ما له علاقة بمال القاصر ومن في حكمه "

بين ابن نجيم أن الولاية نوعان ولاية ندب واستحباب وولاية إجبار وهي كما قال الزرقاء ولاية اختيارية وولاية إجبارية وهي ولاية على النفس وولاية على المال ، القانون لم يذكر الولاية الاختيارية وكان الأخرى به أن يبين ذلك حتى وإن كانت الولاية الاختيارية ضرب من الوكالة ، كما أنه لم يوضح أن قسمي الولاية التي ذكرهما لولاية الإيجار وإنما ذكرهما باعتبارهما قسمي الولاية بشكل عام . وعلى العموم ما يهمنا من قسمي الولاية الإجبارية قسم الولاية على المال باعتبار أنها المقصودة بالبحث لتصرف الولي في مال القاصر .

### ترتيب الأولياء على المال :

قال الزيلعي من فقهاء الأحناف : " المراد بالولي ولي له تصرف في المال وهو أبوه ثم وصي الأب ثم جده أبو أبيه ثم وصي الجد ثم الوالي ثم القاضي أو وصي القاضي " . (تبيين الحقائق 5 / 220)

هذا وقد برر الزيلعي هذا الترتيب بقوله : " ولاية التصرف في مال القريب لا تثبت إلا إذا كان المتصرف كامل الرأي وافر الشفقة وليس للابن وفور الشفقة فلا يملكه بخلاف الأب والجد فإنهما وافرا الشفقة كاملا الرأي فيملكانه ووصيهما قائم مقامهما " . (تبيين الحقائق 5 / 220)

أما الأخ والعم والأم ووصيهما فليس لهم الإشراف على مال القاصر ولا يملكون الإذن للقاصر بالتجارة قال الزيلعي: " أما ما عدا الأصول من العصبة كالعم والأخ أو غيرهم كالأم ووصيها وصاحب الشرطة لا يصح اذنهم له لأنهم ليس لهم أن يتصرفوا في ماله تجارة فكذا لا يملكون الإذن " (تبيين الحقائق 5 / 220)

وقال الأبى من فقهاء المالكية الولي على القاصر " مجنوناً كان أو صبيّاً أو سفيهاً الأب الرشيد .. ثم يلي الأب في الولاية وصيه أو وصي الأب لنيابته عنه ثم وصي وصيه إن قرب بل وإن بعد وصي الوصي " ( جواهر الإكليل 2 / 99 )

وقال الدردير: " الولي أصالة على صغير أو سفيه لم يطرأ عليه السفيه بعد رشده أو مجنون الأب الرشيد لا الجد ولا الأخ ولا العم إلا بإيصاء من الأب " . (الشرح الكبير 4

508 / وانظر حاشية الخرشي 5 / 397) وقال الغزالي من فقهاء الشافعية : " ولي الصبي أبوه أو جده وعند عدمهما الوصي فإن لم يكن فالقاضي ولا ولاية للأُم . " ( الوجيز 290/10 وانظر نهاية المحتاج 362/4-363)

وقال السبكي: " إذا ملك الصبي مالاً فإن الذي ينظر في ماله أبوه إن كان عدلاً فإن لم يوجد الأب أو كان ممن لا يصلح للنظر كان النظر إلى الجد أب الأب إذا كان عدلاً لأن الولاية في حق الصغير قدم الأب والجد فيها على غيرهما كولاية النكاح فإن مات الأب وأوصي إلى رجل بالنظر في مال ابنه وهناك جد يصلح للنظر فيه وجهان المذهب أنه لا تصح الوصية إليه بل النظر إلى الجد والثاني أنه قائم مقامه وليس بشيء فإن لم يكن هناك أب ولا جد نظر الوصي من قبلهما " ( تكلمة المجموع 13 / 345 وانظر حاشية البجيرمي 2/444)

نجد ان فقهاء الشافعية قد قدموا الجد على وصي الأب وبهذا خالفوا المذاهب الأخرى التي قدمت الوصي على الجد وأنا أميل إلى هذا الرأي فلا يمكن أن تكون شفقة وصي الأب فوق شفقة الجد - كما زعم الأحناف - فالجد بالضرورة وافر الشفقة على رعاية مال ابن ابنه والاهتمام بشئونه بدافع القرابة.

قال البهوتي من فقهاء الحنابلة : " تثبت الولاية على صغير أو مجنون ذكر أو أنثى لأب لأنها ولاية فقدم فيها الأب كولاية النكاح ثم تثبت الولاية على صغير ومجنون بعد الأب لو وصية العدل .. لأنه نائب عن الأب وأشبه وكيله في الحياة ثم إن لم يكن أب ولا وصية أو كان الأب موجوداً وفقد شيئاً من الصفات المعتبرة فيه تثبت الولاية عليهما لحاكم لأن الولاية انقطعت من جهة الأب " ( كشف القناع 3 / 446-447 وانظر الفروع 4/316). وهذا الرأي متفق مع ما ذهب إليه المالكية .

نجد أن الفقهاء اتفقوا على إن ولي القاصر صغيراً أو غيره في الأموال هو الأب واختلفوا في غير الأب فقدم الجمهور وصي الأب على الجد وذهب الشافعية إلى أن الولاية بعد الأب للجد ، وذهب المالكية والحنابلة إلى أن الولاية بعد الوصي للقاضي أو الحاكم وذهب الأحناف إلى أن الولاية بعد وصي الأب تكون للجد ثم لوصي الجد وبعد ذلك يأتي القاضي ، أما الشافعية فجعلوها للأب ثم الجد ثم الوصي فالقاضي .

ترتيب الأولياء في القانون :

نصت المادة 235 من قانون الأحوال الشخصية السوداني لسنة 1991م على

الآتي :

" تكون الولاية على المال للأب ثم وصي الأب ، ثم الجد لأب ثم وصي الجد " نلاحظ أن القانون استقى هذا النص من المذهب الحنفي وكان الأحرى به أن يجعل الولاية للأب ثم الجد ثم الوصي كما ذهب إلى ذلك الشافعية لما أوردناه من أن مظنة الشفقة من الجد على ابن ابنه أكبر منها عند الوصي.

#### المبحث الثالث تصرفات الولي:

تصرفات الولي في مال القاصر سواء كان أباً أو وصياً أو جداً أو القاضي يجب أن تكون في مصلحة القاصر ، هذا ما سوف نتناوله في هذا المبحث بشيء من التفصيل .

#### تصرفات الأب :

قال ابن البرزاز من فقهاء الأحناف : " الذي لم يؤنس منه الرشد لو اشترى أباه " كذا" وقبض كان شراؤه جائزا ...." ( الفتاوى الهندية 5 / 58 ) وقال الحطاب من فقهاء المالكية : " وله البيع مطلقاً وإن لم يذكر سببه يعني أن الأب له أن يبيع على ولده ... " ( مواهب الجليل 5 / 69 وانظر جواهر الإكليل 2 / 99 )

وقال الدردير : " له البيع من ماله ولده ...مطلقاً وتصرفه محمول على المصلحة فلا يتعقب بحال وإن لم يبين السبب " ( الشرح الصغير 4 / 508 وانظر حاشية الخرشي 5 / 397)

قال الرافعي من فقهاء الشافعية : " أما كيفية التصرف فالقول الحمل فيه اعتباراً الغبطة وكون التصرف على وجه المصلحة " ( فتح العزيز 10 / 291)

وقال الرملي : " لا يشتري له ما يسرع فساد له ولو كان مربحاً " ( نهاية المحتاج 4 / 365) وقال البهوتي من الحنابلة : " ولا يجوز لوليها أي الصغير والمجنون أن يتصرف في مالهما إلا على وجه الحظ لهما ... فإن اشترى بزيادة أو باع بنقصان أو زاد على النفقة عليهما أو زاد على النفقة على من تلزمهما مؤنثة من زوجة ونحوها بالمعروف ضمن لأنه مفرط " ( كشف القناع 3 / 447)

هذا نجد أن الفقهاء اتفقوا على أن الأب يبيع ويشتري من مال القاصر وفقاً للمصلحة وأوضح المالكية أنه لا يسأل عن سبب بيعه وله البيع مطلقاً لأن تصرفه محمول على المصلحة .

هذا بشكل مجمل إلا إن الفقهاء تناولوا بيع الأب لعقار الصغير باعتبار أن العقار مال ثابت وذو فائدة كبيرة للقاصر فهل له ذلك ؟

قال البزاز من الأحناف : " باع الأب ضيعة أو عقاراً لابنه الصغير بمثل قيمته فإن كان الأب محموداً أو مستوراً عند الناس يجوز وإن كان مفسداً ولا يجوز " ( الفتاوى الهندية 3 / 152 )

وقال أيضاً : " الأب أو الوصي إذا باع عقار صغير ... إن رأى القاضي نقض البيع خيراً للصبي كان له نقضه ... " ( الفتاوى الهندية 3 / 152 )

أما الآبي من فقهاء المالكية فقد قال : " وله أي الأب على ولده الصغير أو السفیه أو المجنون البيع بشيء من مال ولده .. لينفق ثمنه على ولده ويقضي دينه مطلقاً عن تقييده بغير العقار إن بين الأب سبب بيعه أو لم يبين " ( جواهر الاكليل 2 / 99 )

وقال الرملي من فقهاء الشافعية : " لا يبيع عقاره لأن العقار أسلم وأنفع مما عداه إلا بحاجة من كسوة ونفقة ونحوها بأن لم تف غلة العقار بذلك " ( المذهب 1 / 336 )

وقال الشيرازي : " إن باع العقار وسأل الحاكم أن يسجل له نظر فإن باعه الأب أو الجد سجل له لأنهما لا يتهمان في حق الولد وإن كان غيرهما لم يسجل " ( المذهب 1 / 336 )

أما البهوتي من فقهاء الحنابلة فقد تناول بيع الولي دون تفصيل أبا أو غيره فقال : " وله أي الولي بيع عقارهما أي الصغير والمجنون لمصلحة ، ولو لم يحصل زيادة على ثمن مثله أي مثل العقار وأنواع المصلحة كثيرة ، أما لاحتياج الصغير والمجنون إلى نفقة أو كسوة أو قضاء دين عليهما أو ما لا بد منه للصغير والمجنون وليس له ما تندفع به حاجته ، أو يخاف عليه - أي العقار - الهلاك بغرق أو خراب ونحوه أو يكون في بيعه أي العقار غبطة وهي أن يبذل فيه زيادة كثيرة على ثمن مثله ولا يتغير بالثلث أو يكون العقار في مكان لا ينتفع به لكونه لا غلة فيه لخراب محتله مثلاً أو نفعه قليلاً فيبيعه ويشتري له عقاراً في مكان يكثر نفعه .. وأشباه هذا مما لا

تتخصر فالمعتبر أن يراه مصلحة " ( كشف القناع 3/ 451 وانظر الفروع 4 / 319 ) هذا ما ذكره الفقهاء في بيع الأب للعقار الخاص بالقاصر واتفقوا على أنه لا يبيعه إلا لمصلحه .

### هل يجوز للأب أن يشتري مال ابنه القاصر لنفسه ؟

قال الزيلعي من الأحناف : " لو اشترى مال ولده الصغير أو باع ماله منه بغبن يسير صح ويكفيه أن يقول بعته منه أو اشتريت له " ( تبين الحقائق 221/5 ) وقال الكاساني " أنه لو باع منه بمثل قيمته أو اشترى مال الصغير لنفسه بمثل قيمته يجوز " ( بدائع الصنائع 4 / 179 ) وقال البزاز : " يجوز بيع الأب من ابنه الصغير وشراؤه منه لنفسه استحساناً " ( الفتاوى الهندية 152/3 )

وقال الحطاب من فقهاء المالكية : " قال ابن الماجشون وما باع الأب أو رهن من متاع ولده لنفسه فهو مردود إن عرف أنه فعله لنفسه ولأنه قد يفعله لولده وإن لم يعرف فهو على أنه فعله لولده حتى يعلم أنه فعله لنفسه " ( مواهب الجليل 69/5 ) وقال الشيرازي من الشافعية : " إن أراد بيع ماله بماله فإن كان أباً أو جداً جاز ذلك لأنهما لا يتهمان في ذلك لكمال شفقتهم وإن كان غيرهما لم يجز " ( المذهب 337/1 ) وقال البهوتي من الحنابلة : " لا يصح أن يشتري الولي من مالهما شيئاً لنفسه أو يبيعهما شيئاً لنفسه لأنه مظنة التهمة إلا الأب لأن التهمة بين الولد والوالده منفية وبهذا فارق الوصي والحاكم " ( كشف القناع 447/3 ) باستعراض أقوال الفقهاء في بيع الأب من مال القاصر وشراؤه لنفسه نجد أن الجمهور أجازوا هذا التصرف باعتبار أن الأب شقوق على ابنه القاصر ولا يمكن أن يقصد ضرره أما فقهاء المالكية فقد خالفوا الجمهور في هذا واعتبروا أن التصرف إذا عرف أنه إنما فعله الأب لنفسه مردود وإن لم يعرف أنه لنفسه لا يرد حتى يتأكد من ذلك .

### تصرفات الوصي :

عند الأحناف قال ابن البزاز : " لو باع الوصي ماله من أجنبي بمثل قيمته يجوز وقيل يجوز تصرفه بأحد شروط ثلاثة أما أن يبيع بضعف قيمته أو للصغير حاجة إلى ثمنه أو يكون على الميت دين لا وفاء له إلا به " ( الفتاوى الهندية 154/3 ) وقال أيضاً

" : للوصي أن يتجر بمال اليتيم ولا يجوز للوصي أن يتجر لنفسه بمال اليتيم أو الميت فإن فعل وبيع يضمن رأس المال ويتصدق بالربح " (الفتاوى الهندية 147/6) وقال : " لو اشترى الوصي مال اليتيم لنفسه جاز في قول أبي حنيفة .. إذا كان خيراً لليتيم والخيرية في غير العقار وتفسير الخيرية عند البعض أن يشتري لنفسه بضعف القيمة وأن يبيع من اليتيم بنصف القيمة " (الفتاوى الهندية 153/3)

وقال : " الوصي إذا باع عقار للصغير إن رأى القاضي نقض البيع خير للصبي كان له نقضه " (الفتاوى الهندية 152/3)

وعند المالكية قال الحطاب : " وظاهر كلامه أن وصي الأب كالأب وإن أفعاله محمولة على السداد كالأب .... " (مواهب الجليل 69/5)

وقال الخرشي : " الوصي لا يبيع إلا للغبطة بأن يكون الزائد على الثمن قدر الثلث " (الخرشي 287/5)

وقال الآبي : " الوصي كالأب في حمل تصرفه عند جهل حاله على السداد فلا يشترط فيه ذكر سبب تصرفه إلا أن يثبت خلافه أو هو مثله في كل شيء إلا العقار من الأرض وما اتصل بها من بناء وشجر فيتصرف فيه بشرط بيان السبب لبيعه .. " (جواهر الاكلیل 99/2)

وقال الدردير : " لا يبيع الوصي العقار .. أي لا يجوز له بيعه إلا لسبب يقتضي بيعه .. بأن يشهد العدول أنه إنما باعه لكذا ... " (الشرح الصغير 506/4)

عند الشافعية قال الشيرازي : " ولا يتصرف الناظر في ماله إلا على النظر والاحتياط ولا يتصرف إلا فيما فيه حط واغتيال فأما ما لاحظ فيه كالعق والهبه والمحاباة فلا يملكه (المهذب 335/1) لقوله تعالى " ولا تقربوا مال اليتيم إلا بالتي هي أحسن " (سورة الأنعام الآية 152)

وقال النووي : " يجوز للناظر في مال الصبي أن يتجر في ماله سواء كان أباً أو جداً أو وصياً أو أميناً من قبل الحاكم .. لأن ذلك أحظ للمولى عليه لتكون نفقته من الربح " (المجموع 347/13)

وقال الرافعي : " ليس للوصي والأمين بيع ماله من نفسه ومال نفسه منه .. ولأب والجد ذلك " (فتح العزيز 292/10)



وقال الشيرازي : " ولا يشتري الوصي من مال اليتيم لأنه متهم في طلب الحظ في بيع ماله من نفسه فلم يجعل ذلك إليه ... " (المهذب 337/1)

وقال : " لا يبيع له العقار إلا في موضعين أحدهما أن تدعو إليه ضرورة بأن يفتقر إلى النفقة وليس له مال غيره ولم يجد من يقرضه والثاني أن يكون في بيعه غبطة .. وإن باع العقار وسأل الحاكم أن يسجل له .. لم يسجل حتى يقيم بينة على الضرورة أو الغبطة " (المهذب 336/1)

وعند الحنابلة قال الخرقي : " ويتجر الوصي بمال اليتيم ولا ضمان عليه والربح كله لليتيم فإن أعطاه لمن يضارب له به فللمضارب من الربح ما وافقه الوصي عليه " (المغني 264/4)

وقال ابن قدامة : " لا يجوز بيع عقاره لغير حاجة لأننا نأمره بالشراء لما فيه من الحظ فيكون بيع تفويته للحظ فإن احتيج إلى بيعه جاز ... نقل أبو داود عن أحمد يجوز للوصي بيع الدور على الصغار إذا كان نظراً لهم . قال القاضي لا يجوز إلا في موضعين أحدهما : أن يكون به ضرورة أي كسوة أو نفقة أو قضاء دين أو ما لا بد منه وليس له ما تتدفع به حاجته ، والثاني : أن يكون في بيعه غبطة .... " (المغني 226/4 )

وقال البهوتي : " لا يصح أن يشتري الولي من مالهما شيئاً لنفسه أو بيعهما شيئاً لنفسه لأنه مظنة التهمة إلا الأب لأن التهمة بين الولد ووالده منفية وبهذا فارق الوصي والحاكم " (كشاف القناع 447/3)

هذا ما سرده الفقهاء حول تصرفات الوصي ونجد من النصوص أنهم اتفقوا على أن الوصي يجب عليه تحري مصلحة القاصر فله أن يتجر بماله كما أنهم اتفقوا أنه لا يبيع عقار القاصر إلا لسبب يقتضي البيع واتفقوا على أنه لا يشتري من مال اليتيم شيئاً لنفسه على الرغم من أن المالكية لم ينصوا على ذلك بالنسبة للوصي ولكن يكي أنهم منعوا الأب أن يفعل ذلك فالوصي بالمنع أخرى .

#### تصرفات الجد :

عرفنا في هذا البحث أن من قال أن هناك ولاية للجد هم الأحناف والشافعية بالرغم من أن الأحناف جعلوه بعد الوصي .

لم يبين الأحناف تصرفات الجد وأوضحوا أن الجد كالأب فأحكام تصرفات الأب تسري عليه .

وقال الشيرازي : " إن أراد بيع ماله بماله فإن كان أباً أو جداً جاز ذلك لأنهما لا يتهمان في ذلك لكمال شفقتهم " (المهذب 337/1)

قال الرافعي : " إذا باع الأب أو الجد عقاره فيرفع الأمر إلى القاضي .. لم يكلفه إثبات الحاجة أو الغبطة فإذا بلغ الصبي وادعى على الأب أو الجد بيع ماله من غير مصلحة فالقول قولهما مع اليمين وعلى البينة... " ( فتح العزيز 291/10 - 292 . وانظر نهاية المحتاج 370/4)

وبهذا نجد أن فقهاء الأحناف والشافعية جعلوا الجد في مقام الأب وتصرفاته كالأب من حيث الصحة والسداد ..

#### تصرفات القاضي :

على الرغم من أن جميع الفقهاء جعلوا الولاية للقاضي أو الحاكم عند انعدام الولي إلا أنهم لم يتناولوا تصرفاته بشيء من التفصيل كما فعلوا في تصرفات الأب والوصي . قال ابن البراز من الأحناف : " القاضي إذا باع ماله من اليتيم أو اشترى مال اليتيم لنفسه لا يجوز ... " ( الفتاوى الهندية 3 / 154)

وقال الخرشي : " مرتبة الحاكم متأخرة عن الأب والوصي فيتولى أمره بنفسه أو لقيم ينظر في مصالحه ثم أن الحاكم لا يبيع إلا ما دعت الحاجة إلى صرف ثمنه في مصالح اليتيم . " ( حاشية الخرشي 5 / 267 وانظر جواهر الاكليل 2 / 99)

وقال البهوتي من الحنابلة : " لا يقتضى وصي ولا حاكم منه شيئاً لنفسه كما لا يشتري لنفسه ولا يبيع لهما للتهمة ... " ( كشف القناع 3 / 450)

اتفق الأحناف والحنابلة على أنه لا يبيع أو يشتري مال اليتيم لنفسه أما المالكية فإنهم بينوا أنه لا يبيع إلا عند الضرورة .

#### تصرفات الولي في القانون:

تناولت المادة 239 من قانون الأحوال الشخصية تصرفات الولي :

" تحمل تصرفات الولي على السداد في أي من الحالات الآتية وهي :  
التعاقد باسم موليه والتصرف في أمواله .

القيام بالتجارة لحساب موليه ولا يستمر في ذلك إلا في حالة النفع الظاهر .  
 قبول التبرعات المشروعة لصالح موليه إذا كانت خالية من أي التزامات مجحفة .  
 الانفاق من مال موليه على من وجبت لهم النفقة عليهم .  
 المادة 240 :

" لا تحمل تصرفات الولي على السداد إلا إذا ثبتت مصلحة موليه فيها وذلك في أي من الحالات الآتية وهي :  
 شرائه ملك موليه لنفسه .  
 بيعه :

أولا : ملكه لموليه

ثانيا : ملك موليه ليستثمر ثمنه لنفسه "  
 المادة 241:

" يمنع الولي من التصرف في العقار إلا بعد إذن القاضي بعد تحقق المصلحة .  
 المادة 242:

" يكون باطلاً كل تصرف يباشره الولي لموليه إذا نتج عنه ضرر " .  
 أما المواد 249 - 250 - 252 - 253 من نفس القانون فقد تناولت تصرفات الوصي والوصي " هو كل شخص غير الأب أو الجد تثبت له السلطة على مال القاصر " وكما ذكرت آنفاً فإن تصرفات الوصي تناولتها المواد الآتية  
 المادة 249 :

" يجب على الوصي إدارة أموال القاصر ورعايتها كما يجب عليه أن يبذل في ذلك من العناية ما يبذله في إدارة أموال أولاده .  
 المادة 250:

" تخضع تصرفات الوصي إلى رقابة القاضي المختص ."  
 المادة 252:

" لا يجوز للوصي القيام بالأعمال الآتية إلا بإذن من القاضي المختص والأعمال هي :  
 أ- التصرف في :

أولاً : أموال القاصر بالبيع أو الشراء أو المقايضة أو الشركة أو الرهن أو أي نوع آخر من أنواع التصرفات الناقلة للملكية أو المرتبة لحق عيني :  
ثانياً : السندات والأسهم أو أي حصص منها أو في المنقول ما لم يكن يسيراً أو يخشى تلفه

ب- تحويل ديون القاصر أو قبول الحوالة عليه .

ج- استثمار أموال القاصر لحسابه

د- الإقراض للقاصر .

هـ- تأجير عقار القاصر

و- قبول التبرعات المقيدة بشرط أو رفضها .

ز- الإنفاق من مال القاصر على من تجب عليه نفقته .

ح- الوفاء بالالتزامات التي تكون على التركة أو على القاصر .

ط- الإقرار بحق على القاصر إذا كان من عمل الوصي .

ي- الصلح والتحكيم

ك- التنازل عن الدعوى وعدم استخدامه لطرف الطعن عادية كانت أم استثنائية "

المادة 253:

" يمنع الوصي من القيام بالتصرفات الآتية وهي :

أ- شراء شيء من مال القاصر ، أو تأجير نفسه أو لزوجه أو لأحد أصولهما أو فروعهما.

ب- أن يبيع القاصر شيئاً من ما يملكه هو أو زوجته أو أحد أصولهما أو فروعهما .

ج- إقراض مال القاصر .

د- الإقرار بحق على القاصر إذا لم يكن من عمله . "

تناول قانون الأحوال الشخصية تصرفات الولي فبينت مواده أن للولي التعاقد باسم موليه والتصرف في ماله والقيام بالاتجار لحساب موليه ، كما منعت المادة 241 الولي من بيع عقار المولي وهذا يتفق مع الفقه غير أن القانون لم يفرق بين الولي إن كان أباً أو جداً .

كما تناولت المادة 249 تصرفات الوصي وأنه يجب أن يرهاها كما يرضى أموال أولاده ، كما بينت المادة 252 أنه لا يجوز للوصي القيام ببعض الأعمال منها :  
التصرف في أموال القاصر بالبيع والشراء وأيضا الشراء من مال القاصر لنفسه أو زوجه وهذا يتفق مع الفقه وبمقارنة القانون والفقه نجد أن القانون يتفق مع الفقه في نصوصه رعاية لأموال القاصر وحفاظاً عليها لان تشريع قانون الأحوال الشخصية مستمد من أحكام الشريعة الإسلامية .

#### المبحث الرابع تصرف القاصر بعد الرشد:

قال شيخ زاده من الأحناف : " الغلام البالغ غير رشيد إذا بلغ خمساً وعشرين سنة يسلم إليه ماله عند أبي حنيفة وإن لم يؤنس منه الرشد وعندهما لا يدفع إليه ماله أبداً حتى يؤنس منه رشده " (نتائج الأفكار مع تكملة فتح القدير 315/7)  
قال السرخسي "عند البلوغ إذا لم يؤنس منه الرشد لا يدفع المال إليه بهذه الآية، فكذاك إذا بلغ خمسا، وعشرين" ( المبسوط 24 / 161)

وقال الدردير من المالكية في تصرف الصغير : " البلوغ والرشد " (الشرح الصغير 383/3 وانظر فتاوى عليش 132/2 )  
وقال الآبي : " .. بمجرد البلوغ وحفظ المال .. ومعنى حفظ المال أن الصبي لا يخرج من الحجر ببلوغه بل هو محجور عليه إلى ظهور رشده " ( جواهر الإكليل 97/2)

وقال الشيرازي من الشافعية : " .. حتى يبلغ ويؤنس منه الرشد (المهذب 337/1)

لقوله تعالى: ﴿حَتَّىٰ إِذَا بَلَغُوا النِّكَاحَ فَإِنْ آنَسْتُمْ مِنْهُمْ رُشْدًا فَادْفَعُوا إِلَيْهِمْ أَمْوَالَهُمْ﴾ (سورة النساء الآية 6)

وقال النووي: " الصبي يرتفع ببلوغه رشيداً " (المنهاج مع مغني المحتاج 166/2 وانظر فتح العزيز 277/10)

وقال البهوتي من الحنابلة : " ...البلوغ أو العقل مع الرشد بحال ولو صار شيخين " (كشاف القناع 44/3)

بهذا نجد أن جمهور الفقهاء أجمعوا على شرطي البلوغ والرشد فبتحققهما يستطيع القاصر التصرف في ماله وإن لم يتوفر الرشد في سن الخامسة والعشرون . وبالرغم من أن جمهور الفقهاء اتفقوا على البلوغ والرشد إلا أنهم اختلفوا في متى يمكنه التصرف هل يتم بأمر من القاضي وإعلان منه أم يتم من دون أمر القاضي . قال السرخسي " إنما تثبت الولاية فيه على الصغير لحاجته إلى التأديب وتعلم الأعمال وذلك يزول بالبلوغ " (المبسوط 213/4)

قال ابن نجيم من الأحناف : " بالبلوغ " (البحر الرائق 122/8) وقال ابن عابدين " انقطاع الولاية بالبلوغ " (حاشية ابن عابدين 58/3)

قال الشربيني من الشافعية : " .. الصبي ببلوغه رشيداً من غير احتياج إلى فك لقوله تعالى : " وابتلوا اليتامى " والابتلاء الاختبار والامتحان " (مغني المحتاج 166/2)

وقال ابن قدامة من الحنابلة : " إن الله تعالى أمر بدفع أموالهم إليهم عند البلوغ وإيناس الرشد فاشتراط حكم الحاكم زيادة تمنع الدفع عند وجوب ذلك بدون حكم حاكم وهذا خلاف النص ولأنه حجر بغير حكم حاكم فيزول بغير حكمه كالحجر على المجنون " (المغني 506/4)

أما فقهاء المالكية فلم يروا رأي آخر ، قال ابن عرفة : " الصبي بالنسبة لماله يكون ببلوغه مع صيرورته حافظاً لماله بعده إن كان ذا أب أو مع فك الوصي والمقدم إن كان وصي ومقدم " (حاشية الدسوقي 396/3)

فذو الأب بمجرد صيرورته حافظاً للمال بعد بلوغه فله التصرف وإن لم يأذن أبوه ، بخلاف ذي الوصية والمقدم فيحتاج إلى الفك ولا يحتاج الفك منهما - الوصي والمقدم - إلى إذن القاضي قال ابن عرفة : " وإنما احتاج ذو الوصي إلى فك بخلاف ذي الأب لأن الأب لما دخل ولده في ولاية الوصي .. " (حاشية الدسوقي 296/3 - 297)

هذا فيما يتعلق بالصغير إذا كان ذكراً فهل يختلف الأمر عندهم إن كانت أنثى ؟ لحجرهم على الزوجة فإن الأنثى عندهم لا يسمح لها بالتصرف إلا بعد معرفة من هو وليها ، فإما أن تكون ذات أب أو ذات وصي أو ليس لها أب ولا وصي وأسموها

المهملة ، وهي في هذه الأحوال الثلاث لا تتصرف في مالها بشروط غير البلوغ والرشد اللازم توافرها لتصرف الصبي الذكر . فإن كانت ذات أب فإنها لا تتصرف في المال إلا ببلوغها وحسن تصرفها ودخول الزوج بها وشهادة العدول على صلاح حالها (حاشية الخرشي 5/ 295)

أما ذات الوصي أو من ولاه القاضي أمرها فأنها تتصرف في مالها بأمر خمسة هي البلوغ وحسن التصرف وشهادة بينة بذلك وخروج الزوج بها وفك الوصي والمقدم لها .

أما الأنثى المهملة فتصرفها مردود حتى بعد الزواج واشترط لنفاذه مضي فترة طويلة على زواجها كسبع سنين مثلاً (حاشية الصاوي 3/ 389)  
قال الصاوي في تصرف عن ذات الأب وذات الوصي : " إلا بأمور أربعة بلوغها وحسن تصرفها وشهادة العدول بذلك ودخول الزوج بها ، وأما ذات الوصي ... إلا بأمور خمسة هذه الأربعة وفك الوصي والمقدم وإلا كان تصرفها مردوداً ولو عنست أو دخل بها زوج وطالت إقامتها عنده . " ( بلغة السالك لأقرب المسالك 2/ 128 وانظر جواهر الإكليل 2/ 98) وقال الصاوي في المهملة : " الأنثى المهملة تصرفها مردود ولو تزوجت إلا إن يدخل بها زوج ويطول مكثها معه كسبع من السنين فأكثر وتتصرف بعد ذلك فيمضي ولا يرد " (حاشية الصاوي 3/ 389)

هذا ما ذكره المالكية عن الأنثى القاصر فهي عندهم تخرج من ولاية الأب والوصي لتدخل في ولاية الزوج .

#### تصرف القاصر بعد الرشد في القانون :

لم ينص قانون المعاملات ولا قانون الأحوال الشخصية صراحة على كيفية السماح للصغير في التصرف كما تناولها الفقهاء إلا أن المادة 56 من قانون المعاملات بينت أن : " سن الرشد ثمانية عشر سنة مع مراعاة أي قيد آخر على الأهلية يفرضه

القانون " .وهناك نص مشابه في قانون الأحوال الشخصية في المادة 215 " تكون سن الرشد ثمانية عشر عاماً".

وضح الفقهاء أن للصغير التصرف بعد البلوغ والرشد وإن هذا لا يحتاج إلى حكم من القاضي لقوله تعالى ﴿وَابْتَلُوا الْيَتَامَىٰ حَتَّىٰ إِذَا بَلَغُوا النِّكَاحَ فَإِنْ آنَسْتُمْ مِنْهُمْ رُشْدًا فَادْفَعُوا إِلَيْهِمْ أَمْوَالَهُمْ﴾ (سورة النساء آية 6 )

وقد قال القرطبي في تفسير الآية : " الابتلاء هو الاختبار واختلف العلماء في معنى الاختبار فقليل هو أن يتأمل الوصي أخلاق يتيمة ويستمع إلى أغراضه فيحصل له العلم بنجابه والمعرفة بالسعي في مصالحه وضبط ماله أو الإهمال لذلك ... " (الجامع لأحكام القرآن 38/5)

بالنظر إلى نصوص القانون لا نجد تصريحاً بالسماح للصغير بالتصرف وربما ليس في القانون تصريحاً بمنعه من التصرف كما أن المادة بينت فقط سن الرشد الشروط عند جمهور الفقهاء البلوغ والرشد كما أن الآية وضعت أن الرشد يتحقق منه بالابتلاء أي الاختبار للتحقق من الرشد.

#### الخاتمة

إن موضوع الولاية على مال القاصر هو الولي وله سلطة التصرف يمكن أن الأب أو الجد أو الوصي وخلصت إلى أن الفقهاء اتفقوا على أن الأب يبيع ويشترى من مال من هو تحت الولاية وفقاً للمصلحة وأنه لا يسأل عن سبب بيعه مطلقاً لأن تصرفه محمول على المصلحة ، ثم تناولت آراء الفقهاء في بيع الأب لعقار الصغير باعتباره مالاً ثابتاً وخلصت إلى اتفاقهم أنه لا يبيعه إلا لمصلحة .

ثم تناولت آراء الفقهاء حول بيع الأب لمال القاصر وشرائه لنفسه فالجمهور أجازوا التصرف باعتبار أن الأب شقوق على ابنه أما المالكية فقد اعتبروا أنه أن فعله لنفسه فهو مردود .

ثم تناولت تصرفات الوصي وخلصت إلى أن الفقهاء اتفقوا أن الوصي يجب أن يتحرى مصلحة من هو تحت الوصاية فله أن يتجر بماله كما أنهم اتفقوا أنه لا يبيع عقاره إلا لسبب يقتضي البيع واتفقوا على أنه لا يشتري من مال اليتيم شيئاً لنفسه .



ثم تناولت تصرفات الجد وأوضحت أن الأحناف لم يبينوا تصرفات الجد واعتبروه بمنزلة الأب أما الشافعية فقد صرحوا بذلك وأوضحوا تصرفاته وأنها جائزة .

ثم تناولت تصرفات القاضي واتضح أن الفقهاء جعلوا الولاية للقاضي عند انعدام الوالي إلا أنهم لم يتناولوا تصرفاته بشيء من التفصيل كما فعلوا مع غيره من الأولياء ثم تناولت القانون السوداني .

### توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج هي

- 1- أهتم الفقه الإسلامي بالولاية وأفرد لها الفقهاء بابا وتناولوها تفصيلا
- 2- أولى الفقه الإسلامي اهتماما بالمال والمحافظة عليه
- 3- يجوز للأب أن يبيع ويشترى من مال من هو تحت الولاية وفقاً للمصلحة
- 4- تناول القانون السوداني الولاية على القاصر إلا أنه لم ينص صراحة على كيفية السماح للصغير في التصرف واكتفى بأن أوضح أن سن الرشد ثمانية عشر عاماً
- 5- أفتق الفقهاء على أن القاصر يستطيع التصرف في ماله بعد البلوغ والرشد إلا أنهم اختلفوا في متى يمكنه التصرف هل يتم بأمر من القاضي وإعلان منه أم يتم من دون أمر القاضي .
- 6- فرق الفقهاء بين الصبي الذكر والأنثى في السماح بالتصرفات فالقاصر الصبي يستطيع التصرف في ماله بمجرد البلوغ والرشد إلا أن الفتاة القاصر ليس لها ذلك وفصلوا فيها إن كانت ذات أب أو وصي أو مهملة

### التوصيات:

- 1-إيراد نص في القانون يبين كيفية السماح للصغير بالتصرف
- 2 -أن يوضح القانون صراحة ان الفتاة مثل الذكر ويجوز لها التصرف في ماله

### الأعلام التي وردت في البحث

الرقم	العلم
-------	-------

مجلة الدراسات الإدارية والاجتماعية	العدد السابع - أبريل 2020م
1	<p>الأبي محمد بن خلفه بن عمر الأبي الوشتاني المالكي: عالم بالحديث، من أهل تونس. نسبته إلى (آبة) من قراها. ولي قضاء الجزيرة، سنة 808هـ له إكمال إكمال المعلم، لفوائد كتاب مسلم سبعة أجزاء، و(شرح المدونة) وغير ذلك، مات بتونس الأعلام 115 / 6</p>
2	<p>ابن البزار هو محمد بن محمد بن شهاب بن يوسف الكردي البريقيني الخوارزمي الشهير بالبزازي فقيه حنفي أصله من كردر من كتبه الجامع الوجيز والمناقب الكردييه في سيرة الأمام أبي حنيفة ومختصر في بيان تعريفات الأحكام وأدب القضاء توفي سنة 827هـ الأعلام 45 / 7 وانظر معجم المؤلفين 11 / 223</p>
3	<p>البهوتي هو منصور بن يونس بن صلاح الدين بن حسن بن إدريس البهوتي الحنبلي: شيخ الحنابلة بمصر في عصره. نسبته إلى (بهوت) في غربية مصر. له كتب، منها الروض المربع شرح زاد المستقنع المختصر من المقنع، كشف القناع عن متن الإقناع للحجاوي ، دقائق أولي النهى لشرح المنتهى ، وأنظر أيضاً خلاصة الأثر في اعيان القرن الحادي عشر 4 / 426 ومعجم المؤلفين 13 / 22</p>
4	<p>الحجاوي موسى بن أحمد بن موسى بن سالم بن عيسى بن سالم الحجاوي المقدسي، ثم الصالحي، شرف الدين، أبو النجا فقيه حنبلي، من أهل دمشق. كان مفتي الحنابلة وشيخ الإسلام فيها. له كتب، منها (زاد المستقنع في اختصار المقنع ) فقه و (الإقناع ) أربعة أجزاء، في مجلدين توفي سنة 968 هـ . الأعلام 7 / 320</p>

5	الخطاب محمد بن محمد بن عبد الرحمن الرعيني، أبو عبد الله، المعروف بالخطاب: فقيه مالكي، من علماء المتصوفين. أصله من المغرب. ولد واشتهر بمكة، ومات في طرابلس الغرب. من كتبه (قرة العين بشرح ورقات إمام الحرمين) في الأصول، و (مواهب الجليل في شرح مختصر خليل) ست مجلدات، في فقه المالكية، توفي سنة 954 الإعلام 58 / 7
6	الخرقي هو عمر بن الحسين بن عبد الله الخرقى، أبو القاسم: فقيه حنبلي. من أهل بغداد. رحل عنها لما ظهر فيها سب الصحابة. نسبته إلى بيع الخرق. ووفاته بدمشق سنة 334هـ له تصانيف احترقت، وبقي منها "المختصر" في الفقه، يعرف بمختصر الخرقى انظر ترجمته في الأعلام 5 / 44 وأيضاً سير أعلام النبلاء 15 / 363
7	الدردير هو أحمد بن محمد بن أحمد العدوي، أبو البركات الشهير بالدردير: فاضل، من فقهاء المالكية. ولد في بني عدي (بمصر) وتعلم بالأزهر، وتوفي بالقاهرة. من كتبه (أقرب المسالك لمذهب الإمام مالك و منح التقدير في شرح مختصر خليل، الأعلام 1 / 244 وانظر ترجمته في عبد الحي الكتاني، فهرس الفهارس 1 / 993 ومعجم المؤلفين 67 / 2
8	الرافعي هو أبو القاسم إمام الدين عبد الكريم بن محمد صاحب شرح الوجيز تفقه علي والده وعلي غيره وكان إماماً في الفقه والتفسير والأصول توفي سنة 624هـ انظر ترجمته في السبكي طبقات الشافعية 1 / 281 وسير أعلام النبلاء 22 / 252 والنووي تهذيب الأسماء واللغات ، ج22 / 264

مجلة الدراسات الإدارية والاجتماعية	العدد السابع – أبريل 2020م
<p>9 الرملي هو : محمد بن أحمد بن حمزة، شمس الدين الرملي: فقيه الديار المصرية في عصره، ومرجعها في الفتوى. يقال له: الشافعي الصغير. نسبته إلى الرملة (من قرى المنوفية بمصر) ومولده ووفاته بالقاهرة. ولي إفتاء الشافعية. وجمع فتاوى أبيه. وصنف شروحا وحواشي كثيرة، منها (عمدة الرابح) و (نهاية المحتاج إلى شرح المنهاج فقه الأعلام للزركلي 6 / 7</p>	
<p>10 شيخ زاده محمد محيي الدين بن مصطفى مفسر، من فقهاء الحنفية. كان مدرسا في إسطنبول. له (حاشية على أنوار التنزيل للبيضاوي) أربعة مجلدات و (شرح الوقاية) في الفقه توفي سنة 951 في إسطنبول الأعلام 7 / 99</p>	
<p>11 الزيلعي هو عثمان بن علي بن محجن، فخر الدين الزيلعي: فقيه حنفي قدم القاهرة سنة 705 هـ، فأفتى ودرس، وتوفي فيها. 743هـ له " تبين الحقائق في شرح كنز الدقائق ، فقه، و " تركة الكلام على أحاديث الأحكام و شرح الجامع الكبير الأعلام للزركلي 4 / 210</p>	
<p>12 السرخسي محمد بن أحمد بن سهل، أبو بكر، شمس الأئمة: قاض، من كبار الأحناف، مجتهد، من أهل سرخس (في خراسان) . أشهر كتبه " المبسوط " في الفقه والتشريع، ثلاثون جزءا، أملاه وهو سجين بالجانب في أوزجند (بفرغانة) وله " شرح الجامع الكبير للإمام محمد " و " الأصول " في أصول الفقه، و " شرح مختصر الطحاوي " . وكان سبب سجنه كلمة نصح بها الخاقان ولما أطلق سكن فرغانة إلى أن توفي سنة 483هـ الاعلام 5 / 315</p>	

13	السبكي علي بن عبد الكافي بن علي بن تمام السبكي الأنصاري الخزرجي، أبو الحسن، تقي الدين: شيخ الإسلام في عصره، وأحد الحفاظ المفسرين المناظرين. وهو والد التاج السبكي صاحب الطبقات. من كتبه " الدر النظيم " في التفسير لم يكمله . الأعلام 302/4
14	السمرقندي محمد بن أحمد بن أبي أحمد، أبو بكر علاء الدين السمرقندي: فقيه، من كبار الحنفية أقام في حلب، واشتهر بكتابه " تحفة الفقهاء " وله كتب أخرى منها توفي سنة 450 هـ الأعلام للزركلي 5 / 317
15	الشربيني هو: محمد بن أحمد الشربيني شمس الدين: فقيه شافعي، مفسر. من أهل القاهرة. له تصانيف، منها السراج المنير ط) في تفسير القرآن، والإقناع في حل ألفاظ أبي شجاع ، و شرح شواهد القطر ومغني المحتاج شرح منهاج الطالبين للنووي، فقه، الأعلام 6/6 وانظر أيضا الكواكب السائرة بأعيان المئة العاشرة 3 / 72 وأيضا معجم المؤلفين 8 / 269
16	الشيرازي هو إبراهيم بن علي بن يوسف الفيروز أبادي الشيرازي أبو اسحق اشتهر بقوة الحجة في الجدل والمناظرة وبني له الوزير نظام الملك المدرسة النظامية علي شاطئ دجلة فكان يدرس فيها ويديرها توفي سنة 467هـ له تصانيف كثيرة منها التتبه والمهذب والتبصرة في أصول الشافعية، الأعلام 1 / 51
16	الشافعي محمد بن إدريس بن العباس بن عثمان ابن شافع الهاشمي القرشي المطلبي، أبو عبد الله أحد الأئمة الأربعة عند أهل السنة. وإليه نسبة الشافعية كافة. ولد في غزة (فلسطين) وحمل منها إلى مكة وهو ابن سنتين. وزار بغداد مرتين. وقصد مصر سنة 199 فتوفي بها سنة 204 هـ الأعلام 6 / 26
17	الصاوي هو أحمد بن محمد الخلوتي، الشهير بالصاوي: فقيه مالكي، نسبته إلى (صاء الحجر) في إقليم الغربية، بمصر. توفي بالمدينة المنورة. من كتبه (حاشية على تفسير

مجلة الدراسات الإدارية والاجتماعية	العدد السابع – أبريل 2020م
الجلالين وحواش على بعض كتب الشيخ أحمد الدردير في فقه المالكية و (الفرائد السنية ) توفي سنة 1241هـ الأعلام للزركلي 246/1	
الغزالي هو محمد بن محمد بن محمد الغزالي الطوسي، أبو حامد، حجة الإسلام: فيلسوف، متصوف، له نحو مئتي مصنف. مولده ووفاته في الطابران. نسبته إلى صناعة الغزل من كتبه إحياء علوم الدين و تهافت الفلاسفة والوجيز. الأعلام 7 / 22 وانظر أيضا الخطيب البغدادي ، تاريخ بغداد وذيوله 21 / 27	18
ابن قدامة ، عبد الله بن احمد بن محمد بن قدامة المقدسي الجماعيلي، ثم الدمشقي، الصالح، الحنبلي (أبو محمد موفق الدين) عالم، فقيه، مجتهد ، قدم دمشق مع أهله وكنه عشر سنين، فقرأ القرآن، وحفظ مختصر الخرق، ، وارتحل إلى بغداد، ثم رجع إلى دمشق وتوفي بها سنة 620هـ ودفن في سفح قاسيون من تصانيفه: البرهان في علوم القرآن، المغني في شرح الخرق في سبع مجلدات، معجم المؤلفين، 1 / 30 وانظر ايضا ذيل طبقات الحنابلة ج 3 الرياض ، مكتبة العبيكان ، 2005 م 3 / 281 وانظر سير أعلام النبلاء 16 / 149 وأيضاً طبقات المفسرين، 1 / 177	19
الكاساني هو أبو بكر بن مسعود بن أحمد الكاساني فقيه حنفي من أهل حلب له بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع والسلطان المبين في أصول الدين توفي في حلب عام 587هـ ، الأعلام للزركلي ، 2 / 70 وانظر أيضا تاج التراجم في الطبقات الحنفية 2/236 وانظر أيضاً الجواهر المضيئة في طبقات الحنفية 2 / 244	20
ابن منظور هو محمد بن مكرم علي أبو الفضل جمال الدين بن منظور الأنصاري الأفريقي ، صاحب لسان العرب الإمام اللغوي ، الزركلي الأعلام، ج7، بيروت ، دار العلم للملايين ، 2002م، ص 108	21
ابن نجيم هو زين الدين بن إبراهيم بن محمد الشهير بابن نجيم فقيه حنفي له تصانيف كثيرة منها الأشباه والنظائر في أصول الفقه والبحر الرائق شرح كنز الدقائق ، الاعلام 3 / 64	22
النووي هو أبو زكريا شرف الدين يحيى النووي المتوفى سنة 676 هـ من أئمة الشافعية ومن كتبه المنهاج وشرح صحيح مسلم الاعلام 8 / 149 وانظر أيضاً بن حجر العسقلاني ، الإصابة في تمييز الصحابة، 1 / 80 وانظر أيضاً الوافي بالوفيات 4 / 264 وانظر أيضاً طبقات الشافعية 395	23

24	<p>وهبة بن مصطفى الزحيلي الدمشقي ولد سنة 1932 أحد أبرز علماء أهل السنة والجماعة من سوريا في العصر الحديث، عضو المجامع الفقهية بصفة خبير في مكة وجدة والهند وأمريكا والسودان ورئيس قسم الفقه الإسلامي ومذاهبه بجامعة دمشق، كلية الشريعة. توفي 2015 موقع ويكيبيديا الموسعة الحرة يوم 3 / 12 / 2018</p>
----	--

## المراجع

### كتب التفسير :

- 1- الجامع لأحكام القرآن - محمد بن أحمد الأنصاري القرطبي ، آي القرآن محمد بن جرير الطبري الطبعة الثانية شركة ومكتبة ومطبعة مصطفى البابي الحلبي وأولاده بمصر مطبعة دار الكتب المصرية القاهرة 1372هـ - 1952م .
- كتب الفقه الإسلامي :

### الأحناف

- 1- المبسوط محمد بن أحمد السرخسي دار المعرفة - بيروت بدون طبعة 1414هـ-1993م
- 2- بدائع الصنائع في ترتيب الشرائع علاء الدين، أبو بكر بن مسعود بن أحمد الكاساني الحنفي دار الكتب العلمية الطبعة: الثانية، 1406هـ - 1986م
- 3- تبیین الحقائق : فخر الدين عثمان بن علي الزيعلي ، الطبعة الثانية ، دار المعرفة للطباعة والنشر بيروت - لبنان .
- 4- نتائج الأفكار مطبوع مع فتح القدير شرح الهداية كمال الدين بن الهمام ، المطبعة الأميرية بولاق 1317هـ .
- 5- البحر الرائق : زين الدين بن نجيم الحنفي ، دار المعرفة للطباعة والنشر ، الطبعة الثانية بيروت - لبنان بدون تاريخ .
- 6- الفتاوى الهندية : المطبعة الأميرية بولاق بدون تاريخ.
- 7- رد المحتار على الدر المختار محمد أمين الشهير بابن عابدين دار الفكر-بيروت الطبعة: الثانية، 1412هـ - 1992م

المالكية :

- 1- مواهب الجليل: أبي عبد الله محمد بن محمد بن عبد الرحمن المغربي المعروف بالحطاب ، الفكر بيروت الطبعة الثانية 1398هـ - 1978م .
- 2- الخرشي : عبد الله محمد الخرشي الطبعة الثانية ، المطبعة الكبرى الأميرية ببولاق مصر المحمية 1317هـ.
- 3- الشرح الصغير : لأبي البركات أحمد بن محمد بن أحمد الدردير دار المعارف بمصر 1392هـ .
- 4- بلغة السالك لأقرب المسالك أحمد الصاوي دار الفكر - بيروت ، بدون تاريخ .
- 5- فتاوى عlish لأبي عبدالله الشيخ محمد عlish 1299هـ مطبعة التقدم العلمية ، الطبعة الأولى بمصر المحمية 1320هـ .
- 6- جواهر الأكليل : صالح عبد السميع الآبي الأزهري دار إحياء الكتب العربية عيسى البابي الحلبي وشركاه بدون تاريخ .

الشافعية:

- 1- الأم : الشافعي أبو عبد الله محمد بن إدريس ، دار المعرفة - بيروت ، بدون طبعة 1410هـ/1990م
- 2- المذهب : لأبي إسحق إبراهيم بن علي بن يوسف الفيروز أبادي الشيرازي عيسى البابي الحلبي الطبعة الثانية 1979م .
- 3- الوجيز : أبو حامد محمد بن محمد الغزالي مطبوع مع فتح العزيز .
- 4- فتح العزيز : لأبي القاسم عبد الكريم بن محمد الرافعي إدارة الطباعة المنيرية المطبعة العربية بمصر بدون تاريخ .
- 5- المجموع : شرح المذهب لأبي زكريا محي الدين بن شرف النووي دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع بدون تاريخ .
- 6- المنهاج : النووي مطبع بهامش معنى المحتاج .
- 7- حاشية البجيرمي على المنهج المسماة التجديد لنفع العبيد سليمان بن عمر بن محمد البجيرمي الشافعي ، مطبعة مصطفى البابي الحلبي وأولاده بمصر ، الطبعة الأخيرة 1369هـ - 1950م



8- مغنى المحتاج : محمد الشربيني الخطيب ، مطبعة مصطفى البابي الحلبي وأولاده بمصر 1377هـ - 1958 م .

9- نهاية المحتاج : شرح المنهاج ، شمس الدين محمد بن أبي العباس أحمد بن حمزة بن شهاب الدين الرملي ، مطبعة مصطفى البابي الحلبي وأولاده بمصر 1357هـ - 1938 م .

10- روضة الطالبين وعمدة المفتين ، أبو زكريا محيي الدين يحيى بن شرف النووي ، المكتب الإسلامي، بيروت- دمشق، عمان الطبعة الثالثة، 1412هـ / 1991م

#### الحنابلة :

1- المغني لأبي محمد عبد الله بن أحمد بن محمد بن قدامة ج 4 دار الفكر - بيروت لبنان 1984 ، وطبعة الناشر مكتبة الجمهورية العربية بمصر ومكتبة الرياض الحديثة ، بدون تاريخ.

2- كشف القناع : منصور بن يوسف بن إدريس البهوتي ، الناشر مكتبة النصر الحديثة الرياض ، بدون تاريخ .

3- الإقناع في فقه الإمام أحمد بن حنبل ، موسى بن أحمد بن موسى بن سالم بن عيسى بن سالم الحجاوي ، دار المعرفة بيروت - لبنان ، بدون تاريخ

4- كتاب الفروع ومعه تصحيح الفروع لعلاء الدين علي بن سليمان المرداوي ، محمد بن مفلح بن محمد بن مفرج، أبو عبد الله، شمس الدين المقدسي الراميني ثم الصالحي الحنبلي (المتوفى: 763هـ) ، مؤسسة الرسالة، 1424 هـ - 2003 م

#### المؤلفات الحديثة:

1- المعاملات الشرعية الإسلامية ، أحمد أبو الفتاح ، مطبعة النهضة ، الطبعة الثانية ، بدون تاريخ .

2- المدخل الفقهي العام إلى الحقوق المدنية - حسني نصار- ط3- مطبعة الجامعة السورية- 1371هـ - 1952م

3- الأحكام الموضوعية في الولاية على المال : محمد كمال حمدي ، دار المعارف بمصر، 1966م .

- 4- شرح قانون الاحوال الشخصية 1991م محمد أحمد عبد المجيد ج 2 بدون تاريخ
  - 5- أحكام المعاملات الشرعية على الخفيف دار الفكر العربي الطبعة الثالثة ، بدون تاريخ .
  - 6- مجلة الأحكام العدلية ، دار الكتب العلمية ، بيروت - لبنان ، بدون تاريخ .
  - 7- الفقه الإسلامي في ثوبه الجديد ، المدخل الفقهي العام ، مصطفى الزرقاء ، مطبعة الجامعة بدمشق 1963م.
  - 8- الولاية على مال القاصر في القانون المصري ، محمود سعد الدين الشريف ، مطبعة العلوم ، مصر 1941م .
  - 9- الفقه الإسلامي وأدلته ، وهبة الزحيلي ، دار الفكر سوريا دمشق ، الطبعة الرابعة ، بدون تاريخ ،
  - 10- الملكية ونظرية العقد محمد أبو زهرة ، دار الفكر العربي - مصر - بدون تاريخ .
- كتب التراجع :**
- 1- تاريخ بغداد وذيوله ، الخطيب البغدادي أبو بكر أحمد بن علي بن ثابت بن أحمد بن مهدي الخطيب البغدادي (المتوفى: 463هـ)، بيروت دار الكتب العلمية، 1417 هـ ،
  - 2- أنباه الرواة على أنباه النحاة ، القفطي جمال الدين أبو الحسن علي بن يوسف القفطي (المتوفى: 646هـ) بيروت ، المكتبة العنصرية ، 1424 هـ
  - 3- النووي (أبو زكريا محي الدين يحيى بن شرف النووي) المتوفى سنة 676هـ تهذيب الأسماء واللغات ، بيروت دار الكتب العلمية ، بدون تاريخ ،
  - 4- طبقات الشافعية ، السبكي ( تاج الدين عبد الوهاب بن تقي الدين السبكي المتوفى سنة 771هـ .) بدون مكان ، دار هجر للطباعة والنشر 1413هـ
  - 5- ذيل طبقات الحنابلة، السلامي ( زين الدين عبد الرحمن بن احمد بن رجب بن الحسن ، السلامي البغدادي ثم الدمشقي الحنبلي المتوفى سنة 795هـ مكتبة العبيكان ، 2005 الرياض م

- 6- سير أعلام النبلاء الذهبيشمس الدين أبو عبد الله محمد بن أحمد بن عثمان بن قايماز الذهبي المتوفى: 748هـ ، بدون مكان مؤسسة الرسالة 1985
- 7- السودوني ( زين الدين أبو العدل بن قطلوبغا السودوني الجمالي الحنفي المتوفى سنة 879هـ ) تاج التراجم في طبقات الحنفية ، دمشق دار القلم ، 1992م
- 8- الكواكب السائرة بأعيان المئة العاشرة ، نجم الدين محمد بن محمد الغزي المتوفى سنة 1061هـ دار الكتب العلمية ، بيروت ، لبنان ، 1997 م
- 9- فهرس الفهارس، عبد الحي الكتانيمحمد عبّد الحّيّ بن عبد الكبير ابن محمد الحسني الإدريسي، المعروف بعبد الحي الكتاني (المتوفى: 1382هـ)، بيروت، دار الغرب الإسلامي ، 1982م
- 10- الأعلام الزركلي ( خير الدين بن محمود بن محمد بن علي بن فارس الزركلي الدمشقي المتوفى سنة 1396هـ ) ، بيروت ، دار العلم للملايين ، 2002م .
- 11- معجم المؤلفين، ، عمر كحالة ( عمر بن رضي بن محمد راغب بن عبد الغني كحالة المتوفى سنة 1408هـ ) ، بيروت ، دار إحياء التراث العربي مكتبة المثنى ، بدون دار احياء التراث العربي مكتبة المثنى ، بيروت بدون تاريخ ،
- 12- طبقات المفسرين ، الادنة وي ( احمد بن محمد الادنة وي المتوفى في القرن الحادي عشر غير محدد تاريخ الوفاة ) السعودية ، مكتبة العلوم والحكم ، 1997م

#### كتب اللغة:

- 1- الصحاح إسماعيل بن حماد الجوهري. الناشر: دار العلم للملايين - بيروت الطبعة الرابعة 1407 هـ - 1987 م
- 2- لسان العرب لأبي الفضل جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور. الناشر: دار صادر - بيروت الطبعة: الثالثة - 1414 هـ
- 3- القاموس المحيط ، محمد بن يعقوب مجدالدين الفيروز أبادي. الناشر: مؤسسة الرسالة للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت - لبنان الطبعة: الثامنة، 1426 هـ - 2005 م

#### القانون :

- 1- قانون المعاملات المدنية لسنة 1984م.
- 2- قانون الأحوال الشخصية لسنة 1991 م .

دور نظم المعلومات في اتخاذ قرارات التسعير  
(بالتطبيق على شركة التأمين الاسلامية في الفترة 2016 - 2017م)

عبدالله عبداللطيف على محمد

استاذ مساعد - قسم إدارة الاعمال - كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية

جامعة أدرمان الاسلامية - فرع البحر الاحمر - السودان

مستخلص الدراسة:

هدفت الدراسة التي اجريت في الفترة (2016 - 2017م) إلى إبراز أهمية ودور المعلومات في اتخاذ قرارات التسعير في شركات التأمين السودانية وكيفية الاستفادة منها في تحقيق الميزة التنافسية، أبرزت الدراسة أهمية المعلومات والدور الكبير الذي أصبحت تلعبه في المنظمات خاصة في تحسين جودة اتخاذ القرارات، كما تبرز أهمية الدراسة أيضا في أهمية السعر بالنسبة لشركات التأمين كوسيلة لتحقيق مزايا تنافسية لمواجهة التحديات. لاختبار الفرضيات استخدمت الاستبانة لجمع البيانات بالإضافة إلى استخدام بعض الأساليب الإحصائية المناسبة لتحليل بيانات الدراسة واختبار فرضياتها من خلال استخدام البرنامج الإحصائي (SPSS). توصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها: تؤثر جودة المعلومات على جودة قرارات التسعير، استخدام الإدارة العليا للمعلومات يجعلها تتخذ قرارات على مستوى عالي من الجودة، كما يجعلها أكثر قدرة على الاستجابة لمتغيرات البيئة المحيطة. أوصت الدراسة بعدة توصيات منها: الاهتمام بالمعلومات باعتبارها محدد أساسي في تحديد سعر الخدمات التأمينية وذلك بإفراد إدارة خاصة لها حتى تحقق أهدافها، مراجعة استراتيجيات وسياسات التسعير بصورة مستمرة للتأكد من مدي ملاءمتها ومطابقتها مع الأهداف الموضوعية. الكلمات المفتاحية: سوق التأمين السوداني، المعلومات واتخاذ القرارات، جودة المعلومات، أهمية التسعير، شركة التأمين الاسلامية - الخرطوم.

**ABSTRACT:**

The study which conducted at the period (2016 – 2017) addressed the main role of information in pricing decision making in Sudanese Insurance Companies. The study aimed to investigate the influence of the quality of information on pricing decision making in Sudanese Insurance Companies, and how these companies use the information to enhance their competence situation. The data were collected with a questionnaire and was analyses with statistical method in the SPSS. The study found that: The quality of information affects the quality of in pricing decision - making. The use of information in pricing decisions – making improve the ability of the insurance companies to respond to the surrounding environmental changes , Accordingly the study recommended that: it is necessary to pay attention to creating special department of information as it considered as a key factor in determining the price , strategies and policies of pricing should be of insurance services checked on regular basis , in order to verify its relevance and adaptabilities with the determined objectives.

**Keywords:** Sudanese insurance market, information decision making, Quality of information, importance of pricing, Islamic insurance company, Khartoum.

**المقدمة:**

مرت البشرية عبر تطورها بمنعطفات حضارية متميزة أطلق عليها أسماء تاريخية تميزها عن غيرها من العصور مثل العصر الحجري والثورة الزراعية والثورة الصناعية والتي عندما بدأت قامت بتغيرات كبيرة في المجتمع الانساني في فترة وجيزة، ويجتاز العالم اليوم بداية عصر جديد يطلق عليه عصر المعلومات أو ثورة المعلومات والتي عندما بدأت فعلت نفس الشيء الذي فعلته الثورة الصناعية وما زالت تفعل لأنها تتقدم بمعدل أسرع وتؤثر في مجالات أوسع. وجاءت أهمية المعلومات لتأثيرها المباشر على الاقتصاد العالمي والمجتمعات الانسانية، فالاقتصاد القوي لأي دولة هو الاقتصاد المبني على المعلومات الدقيقة والمتاحة في الوقت المناسب. ففي الوقت الراهن تعد المعلومات والمعلوماتية المادة الأولية وموردا استراتيجيا لأي نشاط

في كل المجالات على المستوى العالمي وجزء لا يتجزأ من نسيج الإدارة وموردا تعتمد عليه في تدعيم العملية الإدارية ووضع الخطط واتخاذ القرارات الاستراتيجية، ويعتبر التسعير أحد أهم القرارات الاستراتيجية التي تؤثر على نجاح الشركة وتتبع أهميته من تأثيره المباشر على التكاليف والأرباح والمركز المالي وموقف السيولة في المنظمة بالإضافة الي ذلك يمكن استخدام السعر كعنصر فعال ومؤثر لجذب مستهلكين جدد للشركة بالنسبة لأنواع معينة من السلع، وترجع أهمية عنصر التسعير أيضا في الوقت الحاضر الي أنه دائم التغيير بصورة واضحة في بيئة أعمال المنظمة المعاصرة وبالتالي فان الاهتمام بتحديد وظيفته مستمرة تحاول على الدوام تحديد أنسب سعر وهذا الأمر لا يتأتى إلا من خلال وجود معلومات صحيحة وتدقق مستمر لها تساعد في عملية اتخاذ قرار التسعير وذلك لمواجهة التغيرات التي تحكم الأسعار والتي لا تبقى على حالها لمدة طويلة. والتحدي الحقيقي أمام الإدارة هو كيفية استخدام مورد المعلومات كأداة استراتيجية تعتمد عليها في مواجهة التحديات لضمان استمرارها وازدهارها ونجاحها. (الصيرفي، 2005م).

#### مشكلة الدراسة:

مشكلة الدراسة يمكن صياغتها في السؤال التالي:

ماهية المعلومات وأهميتها والدور الذي تلعبه في اتخاذ قرارات التسعير بشركات التأمين؟

#### ومنه تتفرع الأسئلة الآتية:

- أ. ما مدى قناعة شركات التأمين بنظم المعلومات ومقدرتها في توفير المعلومات التي يمكن أن تساعدنا عند اتخاذ قرارات التسعير؟
- ب. هل هناك علاقة بين التسعير الجيد ونجاح شركات التأمين واستمراريتها؟
- ج. ما هي العلاقة بين استخدام شركات التأمين للمعلومات وجودة قرارات التسعير؟

د. هل هناك علاقة بين قرارات التسعير وتحسين المركز التنافسي لشركات التأمين؟

### أهمية الدراسة:

تتبع أهمية الدراسة من المحاور الآتية:

1. أهمية المعلومات والدور المتعاظم الذي أصبحت تلعبه في المنظمات ودورها الحيوي والفعال في تحسين جودة اتخاذ القرارات.
2. أهمية السعر بالنسبة للمنشآت بصورة عامة ولشركات التأمين بصورة خاصة والذي يمكن استخدامه كوسيلة لتحقيق مزايا تنافسية لمواجهة التحديات.
3. أهمية شركات التأمين كواحد من أهم القطاعات الخدمية التي تلعب دورا كبيرا وهاما في الاقتصاد القومي وذلك من خلال ما تمتلكه من أموال تمكنها من السيطرة والاستثمار في قطاعات كثيرة ولا يتأتى ذلك إلا من خلال المعلومات الدقيقة المتوفرة في الوقت المناسب وبالكمية المناسبة والتي لها دلالة وصلة بالموضوع.
4. قلة الدراسات الأكاديمية بالمكتبات السودانية التي تتناول موضوع خدمات التأمين بالرغم من أهميته.

### أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة الى الآتي:

1. التعرف بالمعلومات وأهميتها ودورها في اتخاذ قرارات التسعير بشركات التأمين السودانية.
2. كيفية الاستفادة من المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية.
3. التعرف على الاستراتيجيات التسويقية المتبعة من قبل شركات التأمين في تحديد أسعار خدماتها.

4. تحديد العوامل المختلفة التي يمكن أن تؤثر على قرارات التسعير.
5. التعرف على المشاكل التي تواجه المنظمات عند تسعير منتجاتها. الخروج بنتائج تساهم في دفع العمل الإداري من خلال التعريف بأهمية المعلومات ودورها المتعظم والفعال في تحسين جودة اتخاذ القرارات.

#### فرضيات الدراسة:

من أهم الفرضيات التي قام بها الباحث بصياغتها ما يلي:

1. توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين قناعة الإدارة العليا لدور المعلومات وبين قرارات التسعير المتخذة.
2. توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين التسعير الجيد ونجاح الشركة واستمراريتها.
3. توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين استخدام شركات التأمين للمعلومات وجودة قرارات التسعير.
4. هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين قرارات التسعير وتحسين المركز التنافسي للشركات.

#### مصادر جمع البيانات:

1. المصادر الأولية: وهي بيانات تم جمعها عن طريق الاستبيان.
  2. المصادر الثانوية: هي عبارة عن المعلومات المستخلصة من الكتب والمراجع والدوريات والنشرات والتقارير السنوية.
- التعريفات الاجرائية للدراسة:

1. المعلومات: الحقائق والآراء والمعرفة المحسوسة التي يمكن الاستفادة منها في القيام بالأنشطة المختلفة.
2. السعر: القيمة المعطاة لسلعة أو خدمة معينة والتي يتم التعبير عنها في صورة نقدية.



3. **نظم المعلومات:** مجموعة من المكونات التي تقوم بجمع واسترجاع وتشغيل وتخزين وتوزيع المعلومات لتدعيم اتخاذ القرارات أو لمساعدة الإدارة في القيام بالوظائف الإدارية المختلفة.

4. **المخاطر:** لفظ يشير الي الخسارة المادية المحتملة نتيجة وقوع حادث معين.

5. **التأمين:** وسيلة لتعويض الفرد عن الخسارة المادية التي تحل به نتيجة لوقوع خطر معين وذلك بواسطة توزيع هذه الخسارة على مجموعة كبيرة من الأفراد يكونون جميعهم معرضين لهذا الخطر وذلك بموجب اتفاق سابق.

6. **الميزة التنافسية:** المجال الذي تتمتع فيه منظمة ما بميزة تفاضلية تميزها عن غيرها من المنظمات الأخرى التي تعمل معها في نفس المجال أو المنظمات المماثلة.

7. **اتخاذ القرار:** عملية الاختيار القائم على أساس بعض المعايير لبدل واحد من عدة بدائل محتملة. (صلاح الدين، 2001م).

#### الدراسات السابقة:

1. **دراسة (برير، 2004م):** تناولت الدراسة دور نظم المعلومات الإدارية في فاعلية اتخاذ القرارات وهدفت الدراسة الي تعريف عملية اتخاذ القرار وخطواتها وتمثلت مشكلة الدراسة في التساؤلات التالية: كيف يمكن لبعض المنظمات ان تتجح بالرغم من وجود المنافسة؟ وهل سبب النجاح هذا يعود الي استخدام تكنولوجيا معلومات في انتاج المعلومات التي تستخدم في اتخاذ قرارات فعالة وتقلل من حالة عدم التأكد؟ وللإجابة على تلك الاسئلة قام الباحث بوضع الفرضيات التالية: هنالك علاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وبين جودة القرارات المتخذة وأيضاً وجود علاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وبين تحسين المركز التنافسي للمنظمة توصل من خلالها الباحث لمجموعة من النتائج منها: لا يوجد اهتمام بأفراد ادارة خاصة بنظم المعلومات الإدارية، كل العاملين بالمصرف لديهم معرفة باستخدام الحاسوب كما يتم استخدام تكنولوجيا معلومات متطورة. والتوصيات التي تم التوصل اليها: الاهتمام

بنظم المعلومات الإدارية وبالكادر العامل بها وذلك من خلال وضع استراتيجيات وخطة تدريبية تمكن العاملين من اكتساب المهارات والقدرات التي تؤهلهم لاستيعاب كل ما يستجد في مجال تكنولوجيا المعلومات. وأيضاً الاهتمام بالإدارة الفاعلة التي تقرأ الماضي والحاضر والمستقبل وتبني خططها على ضوءه، بجانب توجيهه باستخدام النظم والتقنيات الحديثة للمعلومات لصالح اقتصاد البلاد.

**2.دراسة (مقبولة،2004م):** تناولت الدراسة عملية التسعير بشكل مباشر وقد هدفت تلك الدراسة الي التعرف على السياسات التسعيرية لخدمات الاتصالات والأسس والمعايير والطرق المتبعة فيها. بالإضافة الي دور الهيئات التنظيمية والاتحاد الدولي للاتصالات في وضع أسعار خدمات الاتصالات وقد استندت تلك الدراسة الي فرضية أساسية هي أن تسعير خدمات الاتصالات قائم علي تكلفة حقيقية وتقابل رضا الزبائن وأن التعرفة المطبقة تحقق أرباح متزايدة للشركة تدفعها الي القيام بعمليات التطوير والتحديث ومن أهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة: أن أسعار خدمات الاتصالات تجد عدم الرضا والقبول لدى المواطن ولا تتناسب مع الدخل، كما أن التعرفة المطبقة حققت عائدات متزايدة للشركة علي مدى السنوات المتتالية دفعتها للقيام بتطوير الشبكات والمقاسم وادخال التقنيات في مجال الاتصالات ووصت الدراسة بضرورة التوازن بين عوامل التسعير للوصول الي سعر مناسب.

#### الفرق بين هذه الدراسة والدراسات السابقة:

لاحظ الباحث من خلال اطلاعه على تلك الدراسات السابقة. أن هذه الدراسات تناولت المعلومات من حيث نظمها وبرامجها والآليات المرتبطة بها وتجاهلت الجزء الأساسي في الموضوع إلا وهو دور المعلومات في عملية التسعير باعتباره قرار حيوي يؤثر تأثيراً مباشراً في حياة المشروعات والأعمال الإدارية خاصة في مؤسسات التأمين السودانية.

#### الإطار النظري:

1. سوق التأمين السوداني: لقد عرفت سوق التأمين السودانية صناعة التأمين عن طريق وكالات وفروع شركات التأمين الأجنبية وذلك خلال فترة الاستعمار وكانت تلك الوكالات تتبع لشركات بريطانية سويسرية، فرنسية، إيطالية ومصرية تديرها غالباً المؤسسات التي تعمل في التجارة الخارجية آنذاك وكانت تحصر نشاطها أولاً في تأمين التجارة الخارجية التأمين البحري ثم امتدت لتشمل التأمينات الأخرى كالحريق والحوادث ثم أخيراً تأمينات الحياة. (اتحاد شركات التأمين السودانية، 2004م).

2. المعلومات واتخاذ القرارات: عندما تريد المنظمات القيام بوضع خططها الاستراتيجية واتخاذ قراراتها تحتاج إلى معرفة موقفها الماضي والحاضر والمستقبل وبالتالي القيام بعملية التنبؤ والتي أصبحت معقدة بسبب عدم استقرار البيئة التي تعمل فيها المنظمة. ولا يكون ذلك إلا من خلال توفر المعلومات وتدفقها في مختلف أوجه أنشطة المنظمات الأمر الذي يتطلب نظاماً إدارياً كفء يتفاعل في جميع أجزائه. فالمعلومات بالنسبة للإدارة المعاصرة بالغة الأهمية لأنها ترشد إدراك الإدارة وكذلك توضح توقعات متخذ القرار للأحداث القادمة حسب احتمالات حدوثها. (السيد، 2004م).

3. جودة المعلومات: تعني الجودة مدى كفاية وفاعلية المعلومة المتحصل عليها ودورها في تحقيق الهدف منها، كما ترتبط جودة المعلومات بالكيفية التي يمكن بها استخدام هذه المعلومات ودرجة الثقة فيها، والمعلومات الجيدة هي التي تتوفر فيها بعض الصفات النوعية للبيانات، كما يجب مراعاة جودة البيانات المتحصل عليها منذ البدء قبل عملية المعالجة لان البيانات الجيدة ينتج عنها معلومات جيدة. (ادريس، 2003م).

6. نظم المعلومات التي تدعم وظائف الإدارة واتخاذ القرارات: تدعم هذه النظم بشكل أساسي وظائف الإدارة بصورة عامة واتخاذ القرارات خاصة. (الكلاياني، 2000م).

7. أهمية التسعير: تأتي أهمية قرارات التسعير من أن عنصر السعر الآن أصبح معياراً من معايير نجاح أو فشل منظمات الأعمال الاقتصادية لان دقة التنبؤ بتغيرات

الأسعار تعني النجاح بينما الخطأ يعني الفشل ومما يزيد من أهمية قرارات التسعير كونها لا تتأثر بظروف المنظمة الداخلية والتي تتحدد على ضوءها التكاليف فحسب وإنما تتأثر كذلك بقوى خارجية قد تستطيع المنظمة أو لا تستطيع الحد من تأثيرها هذا بالإضافة إلى تعلق قرارات التسعير بأهداف المنظمة الاستراتيجية وبنوعية المنتج وتكلفته من جهة وباحتياجات ورغبات المستهلك وإمكاناته من جهة أخرى. (الجياشي، 2007م).

#### 8. المعلومات وتقنياتها بشركات التأمين السودانية:

1. إدارة المعلومات بشركات التأمين السودانية: بالرغم من اهتمام العاملين في شركات التأمين بالمعلومات من اهتمام العاملين في شركات التأمين بالمعلومات وممارستهم لها في طبيعة نشاطهم بصورة مستمرة وفي كل خطوة من الخطوات حيث للمعلومات في العملية التأمينية طلب التأمين حتى مرحلة السداد ودفع المطالبات، إلا أنه ليس هنالك إدارة خاصة بالمعلومات في شركات التأمين حيث تتبع في كثير من الحالات إلى أقسام أخرى مثل التسويق والبحوث وتتولى تلك الجهات مهامها.

2. وسائل وآليات جمع المعلومات: تعتبر الصحف ووسائل الإعلام المختلفة من أهم مصادر وآليات جمع المعلومات ويضيف بعضهم إليها المعلومات المجمعة بواسطة الأنشطة الاجتماعية والتعاملات الأجنبية والوكلاء والعملاء بجانب تبادل المعلومات بين شركات التأمين.

3. أنواع المعلومات داخل الشركة: نوع المعلومة يرتبط بالشئ المراد التأمين عليه فالمعلومات قد تكون معلومات مالية - فنية - إدارية ويتم استقبالها من مصادرها المختلفة والسؤال عنها هو القسم أو الإدارة التي تهمها هذه المعلومة وغالباً ما تصل تلك المعلومات مكتملة في الوقت المناسب.

#### 4. مصادر المعلومات بالشركة:

1. مصادر داخلية: موظفي الأقسام الفنية، طلب التأمين.

**2. مصادر خارجية:** العملاء - الوكلاء - المنتجين - المجتمع - الانترنت، ويتم تصنيف تلك المعلومات ولكن ليس بإدارة المعلومات بل بواسطة القسم المعني بالمعلومة حيث يتم التعامل معها حسب الطلب وقد استفادت شركات التأمين من تكنولوجيا المعلومات عن طريق الانترنت، الفاكس، الحاسب الآلي، خاصة عند التجديد حفظ البيانات.

**3- قنوات الاتصال:** من أهم القنوات المستخدمة بواسطة شركات التأمين، الفاكس، الهاتف، الانترنت الخطابات من الوكلاء والمنتجين.

#### 9. قرارات التسعير في شركات التأمين السودانية:

أنواع القرارات المتعلقة بتسعير خدمات التأمين:

1. قرارات التسعير الجغرافي.
2. قرارات التسعير الترويجي.
3. قرارات تسعير الخدمات الجديدة.
4. قرارات تسعير الأسعار الحالية.

#### 10. تحديد أسعار خدمات التأمين:

الأسعار في سوق التأمين غير ثابتة وتتغير حسب نوع العميل والشئ موضع التأمين إلا أن هنالك حد أعلى وأدنى للأسعار يتم تحديده بواسطة اتحاد عام شركات التأمين بالإضافة إلى ثبات سعر التأمين الإلزامي الذي يحدد بواسطة هيئة الرقابة على أعمال التأمين.

#### 11. المشاكل التي تواجه عملية تسعير خدمات التأمين:

1. كفاية المعلومات ودقتها.
2. الطاقة الاستيعابية إعادة التأمين.
3. تحصيل الأقساط.
4. تعدد الخدمات المقدمة.
5. الاختلاف في الأهداف بين العملاء والشركة.
6. القدرة على توقع الخطر.

**12. المعلومات المطلوبة لاتخاذ قرارات تسعير خدمات التأمين:**

من أهم المعلومات التي تطلبها عملية اتخاذ القرارات المتعلقة بالتسعير في شركات التأمين ما يلي:

1. تقييم الخطر.
2. تقييم العميل.
3. موقف إعادة التأمين.
4. اسعار سوق التأمين المحلي والعالمي.
5. معلومات عن الشيء موضع التأمين وتستوفي جميع المعلومات من طلب التأمين الذي يقوم العميل بملئيه.
6. المنافسة. (اتحاد شركات التأمين السودانية، 2004م).

**منهجية الدراسة:**

1. **مجتمع الدراسة:** يتكون مجتمع الدراسة من شركات التأمين العاملة في سوق التأمين السوداني.
2. **عينه الدراسة:** تم اختيار شركة التأمين الإسلامية كعينة للدراسة التطبيقية والسبب في الاختيار أنها من أوائل شركات التأمين التي أدخلت النظام الإسلامي في خدمات التأمين بالإضافة إلى كبر رأسمالها فهي بناء على تقرير سوق التأمين الأولى على القطاع الخاص بعد استبعاد شركه شيكان كقطاع عام.
3. **منهج الدراسة:** اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي للظاهرة محل الدراسة.
4. **أداة الدراسة:** اعتمد الباحث في جمع البيانات الميدانية على أسلوب الاستقصاء (الاستبيان) عن طريق توزيع استبانة إلى المستقضي منهم والذين تمثلوا في جميع الموظفين العاملين بشركة التأمين الإسلامية بولاية الخرطوم بمختلف مستوياتهم الإدارية باعتبارهم المعنيين بقرارات التسعير بالشركة للتعرف على آرائهم واتجاهاتهم نحو الموضوع محل الدراسة وقد بلغ عدد الذين خضعوا للدراسة (77) فرداً من

جميع الإدارات والأقسام بنسبة (83%) من العدد الكلي للاستثمارات الموزعة والبالغ عددها (93) استثمار تم استبعاد فئة العمال.

5. مكونات استثمار الاستبيان: بعد مراجعة مشكلة الدراسة وفرضياتها قام الباحث بتحديد محاور أساسيه تدور حولها أسئلة الاستبيان حيث أن الغرض منها أثبات مدي صحة أو خطأ فرضيات الدراسة. وجاءت استثمار الاستبيان مكونة من ثلاثة أجزاء رئيسيه على النحو التالي:

الجزء الأول: يتضمن البيانات الأساسية لمجتمع الدراسة حيث يتضمن الأسئلة المرتبطة بكل من مكان العمل، الدرجة الوظيفية الحالية، العمر. المؤهل العلمي، التخصص العلمي، الخبرة (الأسئلة من 1- 5).

الجزء الثاني: اشتمل على معلومات عن إدارة المعلومات بالشركة ومدي كفاءتها في جمع البيانات اللازمة والمتعلقة بأنشطة المنظمة بالصورة التي تمكنها من الإحاطة الكاملة ببيئتها الداخلية والخارجية وتصنيفها وتحليلها وتوفيرها للجهة التي تطلبها وفي الوقت المناسب (الأسئلة من 1- 7).

الجزء الثالث: وهو الجزء الخاص بفرضيات الدراسة ودلالاتها الإحصائية ويتكون هذا الجزء من أربعة محاور يتناول كل محور العبارات الخاصة بكل فرضية من فرضيات الدراسة.

6- إجراءات وخطوات تصميم أداة الدراسة (الاستبيان): من أجل الحصول على المعلومات والبيانات الأولية لهذه الدراسة (الاستبيان) لقياس دور المعلومات في اتخاذ قرارات التسعير بشركات التأمين السودانية لقد اتبع الباحث خلال عملية بناء أداة الدراسة الخطوات التالية:

1. الرجوع إلى الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع الدراسة.

2. الاطلاع على عدد من الأدوات السابقة والتي استخدمت لقياس أثر المعلومات في العمليات الإدارية المختلفة.

من خلال الخطوات السابقة إضافة للرجوع إلى فرضيات الدراسة وربطها بمحتويات الدراسة ثم بناء قائمة أولية اشتملت على (37) فقرة منها (8) تتعلق بالبيانات الشخصية (5) فقرات عكست دور إدارة المعلومات بالشركة و(24) فقرة تناولت العبارات الخاصة بفرضيات الدراسة. ومن ثم قام الباحث بعرض أداة الدراسة بصورتها الأولية على مجموعة من الخبراء والمختصين كمحكمين، حيث طلب منهم إبداء آرائهم وإصدار أحكامهم على الأداة من حيث مدى اتساق الفقرات مع المحاور التي صنفت فيها ووضع أي ملاحظات يرونها مناسبة. بعد إضافة التعديلات السابقة أصبحت الاداة مكونة من ثلاث أجزاء تحتوي على (54) فقرة واحتوت القائمة على الأسئلة المغلقة (نعم. لا)، بالإضافة إلى الأسئلة المتعددة الاختيار باستخدام مقياس (ليكرت)، بعد القيام بتدقيق وفرز الاستبيان من قبل الباحث تم استبعاد عدد (7) استبانة لعدم اكتمالها أو الإجابة عليها بشكل غير مقبول، وعليه تم اعتماد (77) استبانة تشكل ما نسبته (83%) من إجمالي الاستثمارات الموزعة وهي تعتبر نسبة جيدة مع حجم مجتمع الدراسة.

والجدول التالي يوضح عدد استمارات الاستبانة الموزعة والتي خضعت للدراسة:

جدول (1) توزيع الاستبيان على مجتمع الدراسة

البيان	العدد	النسبة المئوية (%)
عدد الاستثمارات الموزعة	93	(100)
عدد الاستثمارات المستلمة	83	من إجمالي الاستثمارات (93.3)
عدد الاستثمارات المفقودة	9	(9.6) من إجمالي الاستثمارات
عدد الاستثمارات الغير مستوفية	7	(8.3) من المستلمة
العدد الخاضع للدراسة	77	(83) من إجمالي الاستثمارات

المصدر: إعداد الباحث من واقع بيانات الدراسة الميدانية، 2017م.

وقد تم اعتماد مستوى ثقة (95%) بالتالي فإن مستوى المعنوية الذي تم استخدامه لإثبات فرضيات الدراسة هو (0.05).  
البرنامج المستخدم في تحليل بيانات الدراسة:



لتحليل بيانات اسئلة الاستبيان استخدام البرنامج (SPSS) وهي اختصار لـ Package (Statistical for Social Science) أو ما يعرف بحزمة البرامج الإحصائية للعلوم الاجتماعية.

### أدوات التحليل الإحصائي المستخدمة في الدراسة:

1. تم استخدام بعض الأساليب الإحصائية للتأكد من جودة ودقة البيانات التي تم جمعها لأجراء التحليل الإحصائي المطلوب لاختبار الفرضيات وذلك كما يلي:
2. تم قياس اعتمادية البيانات باستخدام معيار (ألفا كرو نباخ) (Alpha Gronbach) للتأكد من اتساق الأحداث وخلوها من الأخطاء غير المنتظمة التي تشوب القياس.
3. تم استخدام اختبار (Kobmogrov – Smirnov) للتأكد من أن البيانات التي تم جمعها تتبع التوزيع الطبيعي إذا كانت قيمة القيمة الاحتمالية أكبر من (5%) (0.05) بحيث يتم تطبيق الأساليب الإحصائية المعلمية (parametric) لاختبار فرضيات الدراسة. وأتضح من خلال نتائج التحليل أن جميع المتغيرات التي استخدمت لإثبات فرضيات الدراسة لم تتبع التوزيع الطبيعي لذلك تم استخدام الاختبارات الإحصائية اللا معلمية (اختبار كأي تربيع). إما بالنسبة للإجابات المبحوثين على أسئلة وعبارات الاستبانة والتي تم توزيعها على مجتمع الدراسة سيتم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:
4. عمل جداول تكرارية بسيطة، تشمل التكرارات والنسب المئوية لأسئلة الاستبيان.
5. حساب الوسط الحسابي والمتوسط المرجح الفرضي لإجابات مفردات الدراسة على الأسئلة والعبارات الواردة في شكل مقياس (ليكرت) حيث يعتبر من أفضل الأساليب التي تستخدم في قياس الاتجاهات لسهولة تحليله وسرعة فهمه من قبل المبحوثين. الوسط الحسابي يستخدم لوصف البيانات أي لوصف اتجاه المبحوثين نحو العبارة هل هو سلبي ام ايجابي للعبارة فإذا زاد الوسط الحسابي عن الوسط الحسابي الفرضي (3) فهذا يعني أن اتجاه إجابات المبحوثين إيجابي للعبارة أي يعني الموافقة على

العبارة. والعكس إذا كانت أقل من (3) فهذا يعني أن إجابات المبحوثين سلبية للعبارة أي يعني عدم الموافقة على العبارة. ويستخدم الوسط الفرضي (المرجح) إذا كان المتغير يأخذ قيمة تختلف من حيث أهميتها، لذلك يجب أخذ هذه الأهمية في الاعتبار وذلك بإعطاء كل عبارة الوزن المناسب لها كالآتي:

1	وزنها	لا أوافق بشدة
2	وزنها	لا أوافق
3	وزنها	غير متأكد
4	وزنها	أوافق
5	وزنها	أوافق بشدة

$$\text{الوسط الفرضي} = \frac{\text{مجموع الأوزان}}{\text{عددها}} = \frac{1+2+3+4+5}{5} = 3$$

ولاختبار تكرار إجابات المبحوثين هل هي في الاتجاه السلبي أم في الاتجاه الإيجابي تم استخدام اختبار مربع كاي لجودة التتابق. كذلك نحصل على درجة الحرية والتي تساوي عدد الإجابات في السؤال (1) ، كما نحصل على القيمة الاحتمالية وهي التي تحدد ما إذا كان هنالك فروق ذات دلالة إحصائية بين التكرارات المتوقعة والتكرارات المشاهدة وذلك بمقارنتها بمستوى المعنوية (0.05) فإذا كانت أقل من (0.05) فهذا يدل على أنه توجد فروق بين التكرارات والمشاهدة والتكرارات المتوقعة ويعني هذا رفض فرض العدم (ف 0) الذي ينص على أنه لا توجد فروقات بين متوسطات إجابات المبحوثين وتقبل الفرض البديل (ف 1) الذي ينص على أنه هناك فروق بين متوسطات إجابات المبحوثين لأسئلة الاستبيان وبعد ذلك نقارن الوسط الحسابي للعبارة بالوسط الفرضي فإن كان أكبر من الوسط الفرضي فهذا دليل كاف على موافقة المبحوثين على العبارة إما إذا كان أقل من الوسط الفرضي فهذا دليل على عدم موافقة المبحوثين على العبارة.

اختبار صدق وثبات أداة الدراسة:

وللتحقق من صدق وثبات أداة الدراسة تم حساب أداة معامل (إلفا كرو نباخ) باعتباره مؤشراً للتجانس والاتساق الداخلي حيث تبين أن الاداة تتمتع بمعاملات ثبات جيدة جداً حيث كان معامل الثبات لها (91%) وكقاعدة عامة فأن المعامل الأقل من (60%) يعتبر ضعيفاً، وأن المعامل في حدود (70%) يعتبر مقبولاً وأن المعامل الذي يبلغ (80%) يعتبر جيد بحيث كلما اقترب المعامل من الواحد الصحيح كانت درجة الثبات أفضل. وبالتالي يمكن الاعتماد على إجابات الوحدات المبحوثة في تحليل الاستبيان.

### عرض النتائج وتحليلها:

جدول (2) توزيع افراد العينة حسب المتغيرات الشخصية

الرقم	المتغير	الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
1	المستوى الإداري	قيادي (من الخامسة فما فوق)	12	15.6
		وسيط (السادسة إلى الثامنة)	21	27.3
		تشغيلي (التاسعة فما دون)	44	57.1
2	المؤهل العلمي	ثانوي	8	10.4
		جامعي	56	72.7

العدد السابع – أبريل 2020م			مجلة الدراسات الإدارية والاجتماعية		
		فوق الجامعة	12	15.6	
		دون الثانوي	1	1.3	
3	التخصص العلمي	محاسبة	28	36.4	
		اقتصاد	11	14.3	
		تأمين	10	13	
		إدارة أعمال	13	16.9	
		بدون تخصص	9	11.7	
		أخرى	6	7.8	
4	سنوات الخبرة	اقل من 10 سنة	41	53.2	
		من 10 إلى 20 سنة	27	35.1	
		من 21 إلى 30 سنة	9	11.7	
		من 31 إلى فأكثر سنة	0	0	
5	العمر بالسنوات	اقل من 25 سنة	1	1.3	
		من 25 إلى 30 سنة	23	29.9	
		من 31 الى 35 سنة	20	26	
		من 30 إلى 36 سنة	16	20.8	
		فأكثر 41 سنة	17	22.1	

المصدر: إعداد الباحث من واقع بيانات الدراسة الميدانية، 2017م.

أما فيما يختص في الجزء الثاني من الاستبيان والمختص بإدارة المعلومات وجد الباحث عدم وجود إدارة للمعلومات بالشركة وبالتالي عدم توفير المعلومات المتصلة بالموضوع.

جدول رقم (3) الوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيمة مربع كاي ودرجات الحرية والقيمة الاحتمالية لإجابات المبحوثين حول عبارات المحور الأول

العبارات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة مربع كاي	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية
1 – تهتم الإدارة العليا اهتماماً كبيراً	4.06	0.85	23.42	3	0.000

العدد السابع - أبريل 2020م مجلة الدراسات الإدارية والاجتماعية

					بالمعلومات وذلك للمساعدة في اتخاذ القرار.
0.000	4	54.88	0.94	3.17	2- تعتمد الإدارة العليا في اتخاذ قراراتها بالمعلومات التي ترد إليها من البيئة الخارجية.
0.000	3	47.21	0.73	4.16	3 - تستعين الإدارة العليا في اتخاذ قراراتها بالمعلومات التي تصل إليها من الإدارات الأخرى
0.000	4	34.88	0.95	3.25	4- تعتمد الإدارة العليا على المعلومات التي توفرها إدارة المعلومات بالشركة.
0.000	4	40.21	0.92	2.38	5 - لا تستخدم الإدارة العليا المعلومات عند اتخاذ القرارات.
0.000	4	20.99	1.12	3.43	6 - يتم الاعتماد على الخبرة أو الرأي الشخصي عند اتخاذ القرار.
0.000	3	34.53	0.86	4.25	7 - تفهم الإدارة العليا المعلومات يجعلها تتخذ قرارات على مستوى عالي من الجودة.
0.000	4	16.44	1.17	3.13	8 - لا توجد البرامج والأجهزة اللازمة لتلبية الاحتياجات من المعلومات في الشركة.

المصدر: إعداد الباحث من واقع بيانات الدراسة الميدانية، 2017م.

من الجدول السابق نجد أن الوسط الحسابي لكل العبارات ما عدا العبارة رقم (5) والتي تنص على أنه (لا تستخدم الإدارة العليا المعلومات عند اتخاذ القرارات). أكبر من الوسط الفرضي (3) وهذا يعني موافقة المبحوثين على هذه العبارات. والقيمة الاحتمالية أقل من (0.05) تؤكد معنوية ذلك. أما العبارة رقم (5) فوسطها أقل من الوسط الفرضي (3) وهذا يعني رفض المبحوثين لهذه العبارة. والقيمة الاحتمالية أقل من (0.05) تؤكد معنوية ذلك. وهذا يعني أن هنالك اهتمام كبيراً من قبل الإدارة

بالمعلومات التي توفر لها من مصادر داخلية وخارجية وتستعين بها في اتخاذ قراراتها بالإضافة إلى الخبرة والرأي الشخصي، إلا أنه وبالرقم من ذلك هناك قصور في البرنامج والأجهزة اللازمة لتلبية تلك الاحتياجات من المعلومات في الشركة.

#### جدول رقم (4) الوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيمة مربع كاي ودرجات الحرية والقيمة الاحتمالية لإجابات المبحوثين حول عبارات المحور الثاني

العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة مربع كاي	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية
1 - يتأثر اتخاذ قرار التسعير بالأهداف الاستراتيجية للمنظمة.	4.09	0.86	24.14	3	0.000
2 - يتأثر اتخاذ قرار التسعير بأهداف المزيج التسويقي.	3.87	0.91	48.91	4	0.000
3 - تساعد قرارات التسعير المتخذة الشركة في تحقيق أهدافها الاستراتيجية.	4.27	0.74	46.27	3	0.000
4 - تتناسب أسعار خدمات الشركة مع رغبات العملاء.	3.86	0.97	55.79	4	0.000
5 - يؤدي السعر المناسب إلى تطوير وتحديث الشركة.	4.44	0.68	58.43	3	0.000
6 - يؤدي السعر العالي إلى تحقيق فائض في الشركة.	3.64	1.01	33.07	4	0.000
7 - تستخدم الشركة السعر المرتفع إلى لتأكيد جودة الخدمات.	2.84	1.24	26.44	4	0.000
8 - يؤثر السعر المتخذ على انتشار خدمات الشركة.	3.75	0.96	62.55	4	0.000
9 - يؤثر السعر المتخذ على سياسات البيع بالشركة.	3.82	0.82	35.68	3	0.000
10 - يؤثر السعر المتخذ على سياسات الإعلان	3.52	0.9	44.	4	0.000

		36	3		في الشركة.
0.000	4	65.14	0.88	3.94	11 - تحقق قرارات التسعير للشركة أهداف البقاء والاستمرار.
0.000	4	48.83	1.11	2.10	12 - الهدف الأول من قرارات التسعير هو الربحية.

المصدر: إعداد الباحث من واقع بيانات الدراسة الميدانية، 2017م.

من الجدول السابق نجد أن الوسط الحسابي لكل العبارات ما عدا العبارتين (12,7) أكبر من الوسط الفرضي (3) وهذا يعني موافقة المبحوثين على هذه العبارات. وهذا يعني موافقة المبحوثين على هذه العبارات. والقيمة الاحتمالية أقل من (0.05) تؤكد معنوية ذلك. أما العبارتين (12,7) فالوسط الحسابي لهما أقل من الوسط الفرضي (3) وهذا يعني رفض المبحوثين لهذه العبارات والقيمة الاحتمالية أقل من (0.05) تؤكد معنوية ذلك. ومن خلال ذلك يتضح لنا تأثير السعر بكل من الأهداف الاستراتيجية وأهداف المزيج التسويقي والذي بدوره يؤثر في سياسات التوزيع والإعلان بالشركة، ويتم اتخاذ قرارات التسعير بعد دراسة السوق ورغبات العملاء مما يساهم في وضع سعر مناسب يعمل على انتشار خدمات الشركة ويؤدي للتطوير والتحديث بالشركة وبالتالي تحقق أهدافها الاستراتيجية.

جدول رقم (5) الوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيمة مربع كاي ودرجات

الحرية والقيمة الاحتمالية لإجابات المبحوثين حول إجابات المحور الثالث

العبارة	الوسط ط الحسابي	الانحراف ف المعياري	قيمة مربع كاي	درجات ت الحرية	القيمة الاحتمالية
1- هنالك سياسات تسعيرية واضحة بالشركة.	3.87	0.92	59.04	4	0.000

0.00 0	3	22.7 9	0.87	3.9 5	2- تلعب المعلومات دوراً كبيراً في اختيار استراتيجيات التسعير داخل الشركة.
0.00 0	3	22.0 7	0.91	3.5 3	3 - كثرة العوامل المؤثرة على السعر تزيد من صعوبة اتخاذ القرار داخل الشركة.
0.00 0	4	23.5 8	1.18	2.5 6	4- الطرق التي يتم بها اتخاذ قرار التسعير غير علمية ولا تركز على المعلومات عند اتخاذها.
0.00 0	4	40.0 8	0.98	3.5 8	5- يتم اتخاذ قرارات التسعير بعد دراسة أسعار المنافسين وتحليلها.
0.00 0	4	38.8 4	1.05	3.5 3	6 - يتم اتخاذ قرار التسعير بعد دراسة أسعار ورغبات العملاء.
0.00 0	4	32.5 4	1.01	3.3 2	7 - يتم اتخاذ قرارات التسعير بعد بناء على التكاليف بالشركة.
0.00 0	3	55.5 2	0.83	4.0 0	8 - تتأثر قرارات التسعير بالحالة الاقتصادية السائدة.
0.00 0	3	21.1 3	0.87	3.7 8	9. استخدام الشركة للمعلومات في قرارات التسعير جعلها أكثر قدرة على الاستجابة للتغيرات في البيئة المحيطة بها.
0.00 0	3	30.8 9	0.84	4.1 2	10- تؤثر جودة المعلومات على جودة قرار التسعير المتخذ.

المصدر: إعداد الباحث من واقع بيانات الدراسة الميدانية، 2017م.

من الجدول السابق نجد أن الوسط الحسابي لكل العبارات ما عدا العبارة الرابعة أكبر من الوسط الفرضي (3) وهذا يعني موافقة المبحوثين على هذه العبارات والقيمة الاحتمالية أقل من (0.05) تؤكد معنوية ذلك. أما العبارة الرابعة فوسطها أقل من الوسط الفرضي (3) وهذا يعني رفض المبحوثين لهذه العبارة والقيمة الاحتمالية أقل من (0.05) تؤكد مع معنوية ذلك. ونستنتج من خلال هذا الجدول أن هناك أسس علمية ينم أتباعها عند اتخاذ قرارات التسعير كما أن هنالك سياسات تسعيرية واضحة بالشركة. وتساهم المعلومات بشكل كبير في اختيارها، وهذه المعلومات متعلقة بمتغيرات كثيرة مثل أسعار المنافسين والعملاء والحالة الاقتصادية السائدة وغيرها من



المعلومات، فاستخدام الشركة لتلك المعلومات جعلها أكثر قدرة على الاستجابة للمتغيرات البيئية المحيطة بها.

جدول رقم (6) الوسط الحسابي والانحراف المعياري وقيمة مربع كاي ودرجات الحرية والقيمة الاحتمالية لاستجابات أفراد عينة الدراسة حول عبارات المحور

#### الرابع

العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة مربع كاي	درجات الحرية	القيمة الاحتمالية
1 - تساعد قرارات التسعير بالشركة على تمييزها عن منافسيها.	4.09	0.86	24.14	3	0.000
2 - تؤدي قرارات التسعير المتخذة في الشركة إلى تحسين نوعية الخدمات المقدمة للعملاء.	3.87	0.91	48.91	4	0.000
3 - تمكن قرارات التسعير بالشركة من دخولها إلى أسواق جديدة.	4.27	0.74	46.27	3	0.000
4 - يتأثر اتخاذ قرار التسعير بالشركة بالتغيرات في أسعار المنافسين.	3.86	0.97	55.79	4	0.000
5 - قرارات التسعير بالشركة مكنتها من أن تكون الرائدة في سوق التأمين.	4.44	0.68	58.43	3	0.000
6 - المعلومات التي تجمعها الشركة تمكنها من الإحاطة الكاملة ببيئتها التنافسية.	3.64	1.01	33.07	4	0.000
7 - للشركة قدره عالية على التنبؤ بالسياسات التي يمكن أن يلجأ إليها المنافسين عند تسعير منتجاتهم.	2.84	1.24	26.44	4	0.000
8 - هناك قدرة عالية على التنبؤ بالتغيرات التي تحدث في أسعار المنتجات التي يقدمها المنافسون.	3.75	0.96	62.55	4	0.000
9 - تؤدي قرارات التسعير في الشركة	3.82	0.82	35.68	3	0.000

العدد السابع - أبريل 2020م					مجلة الدراسات الإدارية والاجتماعية
إلى دخولها في حرب أسعار مع المنافسين.					
10 - تستخدم الشركة قنوات الاتصال الرسمية في الحصول على المعلومات عن بيئتها التنافسية.	3.52	0.93	44.36	4	0.000
11 - تستخدم الشركة قنوات الاتصال غير الرسمية في الحصول على المعلومات عن بيئتها التنافسية.	3.94	0.88	65.14	4	0.000
12 - تلجأ الشركة إلى أساليب أخرى في سبيل الحصول على معلوماتها عن بيئتها التنافسية.	2.10	1.11	48.83	4	0.000

المصدر: إعداد الباحث من واقع بيانات الدراسة الميدانية، 2017م.

من الجدول أعلاه نجد أن الوسط الحسابي لمعظم العبارات (9.11.12) أكبر من الوسط الفرضي (3) وهذا يعني موافقة المبحوثين على هذه العبارات والقيمة الاحتمالية أقل من (0.05) تؤكد معنوية ذلك. إما العبارات (9.11.12) فوسطهم الحسابي أقل من الوسط الفرضي (3) وهذا يعني رفض المبحوثين لهذه العبارات والقيمة الاحتمالية أقل من (0.05) تؤكد معنوية ذلك. ونستنتج من إجابات المبحوثين أن جودة القرارات المتخذة بالشركة أدت إلى تميزها عن منافسيها بالإضافة إلى دخولها لأسواق جديدة، كما مكنتها من تحسين خدماتها المقدمة وتطويرها وبالتالي تحقيق الريادة في سوق التأمين وتستخدم الشركة قنوات الاتصال الرسمية في الحصول على معلوماتها عن بيئتها التنافسية.

#### اختبار ومناقشة فرضيات الدراسة:

**الفرضية الأولى:** هناك علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين تفهم الإدارة العليا لدور المعلومات وبين جودة قرارات التسعير المتخذة. من الجدول رقم (3) نجد أن الوسط الحسابي لكل العبارات ماعدا العبارة الخامسة أكبر من الوسط الفرضي (3) وهذا يعني موافقة المبحوثين على هذه العبارات والقيمة الاحتمالية أقل من (0.05) تؤكد معنوية ذلك. أما العبارة الخامسة فوسطها الحسابي أقل من الوسط الفرضي (3)

وهذا يعني رفض المبحوثين لهذه العبارة والقيمة الاحتمالية أقل من (0.05) تؤكد معنوية ذلك. وهذا يعني اثبات الفرضية الأولى.

**الفرضية الثانية:** هناك علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين التسعير الجيد ونجاح المنظمة واستمرارها. من الجدول رقم (4) نجد أن الوسط الحسابي لكل العبارات ما عدا العبارتين (12,7) أكبر من الوسط الفرضي (3) وهذا يعني موافقة المبحوثين على هذه العبارات والقيمة الاحتمالية (0.05) تؤكد معنوية ذلك. اما العبارتين (12,7) فوسطهما اقل من الوسط الفرضي (3) وهذا يعني رفض المبحوثين لهذه العبارتين والقيمة الاحتمالية (0.05) تؤكد معنوية ذلك. وهذا يعني أثبات الفرضية الثانية.

**الفرضية الثالثة:** هناك علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين استخدام شركات التأمين للمعلومات وجودة قرارات السعر المتخذة. من الجدول رقم (5) نجد أن الوسط الحسابي لكل العبارات ما عدا العبارة الرابعة أكبر من الوسط الفرضي (3) وهذا يعني موافقة المبحوثين على هذه العبارات والقيمة الاحتمالية أقل من (0.05) تؤكد معنوية ذلك. أما العبارة الرابعة فوسطها الحسابي أقل من الوسط الفرضي (3) وهذا يعني رفض المبحوثين لهذه العبارة والقيمة الاحتمالية أقل من (0.05) تؤكد معنوية ذلك. وهذا يعني أثبات الفرضية الثالثة.

**الفرضية الرابعة:** هنالك علاقة ايجابية ذات دلالة إحصائية بين قرارات التسعير وتحسين المركز التنافسي للمنظمات.

من الجدول رقم (6) نجد أن الوسط الحسابي لأغلب العبارات ما عدا العبارات (12,11,9) أكبر من الوسط الفرضي (3) وهذا يعني موافقة المبحوثين على هذه العبارات والقيمة الاحتمالية اقل من (0.05) تؤكد معنوية ذلك. اما العبارات (12,11,9) الوسط الحسابي لهم أقل من الوسط الفرضي (3) وهذا يعني رفض المبحوثين لهذه العبارات والقيمة الاحتمالية أقل من (0.05) تؤكد معنوية ذلك. وهذا يعني أثبات الفرضية الأربعة.

من ذلك يتضح أن جميع فرضيات الدراسة قد تم أثبات صحتها وذلك من خلال الدراسات النظرية والتطبيقية التي أكدت ايجابيات العلاقات بين جميع متغيرات الدراسة.

### نتائج الدراسة:

- 1 / تساهم المعلومات بشكل كبير في وضع استراتيجيات التسعير المناسبة.
- 2 / تؤثر جودة المعلومات على جودة قرارات التسعير.
- 3 / تفهم الإدارة العليا لأهمية المعلومات يجعلها تتخذ قرارات على مستوى عال من الجودة.
- 4 / تفهم الإدارة لدور المعلومات وأهمية استخدامها يجعلها أكثر قدرة على الاستجابة لمتغيرات البيئة المحيطة.
- 5 / قرارات التسعير الجيدة تؤدي إلى نجاح المنظمة واستمرارها وذلك من خلال المساهمة في تحقيق الأهداف الاستراتيجية.
- 6 / تمكن المعلومات الشركة من التنبؤ بالسياسات التي يمكن أن يلجأ إليها المنافسون عند تسعير منتجاتهم.
- 7 / يمكن للشركة أن تتميز على منافسيها من خلال السعر.
- 8 / يتم اتخاذ قرارات التسعير بعد جمع المعلومات عن كل من السوق ورغبات العملاء بالإضافة إلى التكاليف.

### توصيات الدراسة:

- 1/ الاهتمام بالمعلومات باعتبارها محدد أساسي في تحديد سعر الخدمات التأمينية وذلك بإفراد إدارة خاصة لها حتى تحقق أهدافها.

2 / مراجعة استراتيجيات وسياسات التسعير بصفة مستمرة للتأكد من مدى ملاءمتها وتطابقها مع الأهداف الموضوعية.

3 / ضرورة اهتمام الشركات بدراسة البيئة الداخلية والخارجية وجمع كافة المعلومات المتعلقة بمتغيراتها حتى تتمكن من الإحاطة بتلك المتغيرات واستغلالها في تحسين وتطوير أدائها.

4 / الاهتمام برغبات العملاء والمحافظة عليهم خاصة في ظل المنافسة القائمة بين الشركات.

#### المراجع والمصادر:

- 1 . إدريس، ثابت عبد الرحمن، (2003م)، " نظم المعلومات الإدارية في المنظمات المعاصرة"، الإسكندرية، الدار الجامعية للنشر والتوزيع.
2. اتحاد شركات التأمين السودانية، (2004م)، (تقرير حول سوق التأمين السوداني)، ورقة عمل مقدمة لمؤتمر شركات التأمين في السودان، الخرطوم.
3. السيد، اسماعيل، (2004م)، "التسويق مفاهيم معاصرة"، عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع.
4. الصيرفي، محمد، (2005م)، " مبادئ التسويق"، الاسكندرية، مؤسسة حورس الدولية.
5. الجياشي، على عبدالرضا، (2007م)، " التسعير مدخل تسويقي"، عمان، دار جهينة للنشر والتوزيع.
7. الكلاياني، عثمان، (2000م)، " مدخل نظم المعلومات الإدارية"، القاهرة، مكتبة الاشعاع للنشر والتوزيع.

9. بربر، أحمد إبراهيم، (2004م)، " دور نظم المعلومات الإدارية في فاعلية اتخاذ القرارات "، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا.

10. مقبولة، عبد الله على، (2004م)، " استراتيجية تسعير خدمات الاتصال وأثرها على برامج التطوير والتحديث "، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا.

16. صلاح الدين، عبدالمنعم مبارك، (2001م)، " نظم المعلومات المحاسبية و الإدارية "، القاهرة، الدار الجامعة للنشر والتوزيع

مدى توافر واستخدام الوسائل التعليمية لتدريس مقرر الجغرافيا للصف  
الثالث الثانوي

(دراسة وصفية تحليلية بمحلية أم درمان)

أ.د. عبد الرحمن عبد الله الخانجي

د. صديق محمد أحمد سعيد

السماني صديق أبوصالح

### المستخلص:

هدفت هذه الدراسة لمعرفة مدى توافر واستخدام الوسائل التعليمية في تدريس مقرر الجغرافيا بالصف الثالث الثانوي وقد صيغت في ضوء هذا التساؤل الرئيس التساؤلات الفرعية التالية:

1- ما الدعم المادي الذي تخصصه الإدارة التربوية والمدرسية للوسائل التعليمية؟

2- ما رغبة المعلمين في استخدام الوسائل التعليمية؟

3- ما درجة تدريب المعلمين على استخدام الوسائل التعليمية؟

اتبع الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، ويتكون مجتمع الدراسة من المعلمين والمعلمات الذين يدرسون مادة الجغرافيا للصف الثالث بالمرحلة الثانوية بمدينة ام درمان، وقد تم اختيار عينة عشوائية ممثلة لهم بلغت (50) معلماً ومعلمة من مجتمع الدراسة البالغ عدده (72) معلماً ومعلمة وزعت عليهم استبانة صالحة للمعالجة الإحصائية، وتحليل البيانات استخدم برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS).

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية: -

1- لا توفر وزارة التربية والتعليم والإدارة المدرسية الدعم المادي لتوفير الوسائل التعليمية.

2- يرغب المعلمون في استخدام الوسائل التعليمية في تدريس مادة الجغرافيا.

3- قلة الدورات التدريبية على استخدام الوسائل التعليمية.

على ضوء النتائج يوصي الباحث بالآتي:

- 1- ضرورة توفير الدعم المادي والفني الذي يساعد في استخدام الوسائل التعليمية من قبل وزارة التربية والتعليم والإدارة المدرسية.
- 2- ضرورة إدخال التعليم الإلكتروني والمبرمج في المناهج الدراسية.
- 3- ضرورة تدريب المعلمين على استخدام وتصميم الوسائل التعليمية وذلك بعقد دورات قصيرة وطويلة لها.

#### الكلمات المفتاحية:

الوسائل التعليمية: إن الوسيلة التعليمية في منظومة التدريس المعاصر ليس مجرد وسيلة تعليمية معينة أو وسيلة إيضاح ؛ ولكنها وسيلة ضرورية بها تكتمل عناصر المنظومة التدريسية.

ويعرفها سلامة (1998: ص24) بأنها أجهزة وأدوات يستخدمها المعلم لتحسين العملية التعليم، ومنها وسائل الإيضاح والوسائل السمعية والبصرية المستخدمة بغرض تحقيق أهداف تعليمية محددة.

الجغرافيا:

علم يدرس ظواهر سطح الأرض الطبيعية، ويدرس توزيع الحياة النباتية والحيوانية والبشرية، وآثار النشاط الإنساني في مختلف بقاع الأرض، وميدان هذا العلم الطبقة العليا من قشرة الأرض والطبقة السفلى من الجو.



**Abstract**

The aim of this study to know how far is education aids available in teaching geography syllables for 3rd secondary students and it has been written to involve the answers of the following inquires:

- 1What is the financial support which specified from ministry of education in addition to school administration for educational aids ?
- 2How far teaching staff eager to use educational aids?
- 3How far the training for teaching staff to use educational aids ?

The researcher in this study follows descriptive and analysis syllabus and study community consists of males and females teachers who teach geography for 3rd secondary students in Omdurman region . A random sample of “50” teachers has been chosen from study community out of 72 teachers who received questionnaire that adjustable statically for analyses data the static program for social statics (SPSS)

The study results are:

- 1Ministry of Education in addition to school administration do not provide financial support for educational aids .
- 2Teachers want to use educational aids in teaching geography.
- 3Lack of training courses in usage of educational aids.

Regarding to above results the searcher recommends the following:

- 1Ministry of Education in addition to Educational School Administration should provide technical and financial support which help in the usage of educational aids .
- 2It is a must to insert electronic learning in education syllabus or in learning process..

3-It is a must to train teaching staff how to use and design educational aids throughout short term and long term courses.

Key words:

Educational Aids :

Educational aids is the theory of modern education isn't only particular educational aids or clarity aid but it is important for all educational theories. Salama has defined it ( 1998page 24). as aid is tools and equipments educational process a such as descriptive aids and audio –visual which used to achieve specific educational goals.

Geography :

Science for teaching phenomenon of surface of natural Earth and teaches the disturbance of animal and plant life and effect of human actives in different side off land the ground of this science it's the upper paned low parts of atmosphere

مقدمة:

تلعب التربية دوراً أساسياً في تكوين إنسان هذا العصر ، وقد أضحي التعليم في أي مكان حقاً ضرورياً للجميع ، ولتأمين هذا الحق والحصول على أكبر أثر وأعمق الأهداف فلا بد من توفير البيئة التعليمية المناسبة من حيث المنهج المدرسي والمعلم المؤهل والوسيلة التعليمية الملائمة وهذه الوسائل إذا ما أحسن المعلم اختيارها واستخدامها يستطيع من خلالها أن يغير اهتمام التلاميذ ويشوقهم ويوسع خبراتهم ويساعدهم على الفهم وشحذ الفكر وتعليم المهارات وتنمية الاتجاهات.

بالرغم من أن علم وسائل وتكنولوجيا التعليم قد مضى عليه الآن أكثر من نصف قرن، إلا أن تبنيها واستخدامها فعلياً في التربية المحلية لم يلاحظ سوى حديثاً وهدف التربية دوماً استغلال الخبرات الحسية في المواقف التعليمية ، وبناءً على ذلك شعر الباحث بحاجة ماسة لمعرفة الطرق الكفيلة بمساعدة الطلاب على تحقيق الأهداف التربوية لمقرر الجغرافيا للصف الثالث الثانوي ويحتاج لاستخدام الوسائل اللازمة لتوصيل المادة إلى أذهان الطلاب. مشكلة الدراسة وأهميتها:

## مشكلة الدراسة:

من خلال خبرة الباحث في تدريس مادة الجغرافيا بالمرحلة الثانوية بالسودان، وتوصيات المؤتمرات العلمية، و نتائج بعض الدراسات السابقة منها ، دراسة الطاهر سنة 2007م يمكن صياغة السؤال الرئيس التالي:

(ما مدى توافر واستخدام الوسائل التعليمية في تدريس منهج الجغرافيا بالصف الثالث الثانوي؟).

ويتفرع منه الأسئلة الفرعية التالية:

- 1- ما الدعم المادي الذي تخصصه وزارة التربية والتعليم والإدارة المدرسية؟.
  - 2- ما رغبة المعلمين في استخدام الوسائل التعليمية؟.
  - 3- ما درجة تدريب المعلمين على استخدام الوسائل التعليمية؟.
- أهمية الدراسة: -

تكمن أهمية هذه الدراسة في النقاط التالية:

- 1- لفت نظر المسؤولين في وزارة التربية والتعليم والإدارة المدرسية في توفير الوسائل التعليمية بالمرحلة الثانوية.
  - 2- ضرورة اهتمام المعلمين بالوسائل التعليمية في تدريس منهج الجغرافيا في المرحلة الثانوية.
  - 3- قد تظهر نتائج هذه الدراسة مدى تلقي المعلمين لدورات تدريبية في مجال تصميم وإنتاج واستخدام الوسائل التعليمية في المرحلة الثانوية.
- أهداف الدراسة:

- تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى توافر واستخدام الوسائل التعليمية في تدريس منهج الجغرافيا للصف الثالث الثانوي.
- من خلال تحقيق الأهداف الفرعية التالية:
- 1- التعرف على مدى اهتمام وزارة التربية والتعليم والإدارة المدرسية بالوسائل التعليمية وتوفير الدعم المناسب لها.
  - 2- التعرف على مدى اهتمام المعلمين باستخدام الوسائل التعليمية والأخذ بها في برامجهم الدراسية.

3- التعرف على أهمية تدريب المعلمين على استخدام الوسائل التعليمية.

#### منهج الدراسة:

وفقاً لطبيعة هذه الدراسة اتبع الباحث المنهج الوصفي الذي يعتمد على جمع المعلومات حول الظواهر المدروسة ويصفها كيفاً وكماً ليوضح حجمها ودرجة ارتباطها بالمتغيرات المختلفة للدراسة.

#### أداة الدراسة:

استخدم الباحث الاستبانة لجمع المعلومات الخاصة بالدراسة.

#### حدود الدراسة:

تحدد حدود الدراسة فيما يلي :

##### 1/ الحد الموضوعي :

- مدى توافر واستخدام الوسائل التعليمية في تدريس مقرر الجغرافيا بالصف الثالث الثانوي ، وتعتمد نتائج الدراسة على إجابة معلمي ومعلمات الجغرافيا (عينة الدراسة).

##### 2/ الحد المكاني : مدارس محلية ام درمان .

##### 3/ الحد الزمني : العام الدراسي 2010-2011م .

#### مصطلحات الدراسة:

1 الوسائل التعليمية: ما يستخدمه المرء في التوصل إلى الشيء وهنا ما يستخدمه المعلم لتوصيل المعلومة.

وهي مجموعة المواقف والمواد الأجهزة التعليمية والأشخاص الذين يهتم بتوظيفهم حتى ضمن إجراءات إستراتيجية التدريس، بقية تسهيل عملية التعليم والتعلم، مما يسهم في تحقيق الأهداف التدريسية المرجوة في نهاية المطاف (الحيلة: 2003م ، 184).

وهي القناة التي تمر من خلالها الرسالة بين المرسل والمستقبل وتضم الصوت والمطبوعات والخرائط والرسوم ولوحات العرض والصور الثابتة والأفلام

المتحركة والمسجلات الصوتية والإذاعة والحاسبات الآلية والتعليم وغير ذلك.  
(الطوبجي: 1981، 31)

### المرحلة الثانوية:

هي المرحلة الثانية من مراحل التعليم العام ، والتي تلي مرحلة الأساس والمحددة بالفئة العمرية (15-18 سنة). مؤتمر سياسات التعليم (3، 1990م).  
منهج الجغرافيا:

يختلف مفهوم الجغرافيا كمادة دراسية عن مفهوم الجغرافيا كعلم بحد ذاته. فمنهج الجغرافيا كمادة دراسية تقدم المعلومات والحقائق والمفاهيم الجغرافية وفق أهداف تربوية مراعية في ذلك المستوى التعليمي للطالب غايتها في ذلك تنشئة الفرد؛ ليكون مواطناً صالحاً لوطنه وبيئته. (محمود: 2005م، 22).  
إجرائياً:

هو منهاج مقرر على طلاب الصف الثالث بالمرحلة الثانوية بجمهورية السودان.

### الإطار النظري والدراسات السابقة:

#### مفهوم الوسائل التعليمية:

هناك العديد من التعريفات للوسائل التعليمية منها القديم ومنها الحديث. وسوف يذكر الباحث بعضاً من هذه المفاهيم والآراء لغوياً واصطلاحياً حول هذا المسمى. كما يستعرض الباحث في البدء المعنى اللغوي لمكونات هذه التسمية، ومن ثم نعود للتعريفات الاصطلاحية لها، ونتعرف على التعميمات والتصنيفات والمراحل التي مرت بها الوسائل التعليمية حتى استقرت على ما هي عليه الآن.

#### المعنى اللغوي:

" وسل، الوسيلة لمنزله عند الملك والوسيلة الدرجة، والوسيلة الوصول والقرى، وجمعها الوسائل". (ابن منظور: 1968م، 113).

" أُولَئِكَ الَّذِينَ يَدْعُونَ يَبْتَغُونَ إِلَىٰ رَبِّهِمُ الْوَسِيلَةَ أَيُّهُمْ أَقْرَبُ وَيَرْجُونَ رَحْمَتَهُ وَيَخَافُونَ عَذَابَهُ ۚ إِنَّ عَذَابَ رَبِّكَ كَانَ مَحْذُورًا " سورة الإسراء الآية (57).

" الوسيلة ما يقرب به إلى غيره" فكلمة الوسيلة لغوياً هي ما يتقرب به إلى غيره وعليه يكون استعمالها فيه وجه الصواب ؛ لأننا أردنا ما يتقرب به إلى معني الشيء وما يتوصل به، لفهم شيء في العملية التعليمية أو ما يُزال به الغموض الموجود في العملية التعليمية. (الجوهري:1987، 125).

المعني الاصطلاحي:

التعريفات الاصطلاحية للوسائل التعليمية متعددة وكلها تدور في مدار واحد تشكل مفهوماً واحداً، بالإضافة إلى أنها تتفق مع التعريف اللغوي.

(هي المواد والأدوات، أو الأجهزة وقنوات الاتصال، التي تنقل بواسطتها المعرفة للدارسين). (الكلوب: 1993، 32).

مرّ مصطلح الوسائل التعليمية بعدة مراحل تطورية ومسميات مختلفة، اختلف باختلاف الدور الذي تؤديه الوسائل في العملية التعليمية، وباختلاف الحواس المستخدمة في إدراكها، ومن أهم هذه المراحل ما يلي:

المرحلة الأولى: تسمية الوسائل التعليمية على أساس الحواس التي تخاطبها الوسيلة: صنفت الوسائل التعليمية في هذه المرحلة إلى ثلاث وهي:

#### 1. الوسائل البصرية Visual Aids:

هي كل ما يستخدمه المعلم من أدوات ومواد تعليمية تخاطب حاسة البصر لدى المتعلم مثل الصور والرسومات، فالإنسان يشاهد الأشياء فيتعرف عليها ويدركها فيفهمها ومن ثم يتعلمها، حيث أكد جاك روسو على ضرورة وضع الأشياء أمام المتعلم حتى يراها فيدركها. (الكلوب: 2005، 22)

#### 2. الوسائل السمعية Audio Aids:

وهي كل الأدوات والمواد التعليمية التي يستخدمها المعلم مخاطباً بها حاسة السمع لدى المتعلم لإكسابهم خبرات تعليمية مسموعة مثل: التسجيلات الصوتية، وقديماً كان السمع والحفظ هي المصادر الأساسية لنقل المعارف والعلوم وعن طريق هذه الوسيلة انتقل إلينا القرآن وتجويده والحديث والشعر بواسطة الحفظة والرواة. (الكلوب: 1993، 22).

3. الوسائل السمعية البصرية Audio Visual Aids: وهي كل المواد والأدوات والأجهزة التي تخاطب حاستي السمع والبصر لدى المتعلم لتكسبه خبرات تعليمية مسموعة ومرئية مثل السينما والتلفزيون. ويؤكد أنصار هذه التسمية أن نسبة ما يتعلمه الفرد من خبرات عن طريق حاستي السمع والبصر أكبر مقارنة بما يتعلمه بواسطة الحواس الأخرى (كاظم وعبد الحميد: 26، 1990).

المرحلة الثانية: تسمية الوسائل التعليمية على حسب دورها في التدريس: تعدّ الوسائل التعليمية في هذه المرحلة مواد معينة للتدريس أو معينات للتعليم، أي هي مواد ناتجة عن اجتهادات المعلم لتعينه وتساعد في توضيح مفهوم الدرس وتقريب المفاهيم لأذهان الطلاب، وإيضاح المعاني التي لم يستطع شرحها بالكلمة المجردة، ويُعاب على تسمية الوسائل المعينة أنها تعدّ الوسائل التعليمية وسائل كمالية وثانوية في عملية التدريس يمكن الاستعانة بها أو الاستغناء عنها. (الكلوب : مرجع سابق، 23) .

المرحلة الثالثة: تسمية الوسائل التعليمية على أساس دورها في الاتصال: سميت الوسائل التعليمية في هذه المرحلة بوسائل الاتصال Communication of means وربط أصحاب هذه التسمية الوسائل التعليمية بنظرية الاتصال Communication theory وعُدت الوسائل التعليمية في هذه المرحلة بأنها قنوات اتصال تنقل الرسالة (الأهداف) من المرسل (المعلم) إلى المستقبل (الطالب) لتحقيق عملية الاتصال، التي تتشكل في هذه المرحلة المفهوم العام لعملية التعليم والتعلم والتي تتكون من العناصر التالية:

1. المرسل: وهو المعلم
  2. الرسالة: وهي المعرفة والخبرة
  3. المستقبل: وهو المتعلم
  4. وسيلة الاتصال: وهي الأدوات التي تنقل المعرفة من المرسل إلى المستقبل، وهي الوسائل التعليمية حيث سميت بوسائل الاتصال.
- (بشير الكلوب: مرجع سابق، 24).

المرحلة الرابعة: تسمية الوسائل التعليمية على أساس ارتباطها بعملية التعليم والتعلم:

وفي هذه المرحلة عُدَّت الوسائل التعليمية مواد وأدوات مكّمة للمحتوى المعرفي للموقف التعليمي، ومن أكثر مسميات هذه المرحلة شيوعاً هي:

1. الوسائل التعليمية Instructional Aids: ربطت هذه التسمية الوسائل التعليمية بعملية التعليم بشتى صورته وأشكاله، وعُرِّفت الوسيلة في هذه المرحلة بأنها كل ما يستخدمه المعلم من أجهزة ومواد وأدوات وغيرها، داخل غرفة الصف أو خارجها؛ لنقل خبرات تعليمية محددة إلى المتعلم بسهولة ويسر ووضوح مع الاقتصاد في الوقت والجهد المبذول.

2. الوسائل التعليمية Learning Aids ترتبط هذه التسمية بعملية التعلم، والتي لا يشترط أن تتم بطريقة التدريس المقصود، بل يمكن أن تتم بطريقة التعلم الذاتي حيث يمكن للمتعلم تعلم العديد من الخبرات بنفسه دون الاستعانة أو الاعتماد على المعلم، وبالتالي عُرِّفت الوسيلة بأنها كل ما يستخدمه المتعلم من أجهزة وأدوات ومواد تعليمية داخل أسوار المؤسسة التعليمية أو خارجها بهدف اكتساب مزيد من الخبرات والمعارف بطريقة ذاتية.

3. الوسائل التعليمية التعليمية: نسبة لارتباط عملية التعلم بعملية التعليم، يمكن استخدام الوسيلة الواحدة من قبل المعلم والمتعلم في أن واحد، أي يمكن أن تكون تعليمية وتعليمية في الموقف الواحد، فتم دمج التسميتين في مصطلح واحد هو الوسائل التعليمية التعليمية. وبهذا يمكن القول أن الوسائل التعليمية هي الوسيلة التي يستخدمها المعلم لنقل خبرات جديدة للمتعلم. والوسائل التعليمية هي الوسيلة التي يستخدمها المتعلم لاكتساب خبرات جديدة بنفسه دون الاعتماد على المعلم. (الحيلة: 2000،

(29-28)

المرحلة الخامسة: تسمية الوسائل التعليمية على أساس منحى النظم:

في هذه المرحلة انتقل الاهتمام من الوسائل التعليمية كأجهزة ومواد وأدوات، للاهتمام بجوهر العملية التعليمية والإستراتيجيات التعليمية الموضوعة لخدمة العملية التعليمية، واهتمت بكيفية استخدام الوسائل التعليمية؛ لتحقيق الأهداف آخذين في الاعتبار معايير اختيار الوسائل ومدى توافر الإمكانيات المادية والبشرية المتاحة في البيئة التي تستخدم فيها. ونتج عن ذلك عدة تسميات للوسائل التعليمية من بينها. (المرجع السابق: 31).



1. التعليم المبرمج
2. أسلوب النظم
3. التصميم التعليمي.

### أهمية الوسائل التعليمية:

1. تقدم حلول واقعية لمشكلات العصر المتمثلة في الآتي:
 

أ. الثورة المعرفية: وهو ما يشهده العصر من زيادة هائلة في المعارف لم يسبق لها مثيل. فمعدل زيادة المعرفة مستمر في الزيادة. فتظهر كل يوم مخترعات جديدة وأبحاث، واكتشافات جديدة في المجالات المعرفية المختلفة، ينبغي أن تواكب التربية هذا التطور، لذلك لابد للتربية من استخدام الوسائل التعليمية المناسبة لمسايرة هذا التطور.

ب. الانفجار السكاني: من أخطر المشكلات التي تواجه العالم اليوم مشكلة زيادة السكان وما يصاحبها من تعقيدات اقتصادية، واجتماعية، وتربوية، فتزايد أعداد الذين يطالبون بحقهم في العلم والمعرفة بصورة كبيرة ؛ للاستجابة لهذه المطالب تم فتح أعداد هائلة من المدارس، وتم توفير الإمكانيات المادية والبشرية والعلمية بقدر الإمكان، ولمعالجة محدودية الإمكانيات المادية والبشرية وجب استخدام الوسائل التعليمية المناسبة؛ لإتاحة التعليم لأكبر عدد من السكان.
- 2- تسهم الوسائل التعليمية في حل مشكلة قلة عدد المعلمين المؤهلين علمياً وتربوياً والاستفادة منهم في تعليم أكبر عدد من الطلاب بواسطة استخدام الوسائل التعليمية المناسبة، مثل الفيديو التفاعلي، والإذاعة ، التلفزيون التعليمي.
- 3- تساعد الوسائل التعليمية في استثارة اهتمام المتعلمين وجذب انتباههم.
- 4- تساعد الوسيلة التعليمية في التغلب على مشكلة الفروق الفردية عن عرضها واستخدامها.

5-تقرب الوسائل التعليمية البعد الزمني والمكاني للخبرة المراد تعلمها. (الكلوب: مرجع سابق، 19)

#### قواعد الاستخدام الوظيفي للوسائل التعليمية:

عند استخدام المعلم للوسائل التعليمية، يجب عليه إتباع عدة خطوات هامة تتمثل في المراحل الثلاث التالية (الكلوب: 1989م، 18):

مرحلة ما قبل الاستخدام الفعلي: تشتمل على الخطوات التالية:

1. تحديد أهداف الدرس وما يمكن أن يحققه الوسائل التعليمية منها.
  2. انتقاء الوسيلة أو الوسائل التي تحقق هذا الغرض.
  3. تجريب الوسيلة قبل استخدامها في الفصل، أو القاعة للتأكد من صلاحيتها.
  4. تجهيز متطلبات تشغيل هذه الوسيلة.
  5. تجهيز مكان عرض الوسيلة.
  6. تضمين الوسيلة أو الوسائل التي تم اختيارها في تحضير الدرس وتحديد التوقيت المناسب لاستخدامها (الخطوة العامة لاستخدام الوسيلة)
  7. تجهيز الأنشطة والتدريبات والأسئلة التي سيتم تقديمها قبل عرض الوسيلة وبعدها.
- القواعد العامة لاستخدام الوسائل التعليمية:
- تتم هذه المرحلة في الفصل الدراسي أو القاعة أو في مكان العرض، وتتضمن القواعد أو الخطوات التالية:
1. إحضار الوسيلة أو الوسائل إلى الفصل أو مكان العرض.
  2. تهيئة الطلاب لعرض الوسيلة: تعريف الطلاب بالهدف من الوسيلة وتوقيت عرضها، ومحتواها، ومدة العرض.
  3. قد يشارك المعلم الطلاب في تشغيل الوسيلة.
  4. توجيه بعض الأسئلة، أو التدريبات، أو الأنشطة السابق إعدادها قبل العرض
  5. يتم عرض الوسيلة في الوقت المناسب السابق تحديده في تحضير الدرس مع مراعاة المرونة في اختيار التوقيت ، وفقا لطبيعة الطلاب أو بمعنى آخر اللحظة السيكلوجية المناسبة لدى الطلاب.

7. على المعلم متابعة رد فعل الطلاب أثناء عرض الوسيلة ؛ حتى يستطيع تطوير الموقف التعليمي والتكيف مع ردود فعل الطلاب، كأن يبطئ أو يسرع عرض المادة الموجودة في الوسيلة التعليمية، أو يقدم تعليقاً معيناً أثناء العرض، أو تصحيح الأفكار الخاطئة السابق اكتسابها لدى الطلاب.

8. الاهتمام بإجراء مناقشة والإجابة عن الأسئلة التي تم توجيهها قبل العرض والاهتمام بتفاعل جميع الطلاب، والرد على استفسارهم.

9. بعد الانتهاء من عملية العرض، يتم وضع الوسيلة في نهاية مكان العرض، أو نقلها إلى خارج الفصل، أو مكان العرض حتى لا ينشغل الطلاب بها. مرحلة بعد الاستخدام (التقويم):

تتم في هذه المرحلة تقويم مدى فاعلية الوسيلة التعليمية في تحقيق الأغراض أو الغرض من استخدامها، ومدى استفادة الطلاب منها. الجغرافيا:

يعد علم الجغرافيا ذلك العلم الذي يتناول توزيع مختلف الظواهر الطبيعية والبشرية على سطح الأرض، فمثلاً يوزع اليابس والماء، والتضاريس والتوزيعات السكانية، وغيرها . فكلمة جغرافيا تستمد أصولها من اللغة الأغريقية ، واللاتينية وهي مكونة من مقطعين (Geo) وتعني الأرض "graphy" وتعني الوصف. أي ان الكلمة تعني وصف الأرض والدراسات الجغرافية تشمل وصف الظواهر الكونية، والفلكية المختلفة، فقد اهتمت بدراسة الأرض والمجموعة الشمسية وخطوط الطول ودوائر العرض ومواقع النجوم، والأجرام السماوية الأخرى. ووصف البلدان، وأحوالها وقد ترتب على ذلك أن ترك لنا الإغريق تراثاً جغرافياً مهماً . ( محمود: 2005، 12 ).

#### مفهوم الجغرافيا كمادة دراسية:

يختلف مفهوم الجغرافيا كمادة دراسية عن مفهوم الجغرافيا كعلم بحد ذاته ؛ فالجغرافيا كمادة دراسية تقدم المعلومات والحقائق والمفاهيم الجغرافية وفق أهداف تربوية مراعية في ذلك المستوى التعليمي للطلاب . غايتها في ذلك تنشئة الفرد ليكون مواطناً صالحاً نافعاً لوطنه وبيئته، ويؤكد ( يحيى: 2005، 19 ) أن مادة الجغرافيا تعمل على تحقيق الأهداف التعليمية والتربوية من خلال تعريف الطالب ببيئته التي يعيش

فيها و كشف طبيعته هذه البيئة سواء أن كانت بشرية أو طبيعية. كما تزوده مادة الجغرافيا بأقوى شاهد وخير دليل على قدرة الخالق العظيم فيرسخ إيمانه وتقوى عقيدته.

#### الدراسات السابقة:

لتحقيق أهداف هذه الدراسة قام الباحث بزيارات إلى المكتبات الجامعية ؛ للاطلاع على أكبر عدد من الدراسات التي تتصل بدراسته بصورة مباشرة أو غير مباشرة. تناولت موضوع الوسائل التعليمية بأوجه مختلفة، وفي حدود ما توفر للباحث من هذه الدراسات التي لها علاقة مباشرة بالدراسة الحالية ، وحدود مجالاتها وطبيعة مشكلتها يعرض تلك الدراسات على النحو الآتي:

أجرى (أبوا دريس 1998م) دراسة بعنوان واقع استخدام الوسائل التعليمية في جامعة الجزيرة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، وقد هدفت الدراسة إلى معرفة أسس استخدام الوسائل التعليمية في عرض المادة الدراسية، ومعرفة مدى توفر الوسائل التعليمية للأستاذ الجامعي التي تشمل الأجهزة، المواد، البرامج و المعدات التعليمية، والتعرف على مدى استخدام الأساتذة للوسائل التعليمية ومعوقات استخدامها، والتقدم بتوصيات بهدف تطوير واقع الوسائل التعليمية واستخدامها في المراحل الجامعية. وقد تكونت عينة الدراسة من ( 150 ) عضو هيئة تدريس تم اختيارهم بالطريقة العشوائية الطبقية، وقد اتبع البحث المنهج الوصفي، أما أدوات جمع المعلومات فكانت المقابلات والاستبانة ، ومن أهم نتائج هذه الدراسة ضعف استخدام الوسائل التعليمية بالكلية العلمية، والأدبية بصورة عامة. قلة توفر الوسائل التعليمية بشقيها (الأجهزة التعليمية، الوسائل التعليمية). هناك عوامل تعوق التدريب الكافي للأساتذة على استخدام الوسائل التعليمية ؛ وذلك لارتفاع تكاليف المواد اللازمة لاعداد الوسيلة التعليمية محلياً.

وأجرى (سيد احمد 2004) دراسة بعنوان واقع استخدام الوسائل التعليمية بالمدارس الثانوية بمحلية الشهداء. وهدفت الدراسة لإبراز أهمية الوسائل التعليمية ومدى توفرها ومصادرهما والصعوبات التي تواجه المعلمين في إنتاجها، وكانت عينة الدراسة مدارس محلية الشهداء بامدرمان وقد اتبعت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي واستخدمت الاستبانة لجمع المعلومات ومن نتائج الدراسة أن الوسائل التعليمية التي

تعتمد على الناحية المادية غير متوفرة، كما أن الوسائل التعليمية الحديثة غير متوفرة ولا تستخدم. أما الوسائل التي تعتمد على مجهود المعلم فهي متوفرة نوعاً ما. كما أجرى (الطاهر 2007م) دراسة بعنوان واقع استخدام الوسائل التعليمية في مادة الجغرافيا بالمرحلة الثانوية بولاية الخرطوم وقد هدفت الدراسة الى معرفة مدى توفر واستخدام الوسائل التعليمية، والتعرف على بعض المعوقات التي تحول إلى دون استخدام الوسائل التعليمية لدى معلمي الجغرافيا ؛ ولتحقيق هذه الأهداف اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي، أما أداة الدراسة فقد استخدم الباحث الاستبانة موزعة على عينة من مجتمع الدراسة التي كانت حوالي (40) معلماً ومعلمة يقومون بتدريس مادة الجغرافيا، وقد توصلت نتائج الدراسة الى أن الأجهزة التعليمية غير متوفرة في المدارس وغير مستخدمة في العملية التعليمية. وأن الإدارة المدرسية تهتم بالجانب الإداري أكثر من الاهتمام بإنتاج واستخدام الوسائل التعليمية.

#### التعليق على الدراسات السابقة:

كُلُّ من الدراسات السابقة والحالية استخدمت المنهج الوصفي التحليلي الذي يقوم على التحليل، ومن ثم جمع البيانات التي تمثل مجتمعات الدراسة وتفسير النتائج. كما هدفت جميع الدراسات السابقة الى معرفة أهمية وواقع استخدام الوسائل التعليمية، وقد اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة أبو إدريس وسيد أحمد والطاهر في استخدام الوسائل التعليمية في المراحل التعليمية المختلفة. وقد اختلفت هذه الدراسة مع دراسة أبو إدريس وسيد أحمد والطاهر في مجتمع وعينة الدراسة. وقد استفاد الباحث من الدراسات السابقة في التعرف على منهجية البحوث العلمية وأسلوب كتابة الرسائل الجامعية، ووضع خطة الدراسة بالشكل المطلوب، وفق الأسس والقواعد المتبعة في البحوث والدراسات العلمية. والتعرف على الإطار النظري في البحوث السابقة لمصادر معلومات للدراسة الحالية. ومعرفة الطريقة والإجراءات التي انتهجتها البحوث السابقة ومحاولة الاستفادة منها في الدراسة الحالية.

#### إجراءات ومنهج الدراسة:

سعت الدراسة الحالية للكشف عن مدى توافر واستخدام الوسائل التعليمية في تدريس مادة الجغرافيا من قبل وجهة نظر المعلمين، تم تطبيق الاستبانة أداة للدراسة، وتكون مجتمع الدراسة البالغ عددهم (72) معلماً ومعلمة الجغرافيا بمحلية أم درمان. **عينة الدراسة:**

تتكون عينة الدراسة من المعلمين والمعلمات الذي يقومون بتدريس مقرر الجغرافيا للصف الثالث الثانوي بمحلية أم درمان والبالغ (50) معلماً ومعلمة تم اختيارهم بطريقة عشوائية. **منهج الدراسة:**

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي ، إذ أن المنهج الوصفي يُعد من أنسب المناهج ؛ لمعالجة مشكلة هذه الدراسة حيث أنه يساعد على إلقاء الضوء على الجوانب المختلفة لمشكلة الدراسة، عن طريق الوصف والتحليل المركز، والفهم العميق لظروفها، ومتغيراتها الحالية، وذلك من خلال جمع معلومات غزيرة عنها، تزيد من توضيح أبعادها، وجوانبها المختلفة، مما يساعد على تفسيرها، والتنبؤ باتجاهاتها المستقبلية.

#### أداة الدراسة الاستبيان:

يعتبر الاستبيان الأداة الرئيسة لجمع البيانات وقد تم توزيع عدد (50) استبانة وتم استلام (50) استبانة صالحة للمعالجة الإحصائية وقد اشتملت على عدد من الأسئلة: 1/ الى أي مدى تسهم وزارة التربية والتعليم و الإدارة المدرسية في توفير الوسائل التعليمية.

2/ ما مدى رغبة المعلمين في استخدام الوسائل التعليمية.

3/ هل تلقيت تدريباً في مجال انتاج واستخدام الوسائل التعليمية.

#### صدق أداة الدراسة :

تحقق الباحث من صدق الاستبانة على النحو التالي :

أولاً : الصدق الظاهري :

للتأكد من الصدق الظاهري للاستبانة عرضت على (5) من المحكمين من ذوي الكفاءة والخبرة والاختصاص، وذلك لإبداء رأيهم في أداة الدراسة من حيث مناسبتها الفقرة للمجال الذي تندرج تحته وسلامة الصياغة اللغوية لكل فقرة ووضوحها، وإضافة الملاحظات التي يرونها مناسبة، وقد تمت الاستفادة من الملاحظات التي يرونها مناسبة وقد تم الأخذ بملاحظات المحكمين وإجراء التعديل اللازم.

## 2/ ثبات الاستبانة:

ويعني الثبات هنا أن تكون عبارات الإستبانة بنفس المعني عند جميع أفراد العينة، بحيث أنه لو أعيدت الاستبانة على الأفراد أنفسهم، فإنها تعطي النتائج نفسها أو نتائج متقاربة. وبذلك يمكن القول إن ثبات الاستبانة يعطي قدرته على أن يقيس دوماً ما وضع لأجله.

معامل الثبات:

وباستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS (الإصدارة 1105) تمكن الباحث من (بيانات العينة الاستطلاعية) معرفة معامل الثبات بطريقة ألفاكرونباك المكونة من (20) بنداً، حيث معامل الثبات للإستبانة (0.6560)، وهي قيمة كبيرة نسبياً تدل على تمتع الإستبانة بدرجات جيدة جداً من الثبات في مجتمع الدراسة الحالية.

## Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.6560	50

## صدق الإستبانة:

يعني الصدق أن تقيس الاستبانة ما وضعت لقياسه دون أن تقيس وظيفة أخرى. والصدق هو أهم صفة تميز الاستبانة الجيدة لأن المقياس غير الصادق لا يمكن أن يقيس ما وضع لأجله.

الصدق الظاهري يدل على المظهر العام للاستبانة ويطلق علي الإستبانة صفة الصدق أحياناً إذا كانت تبدو ظاهرياً أنها صادقة، أو كانت سهلة الاستعمال ومغرية المظهر ولكن هذا الصدق لا يؤخذ به فلابد من توفر الصدق التجريبي ويعتبر الصدق الظاهري مهم في اكتساب ثقة شخص ما وإقناعه بأن الإستبانة حقيقة.

$$\text{والصدق الظاهري} = \frac{\text{الجزر التربيعي لمعامل الثبات}}{\text{الصدق الظاهري}} = 0.6560$$

## عرض نتائج الدراسة وتحليلها ومناقشتها

## مقدمة:

يتناول هذا الجزء عرض النتائج التي تم الحصول عليها من خلال الدراسة الميدانية عن طريق تفريغ الإستبانة المحتوية على المحاور. حيث تم إجراء المعالجة الإحصائية للإستبانة باستخدام اختبار (ت) لمتوسط مجتمع دراسة واحدة، وذلك للحكم على مستوى الدلالة الإحصائية مع المقارنة بين قيمة (ت) المحسوبة وقيمة (ت) الجدولية.

عرض ومناقشة السؤال الأول : ( إلى أي مدى تسهم وزارة التربية والإدارة المدرسية في توفير الوسائل التعليمية ):

العبارة	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت المحسوبة	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية	قيمة ت الجدولية	التفسير
الاهتمام بالوسائل التعليمية وتعمل على توفيرها بالمدارس	50	2.8200	1.38048	14.445	49	.000	1.960	دالة
توفر دعم مالي مادي مناسب للوسائل التعليمية للمدارس	50	3.4400	1.31180	18.543	49	.000		دالة
تشجع معلمي المدارس على استخدام الوسائل التعليمية	50	2.9000	1.24949	16.412	49	.000		دالة
السعي لإنشاء معامل خاصة للوسائل التعليمية بالمدارس	50	3.6800	1.31615	19.771	49	.000		دالة



السعي لإنشاء مراكز ومصادر تعليم تحتوي على وسائل حديثة سمعية وبصرية	50	3.5200	1.51509	16.428	49	.000	دالة
المساعدة على توفير الوسائل التعليمية من البيئة المحلية	50	3.0600	1.23569	17.510	49	.000	دالة
التوفر لجميع مستلزمات العرض للوسائل التعليمية في المدارس	50	3.4400	1.37262	17.721	49	.000	دالة

من الجدول أعلاه يتضح أنَّ قيمة (ت) المحسوبة في كل العبارات أكبر من قيمة (ت) الجدولية وهي تساوي (1.960) والقيمة الاحتمالية أقل من (0.05) وهي دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01) ؛ مما يدل على (أن الإدارة التربوية المدرسية دور في الاهتمام بالوسائل التعليمية وتوفيرها للمعلم).

عرض ومناقشة السؤال الثاني : ما مدى رغبة المعلمين في استخدام وإنتاج الوسائل التعليمية :

العبارة	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت المحسوبة	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية	قيمة ت الجدولية	التفسير
أحجام المعلمون عن استخدام الوسائل التعليمية	50	3.0200	1.42127	15.025	49	.000	1.960	دالة
أحجام المعلمون عن استخدام الوسائل	50	2.8600	1.22907	16.454	49	.000		دالة

							التعليمية لانشغالهم بمهام أخرى في المدرسة	
دالة		.000	49	14.75 9	1.3606 7	2.840 0	50	تضعف رغبة المعلمون عن استخدام الوسائل التعليمية
دالة		.000	49	14.96 2	1.3138 2	2.780 0	50	يصعب على المعلم تجهيز الوسيلة التعليمية حسب أغراض الدرس
دالة		.000	49	17.49 8	1.2204 0	3.020 0	50	عدم معرفة المعلم الاستفادة من البيئة المحيطة لإعداد وسيلة تعليمية

من الجدول أعلاه يتضح أنَّ قيمة (ت) المحسوبة في كل العبارات أكبر من قيمة (ت) الجدولية وهي تساوي (1.960) والقيمة الاحتمالية أقل من (0.05) وهي دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01) ؛ مما يدل على ( رأي المعلمين يؤثر سلباً أو إيجاباً نحو استخدام الوسائل التعليمية).

عرض السؤال الثالث : ما درجة تدريب المعلمين على الوسائل التعليمية :

العبارة	العدد	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة ت المحسوبة	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية	قيمة ت الجدولية	التفسير
توفر الإدارة التربوية دورات تدريبية في مجال الوسائل التعليمية للمعلمين	50	2.7200	1.34073	14.345	49	.000	1.960	دالة
تشجيع وزارة التربية والتعليم المعلمين على التدريب لاستخدام	50	2.7400	1.27471	15.199	49	.000		دالة

								الوسائل التعليمية
دالة		.000	49	16.344	1.34983	3.1200	50	أقامة الإدارة الدورات دورات قصيرة (أسبوعين فأقل) للتدريب المعلمين لاستخدام الوسائل التعليمية
دالة		.000	49	21.189	1.07457	3.2200	50	أقامة الإدارة التربوية دورات طويلة (أسبوعين فأكثر) للتدريب المعلمين لاستخدام الوسائل التعليمية
دالة		.000	49	18.278	1.16058	3.0000	50	أقامة المشرف التربوي بتشجيع المعلمين للتدريب على استخدام الوسائل التعليمية
دالة		.000	49	17.755	1.28238	3.2200	50	أقامة المشرف التربوي بكتابة تقرير عن تدريب المعلمين على استخدام الوسائل التعليمية
دالة		.000	49	14.960	1.39913	2.9600	50	تشجيع الإدارة المدرسية المعلمين على التدريب لاستخدام الوسائل التعليمية
دالة		.000	49	16.333	1.21218	2.8000	50	تشجيع الإدارة المدرسية المعلمين على التدريب لصنع

								الوسائل التعليمية من البيئة المحلية
--	--	--	--	--	--	--	--	--

من الجدول أعلاه يتضح أنَّ قيمة (ت) المحسوبة في كل العبارات أكبر من قيمة (ت) الجدولية وهي تساوي (1.960) والقيمة الإحصائية أقل من (0.05) وهي دالة إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01) ؛ مما يدل على (تدريب المعلمين يؤثر إيجاباً على استخدام الوسائل التعليمية).

النتائج والتوصيات والمقترحات :

لقد اسفرت الدراسة الى النتائج الآتية:

- 1/ تشجيع وزارة التربية الإدارة المدرسية المعلمين على استخدام الوسائل التعليمية.
- 2/ لا توفر الإدارة التربوية والمدرسية الدعم المادي لتوفير الوسائل التعليمية .
- 3/ المعلمون يرغبون في استخدام الوسائل التعليمية .
- 4/ قلة الدورات التدريبية على استخدام وإنتاج الوسائل التعليمية.

#### التوصيات:

على ضوء نتائج الدراسة :

يوصي الباحث بالآتي:

- 1/ ضرورة توفير الدعم المادي والفني الذي يساعد في استخدام الوسائل التعليمية من قبل وزارة التربية والتعليم والإدارة المدرسية.
- 2/ العمل على تدريب المعلمين على إنتاج واستخدام الوسائل التعليمية .
- 3/ ربط ترفقات المعلمين بمدى التحاقهم بدورات تدريبية في مجال إنتاج واستخدام الوسائل التعليمية .
- 4/ ضرورة إنشاء مراكز ومصادر تعلم بالمدارس.

المقترحات:

على ضوء النتائج وتوصيات الدراسة يقترح الباحث إجراء البحوث التالية:

- 1/ واقع استخدام التقنيات التعليمية بالمرحلة الثانوية .
  - 2/ متطلبات استخدام التعليم الإلكتروني في المدارس الثانوية.
  - 3/ تعزيز الطلاب في تصميم وإنتاج وسائل تعليمية من البيئة المحلية.
- المصادر والمراجع :
- المصادر :

القرآن الكريم :

1. - ابن منظور: أبو الفضل جمال الدين محمد بن مكرم بن منظور الأفرقي المصري(ت 711هـ). لسان العرب ، دار إحياء التراث العربي ، مؤسسة التاريخ العربي (بيروت، لبنان) ط 1.
2. الجوهري : أبو نصر اسماعيل بن حماد الفارابي (1997) ، مختار الصحاح ، دار العلم للملايين (بيروت ، لبنان) ط 4
3. جمهورية السودان، وزارة اتربية والتعليم، إدارة التخطيط التربوي قسم الإحصاء (2006-2007م )، الخرطوم ، السودان.

#### المراجع:

- 1- الحيلة، محمد محمود (2000م)، تكنولوجيا التعليم بين النظرية والتطبيق، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة ، الطبعة الثانية ، عمان ،الأردن .
- 2- \_\_\_\_\_ تعريف الوسائل التعليمية ،
- 3- الكلوب ، بشير عبد الرحيم (1987م )، استخدام الأجهزة في عملية التعليم والتعلم، الطبعة الثانية ، مكتبة المحتسب ، عمان، الأردن.
- 4- \_\_\_\_\_ (2005م) ، التكنولوجيا في عملية التعليم والتعلم، الأردن ، عمان ، دار الشروق للنشر والتوزيع .
- 5- الطوبجي، حسين حمدي (1981م)، وسائل الاتصال والتكنولوجيا، دار القلم، الكويت.
- 6- سلامة، عبد الحافظ محمد (1998م )، وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم ،دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن .
- 7- كاظم وجابر ، محمد وجابر عبد الحميد (1990م)، الوسائل والمنهج، مصر ، القاهرة ، دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع.

- 8- محمود، صلاح الدين (2005م). تعليم الجغرافيا وتعلمها في عصر المعلومات. ط1 ، القاهرة عالم الكتب.
- 9- يحي، حسن عايل (2005م). الجغرافيا التربوية، الطبعة الثانية ، عمان. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
- الرسائل الجامعية**
1. أبو إدريس، جمال (1998م) ، واقع استخدام الوسائل التعليمية في جامعة الجزيرة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس، ماجستير غير منشور، كلية التربية جامعة الجزيرة .
2. الطاهر، عبد الرحمن بابكر (2007م) واقع استخدام الوسائل التعليمية في مادة الجغرافيا بالمرحلة الثانوية بولاية الخرطوم، دراسة ماجستير غير منشورة ، كلية التربية جامعة الزعيم الأزهرى.
3. سيد أحمد ، نعمات الطاهر (2004م) واقع الوسائل التعليمية بالمدارس بمحلية الشهداء ، دراسة ماجستير غير منشورة، كلية التربية جامعة الزعيم الأزهرى .

### دور الموقف السلوكي للعملاء في خلق الميزة التنافسية

#### شركات الاتصالات في ولاية كسلا

د. عليان علي رحمة عليان ، أ. مشارك

جامعة كسلا - كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية

د. ثريا عمر محمود آدم - أ. مساعد

جامعة كسلا - كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية

عثمان أبوبكر محمد حسن

#### المستخلص

تتناول الدراسة دور الموقف السلوكي للعملاء في خلق الميزة التنافسية اعتماداً على نظرية التسويق بالعلاقات والتي تشير إلى أن التسويق بالعلاقات يؤدي إلى زيادة إتاحة المعلومات عن العملاء والارتقاء بها وتحقيق ميزة تنافسية ابتكارية من خلال

جذب العملاء وتوسيع الأسواق واختراق الأسواق الدولية بحيث تكون المحصلة زيادة الحصة السوقية. وقد تم إجراء الدراسة على العملاء في شركات الاتصالات العاملة في ولاية كسلا في شرق السودان. وتتمثل المشكلة الرئيسية والتي فرضت تنفيذ هذا البحث في إهمال كثير من الشركات الجوانب التسويقية المتعلقة بخلق علاقات قوية ومستمرة مع العملاء، الشيء الذي جعل الكثير من هذه الشركات تعاني من عدم القدرة التنافسية. وبنيت الدراسة على فرضية رئيسية مفادها: وجود علاقة مباشرة بين الموقف السلوكي للعملاء وخلق الميزة التنافسية. والتي اشتقت منها فرضية وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا العملاء وبين الميزة التنافسية. وكذلك وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين ثقة العملاء وبين الميزة التنافسية. كما اعتمدت على عينة عشوائية ميسرة لتمثيل العملاء في شركات الاتصال. وتم جمع البيانات الأولية باستخدام استبانة تم تصميمها لأغراض هذه الدراسة، كما تم تحليل البيانات واختبار الفرضيات باستخدام الحزمة الإحصائية للدراسات الاجتماعية. وقد خرجت الدراسة بالعديد من النتائج أهمها: يحب على الشركات الاتصال بالاهتمام رضا العملاء لما له من تأثير علي خلق الميزة التنافسية وذلك من خلال تقديم بعض الخدمات لعملائها. وقدم البحث العديد من التوصيات منها: ضرورة تجسيد الموقف السلوكي علي واقع شركات الاتصالات من أجل جذب العملاء.

**الكلمات المفتاحية:** رضا العملاء، ثقة العملاء، الميزة التنافسية.

\* رضا العملاء: وهو الحالة التي يصل فيها العميل إلي الشعور بإشباع رغباته وبالتالي يقتنع بالاستمرار في التعامل مع الشركة.

\* ثقة العملاء: وهو ذلك المستوي الذي يشعر به كل من الشركة والعميل في الاعتمادية علي سلامة الوعود التي يقدمها كل طرف للآخر في علاقات التبادل ومفتاح لبناء نموذج التسويق بالعلاقات.

\* الميزة التنافسية: هي قدرة الشركة مواجهة المتغيرات البيئية في السوق وفحصها الدقيق لتقديم ما يجعلها تتفوق علي المنافسين.

## Abstract

The study deals with the role of the behavioral attitude of customers in creating a competitive advantage. The study based on

the theory of marketing in relationship which indicates that marketing in relationships leads to increasing the availability of information on clients and upgrading them and achieving an innovative competitive advantage by attracting customers, expanding markets and penetrating international markets so that the outcome is to increase the market share. The study conducted on clients in telecommunications companies operating in Kassala State, eastern Sudan. The main problem that imposed the implementation of this research is that many companies neglect the marketing aspects related to creating strong and continuous relationships with customers, which made many of them suffer from lack of competitiveness. The study based on the main hypothesis that there is a direct relationship between the behavior of customers and the creation of competitive advantage. From which was derived the hypothesis of a statistically significant relationship between customer satisfaction and competitive advantage. There is a statistically significant relationship between customer confidence and competitive advantage. It also depended on a random sample available to represent clients in the communication companies. The primary data collected by using a questionnaire designed for the purposes of this study. The data analyzed and hypotheses tested by using the statistical package of social studies. The study has come out with many results, the most important of which are: Communication companies are supposed to pay attention to customer satisfaction because of its impact on creating a competitive advantage, by providing some services to their clients. The research made several recommendations, including the need to embody the behavioral situation on the reality of telecommunications companies in order to attract customers.

Keywords: customer satisfaction, customer confidence, competitive advantage.

## 1. تقديم:



يعتبر رضا العملاء من الموضوعات المهمة التي تركز عليها الشركات في الوقت الحالي. إذ يعد تحقيق رضا العملاء من أهم أهداف رجال التسويق نظراً إلى ما يقدمه من استقرار لإيرادات الشركات. كما يمنع هذا الرضا تحول العميل إلى منتجات المنافسين رغم جهود المنافسين التسويقية، خاصة في القطاعات التي يقدم فيها المنافسون منتجات وخدمات متشابهة بمستوي عال. كما أن المنافسة بين الشركات جعلت العديد من المنتجات والخدمات الجوهرية متشابهة بشكل كبير. لذلك بدأت الشركات بالبحث عن مجال للتميز لتحقيق رضا العملاء والمحافظة عليه. (المصطفى، 2013م) لذلك يعد رضا وثقة العميل من الموضوعات الأساسية التي أصبح التنافس فيها كبير لأنها تسهم في بناء قرار الشراء لدى العميل وزيادة رضائه وبناء علاقة طويلة الأجل معه مما يؤدي إلى ولائه وهذا يعتبر ميزة تنافسية للمؤسسة. وقد لاحظ الباحثون الضعف الواضح في اهتمام الشركات بتقدير الموقف السلوكي لعملائها، حيث تسود النظرة قصيرة الأمد للعلاقة مع العملاء وتغيب ثقافة بناء العلاقة طويلة الأجل.

## 2. مشكلة البحث:

لا تعطي كثير من الشركات الاهتمام برضاء العملاء وكسب ثقتهم، وحتى أن بعضاً منها لا تلتزم بتعهداتها تجاه عملائها، الأمر الذي جعلها عرضة لخسارة كثير من عملائها وقدرتها على التنافس. وتتمثل مشكلة البحث في النظرة الضيقة في العلاقة بين شركات الاتصالات وعملائها، فأغلب هذه الشركات تغفل عن الاهتمام برضاء العملاء وخلق علاقة طويلة المد معهم مما أدى إلى الضعف في الثقة فيما بينها وعملائها مما يدفعهم إلى البحث والتحول إلى المنافسين.

حيث تواجه هذه الشركات في بيئتها منافسة شديدة نظراً للتغيرات الجذرية والإجراءات السريعة التي تحدث في محيطها وهذا يفرض عليها معرفة السوق التي تنشط فيه الشركة وكيفية التكيف معه وكذلك التطبيق الفعلي والجيد للمفاهيم التسويقية من أجل تعزيز فرصها في البقاء والنمو كل هذه الظروف أدت الشركة إلى تبني

فلسفة ومفاهيم حديثة لضمان بقائها وإستمراريتها من خلال تنمية العلاقة مع العميل والحصول علي كسب رضائه فالتسويق بالعلاقات يتضمن تكاليف وشبكات إستراتيجية تستهدف بناء أفضل العلاقات التفاعلية بين الشركة وجمهورها لأطول فترة ممكنة. (بوعزة، 2012م)

وعليه تكمن المشكلة في الأسئلة التالية:

1. ما مدى تأثير رضا العملاء في خلق الميزة التنافسية؟

2. ما مدى تأثير ثقة العملاء في خلق الميزة التنافسية؟

3. أهمية البحث:

تتمثل أهمية البحث في أنه يبحث في المتغيرات الخاصة بالموقف السلوكي التي تلعب دوراً مهماً في جذب العملاء لتلك الشركات وتتمثل في (رضا العملاء وكسب ثقتهم) وأثرهما في خلق الميزة التنافسية.

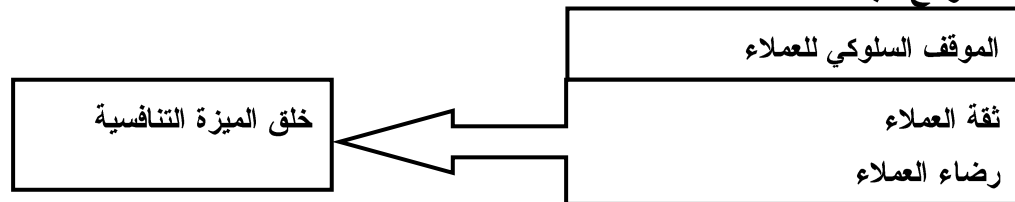
4. أهداف الدراسة:

تتبلور الأهداف الرئيسية لهذه الدراسة في الآتي:

1. تسليط الضوء على مدي تأثير الموقف السلوكي المتمثل في (رضا العملاء - ثقة العملاء) علي خلق الميزة التنافسية.

3. محاولة التوصل إلى بعض المقترحات المتعلقة بالسياسات التسويقية حول الموقف السلوكي للعميل والتي يمكن أن تساهم في خلق الميزة التنافسية.

5. نموذج البحث:



المصدر: إعداد الباحثين

6. فرضية البحث:

وفقاً لمشكلة وأهداف البحث تمت صياغة الفرضيات على النحو التالي:

الفرضية الرئيسية: توجد علاقة مباشرة بين الموقف السلوكي للعملاء وخلق الميزة التنافسية. ومن هذه الفرضية اشتقت منها فرضيتان فرعيتان هما:

1. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ثقة العملاء وبين الميزة التنافسية.
2. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا العملاء وبين الميزة التنافسية.
7. الدراسات السابقة:

توجد في الأدبيات العديد من الدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع منها دراسة (الهواري، 1999م) بعنوان رضا العميل محدثاته والممارسات الإدارية لتحقيقه و تناولت الدراسة رضا العميل باعتبار أن رضا العميل أساس مفهوم تسويق العلاقات وأن هذا الرضا للعميل يقوم علي تحقيق أرباح للمنشأة من خلا إشباع حاجات ورغبات هذا العميل، وهدفت هذه الدراسة إلي تحديد أهمية ومحددات رضا العميل والممارسات الإدارية اللازمة لتحقيقه علي الخدمة المقدمة. ومن أهم النتائج التي تم التوصل إليها رسم خطط وبرامج العميل و ضمان تكرار تعاملات العميل وزمن أهم التوصيات التي توصلت لها تطبيق برامج تدريبية للعاملين من أجل تمكنهم من التفاعل مع العميل وتحقيق رضاه و بناء علاقات طيبة مع العميل. وكذلك دراسة (لوريرو، 2008م) التي هدفت إلى الكشف عن أثر الصورة الذهنية المتعلقة بخدمات الطيران ورضا وثقة المسافرين في هذه الخطوط، وأظهرت الدراسة وجود علاقة بين الصورة الذهنية ورضا المسافرين، فكلما كانت الصورة الذهنية ايجابية كلما كان الرضا أعلي وكذلك تكون الثقة في هذه الخطوط أعلي. هذا بالإضافة إلى أن لجودة الخدمة أثر موجب على الرضا والولاء وكذلك للثقة أثر إيجابي على خلق القوة التنافسية لتلك الشركات. وكذلك دراسة (عاشور، 2006م) التي تناولت مدي مساهمة الأبعاد السلوكية لمفهوم تسويق العلاقات علي ضمان ولاء العميل و التي هدفت لتعرف علي تحليل آراء العملاء في المؤسسات وفقا للأبعاد السلوكية ومن أهم النتائج التي توصلت إليها أن الثقة ورضا العميل يلعب دور في تفسير التغير الرئيسي في ولاء العميل من وجهة نظر العملاء ومن أهم التوصيات التي خرجت بها لابد من الاهتمام بالأبعاد السلوكية متمثلة في وثقته و رضا العملاء لما لهما تأثير مباشر علي بناء العلاقات التسويقية والولاء.

ومن الدراسات التي اطلع عليها معدي الورقة دراسة (فخري، 2003م) التي هدفت إلى التعرف على دور التسويق بالعلاقات في تحويل العلاقة مع العميل إلي علاقة

صدقة. حيث توصلت إلى أن للتسويق بالعلاقات دوراً فعالاً في تحويل العملاء إلى أصدقاء وهذا سوف يغير سلوكهم إيجابياً بسبب الرضا الذي سوف تحققه هذه العلاقة. من ناحية أخرى سعت دراسة (طحطوح، 2009م) إلى معرفة كيف يمكن للتسويق بالعلاقات تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة. وتوصلت إلى أن الميزة التنافسية هي سلم تابع للقيمة لدي الزبون وأن الميزة التنافسية هي إستراتيجية ترتبط بالدرجة الأولى بقوة ردة فعل المنافسين وليس المدي الزمني لها.

#### 8. الإطار النظري للدراسة:

##### أولاً: رضا العملاء:

يعد رضا العملاء من الموضوعات المهمة التي تركز عليها الشركات في الوقت الحالي. حيث يعتبر تحقيق رضا العملاء من أهم أهداف رجال التسويق نظراً إلى ما يحققه من استقرار لإيرادات الشركات. كما يمنع هذا الرضا تحول العميل إلى منتجات المنافسين رغم جهود المنافسين التسويقية، خاصة في القطاعات التي يقدم فيها المنافسون منتجات وخدمات متشابهة بمستوي عال. كما أن المنافسة بين الشركات جعلت العديد من المنتجات والخدمات الجوهريّة متشابهة بشكل كبير. لذلك بدأت الشركات بالبحث عن مجال للتمييز لتحقيق رضا العملاء والمحافظة عليه (المصطفى، 2013م).

ويعتبر العملاء اليوم على درجة كبيرة من المعرفة والقدرة على تقييم عروض المنافسين وتكوين توقعات مسبقة لما يمكن أن تكون عليه المنتجات والخدمات. كما أن توافق العروض المقدمة من الشركات مع توقعات العميل يؤثر بدرجة كبيرة في رضائه وفي احتمالية تكرار عملية الشراء لديه ولأصدقائه ومعارفه.

يعرف رضا العملاء بأنه إحساس بالرضا لدي العميل بعد إتمام عملية شراء منتج أو الحصول على خدمة. وذلك بناء على توقعات العميل. في حين يبين (توفيق وعمر، 2007م) أن عملية إرضاء العميل تنتج عن عملية تقييم داخلي يقارن بها العميل بين توقعاته قبل عملية الشراء وبين إحساسه أثناء عملية الشراء وبعدها، وكلما تضاعل الفرق بين توقعات العميل في الحالتين ارتفعت درجة رضا العميل نحو المنتج. فكثير من الاتجاهات ذهبت لتعريف الرضا استناداً على نظرية التوقعات التي

تشير إلى أنه عندما يقتنع العميل بأن أداء المنتج أو الخدمة يساوي أو أكثر مما كان متوقعاً منه فإن ذلك يعني أن هناك رضا للعميل ولكن إذا كان الأداء أقل من توقعاته فإن النتيجة الحتمية هي عدم رضا العميل (أبو النجا، 2008م) كما عرف رضا العميل بأنه الحكم علي جودة المنتج الناتج عن مقارنة بين توقعات العميل للخدمة والأداء الفعلي. لذا فهو يمثل مقدار ما يلتزم به المنتج من المواصفات ويفوق توقع العملاء. وعليه فإن الرضا هو الدرجة من الحالة الانفعالية التي يشعر فيها الفرد بسعادة عارمة وارتياح بالغ نتيجة لإشباع حاجاته النفسية من خلال التوافق بين ما يتوقعه العميل ومقدار ما يحصل عليه فعلياً. (كوتلر، 2011م).

### ثانياً: ثقة العملاء:

يقصد بها مدي قدرة العمل علي توضيح إجراءات وشروط الخدمة المقدمة للعملاء ومدي قدرتهم في زيادة ثقة العملاء في المؤسسة من خلال المصداقية والمهنية في التعامل. وتتمثل الثقة بمفهوم الأمان والاطمئنان لضمان نجاح العلاقة وديمومتها بين الشركة والعملاء إذ من أهم المخاطر التي تتعرض لها هذه الشركات وتقليل إرباحها بسبب فقدان الثقة وهذه يلاحظه القارئ لسلسلة انهيارات العديد من الشركات في شتي بقاع العالم مما أدى إلي انهيارها وتصفيتها. (عبد الحميد، 2009م)

### 1. نظرية التبادل الاجتماعي :

تضم مجموعة من النظريات، وتقوم علي تحديد هيكل التبادل ويقصد به الأطراف الاجتماعيون وعلاقاتهم وتحديد سلوك المشتري الموجه نحو إقامة المبادلات، وتحديد سلوك نحو إتمام المبادلات، وتحديد هيكل العلاقات بين الشركات الموجه نحو إنجاز وتسهيل حدوث المبادلات، وتحديد علاقات السبب والأثر التي تقدر نواتج التبادل. (مسعود، 2005م)

2. نظرية الولاء: تشير إلى أن ولاء العميل يتعلق برضاه، ويعتبر هذا الرضا أحد الأصول التسويقية المهمة كونه يؤدي إلي زيادة الولاء، كما أن زيادة رضا العميل عن المنظمة ومنتجاتها يؤدي إلي زيادة الاحتفاظ بالعميل لفترة طويلة ومن ثم تحسين قدرة المنظمة على الربحية وبالتالي الميزة التنافسية. أيضاً تشير نظرية الولاء على أن

الولاء يؤدي إلى زيادة الإنتاجية ورضا العميل وبالتالي تحقيق أهداف المنظمة وأن العلاقة الإيجابية بين رضا وثقة العميل تنشأ من خلال القيمة المتوقعة للعملاء (الصحن، 2003م).

#### ثالثاً: الميزة التنافسية:

هنالك عدة تعريفات وردت في أدبيات الإدارة عن الميزة التنافسية. فقد عرفت علي أنها المهارة التقنية واختلافها عن هؤلاء المنافسين من وجهة نظر العملاء الذين يتقبلون هذا الاختلاف والتميز لأنه يحقق لهم المزيد من المنافع والقيم التي تفوق عما يقدمه المنافسون. كما عرفها (مرسي، 2003م) بأنها أي عنصر تفوق للمنظمة يتم تحقيقه في حالة إتباعها لاستراتيجيات معينة للتنافس. كذلك ذكر (طحطوح، 2008م) أن مفهوم الميزة التنافسية يشير إلى قدرة المنظمة علي صياغة تطبيق الاستراتيجيات التي تجعلها في مركز أفضل بالنسبة للمنظمات العاملة في نفس المجال. ويمكن تحقيق الميزة التنافسية عبر خلق الفرص التسويقية الجديدة و كذلك من خلال تكوين رؤية جديدة واستشراف المستقبل الذي تريده المنظمة لنفسها وأيضاً من خلال إقامة علاقات و تحالفات مع الموردين مما ييسر لها الحصول علي احتياجاتها منهم بطرق أقل تكلفة وأكثر مرونة وسرعة وكفاءة أحسن (بو عزة، 2009م).

#### 8. منهجية وإجراءات البحث:

##### 1.8 مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع العملاء في شركات الاتصالات العاملة بولاية كسلا وتم اختيار عينة عشوائية ميسرة بلغت (370) من مجتمع الدراسة الأصلي والمقدر بمليون ومئتين مشترك للشركات الثلاث (زين، أرييا وسوداني).

##### 2.8 منهج البحث:

تم إتباع المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة، حيث أن المنهج الوصفي يعمل على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفاً دقيقاً، والهدف من ذلك هو جمع معلومات حقيقية ومفصلة للظاهرة محل البحث. كما يعتبر بعض الباحثين

بأن المنهج الوصفي يشمل كافة المناهج الأخرى باستثناء المنهجين التاريخي والتجريبي.

### 3.8 مصادر وأدوات جمع البيانات:

تم جمع البيانات الثانوية من الكتب والمراجع والدراسات السابقة في هذا المجال. تم الاعتماد على أداة الإستبانة لجمع البيانات الأولية والمتمثلة في استجابة مفردات عينة البحث من العملاء الذين يستخدمون شركات الاتصال. تم تقسيم استبانة البحث إلى جزأين، يختص الجزء الأول بالبيانات الشخصية للمبحوثين، أما الجزء الثاني فيختص بالعبارات الخاصة بقياس العلاقة بين الموقف السلوكي (المتغيرات المستقلة)، وعبارات الميزة التنافسية (كمتغير تابع). وقد تم قياس معامل الثبات للعبارات المكونة لاستمارة جمع البيانات باستخدام طريقة ألفا كرنباخ وكانت قيمته (0.94) وهي قيمة جيدة تمكن من الوثوق بنتائج العينة وتعميمها على المجتمع المستهدف بالدراسة. كما أن نسبة الخطأ تمثل 0.05 من حجم العينة ومستوي الثقة يمثل 0.95. من القيمة المعلمة المجتمع وهذا يعني الفرق بين القيمة المقدرة ومعلمة المجتمع.

### 4.8 أدوات تحليل بيانات البحث:

تم تفرغ وتحليل بيانات البحث واختبار فرضياته باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) وأدوات أخرى على النحو التالي:

1. تحليل المتوسطات لتحليل المجاميع الجزئية للمتغيرات التابعة والمستقلة. لمعرفة مدى ارتفاع أو انخفاض استجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة من عبارات متغيرات الدراسة الأساسية.

2. مقياس ليكارت الخماسي لتقدير مستوى استجابات مفردات عينة البحث كما موضح بالجدول (1) التالي:

الجدول (1) مقياس ليكارت الخماسي المعدل

الوزن	الوسيط المرجح	النتيجة
1	من 1- 1.80	لا أوافق إطلاقاً
2	من 1.81- 2.60	لا أوافق

محاييد	من 2.61 - 3.40	3
أوافق	من 3.41 - 4.20	4
أوافق تماماً	من 4.21 - 5	5

المصدر: إعداد الباحثين لأغراض تحليل بيانات الدراسة الميدانية، 2019م

## 9. تفريغ وتحليل بيانات الدراسة:

### 1.9 تفريغ بيانات الدراسة:

الجدول رقم (2) نتائج المحور الثاني: المواقف السلوكي

العبارة	موافق بشدة	موافق	محاييد	غير موافق	غير موافق بشدة	المتوسط	الانحراف المعياري	النتيجة
	العدد	العدد	العدد	العدد	العدد			
تقديم خدمات موثوق منها لعملائها	115	147	44	44	20	2.26	2.736	أوافق
قيامها بإعطائي وعود موثوقة.	91	166	54	36	23	2.28	1.265	أوافق
سعي موظفيها إلي خلق الثقة في كل عميل بطلب المساعدة.	111	140	55	43	21	2.25	1.365	أوافق



المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية، 2019 الجدول (2) يوضح التكرارات والمتوسطات الحسابية	أوافق	1.251	2.25	19	39	58	154	100	تميز موظفوها بالأمانة العالية في تعاملهم مع العملاء.
	أوافق	1.443	2.35	25	50	54	142	99	تقديم ضمانات مقبولة لعملائها.
	أوافق	1.431	2.25	24	41	56	133	116	علي رضا تام بما تقدمه لي الشركة من خدمات.
	أوافق	1.322	2.30	22	36	67	142	100	سعيد جدا بالمحافظة على علاقتي بالعاملين مع هذه الشركة.
	أوافق	1.925	2.49	31	56	52	146	85	على قناعة بأن فترة انتظار الخدمة مرضية لي
	أوافق	1.480	2.42	29	51	57	143	90	أتصور بأن موظفو الشركة يوفون بالتزاماتهم تجاهي بشكل مستمر وهذا من دواعي سروري ورضاي.
	أوافق	1.453	2.33	28	45	47	152	98	أتحمل أسعار الخدمة التي تقدمها لي الشركة بصورة مرضية
	أوافق	.895	2.34						متوسط الكلي للمحور الموقف السلوكي

والانحراف المعياري لاستجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الموقف السلوكي، ومن خلال نتائج الجدول يتضح أن متوسط 2.34 موفقون على تقديم الشركة بجودة مناسبة وحيث لها علاقة مع عملائها.

## 2.9 المتوسطات والانحرافات المعيارية لبيانات الدراسة

الجدول التالي يوضح آراء المستجيبين حول الموقف السلوكي للعملاء حيث تم حساب التكرارات والمتوسطات لاستجابات أفراد الدراسة على عبارات هذا المحور على النحو التالي:

الجدول رقم (3) نتائج المحور الثاني خلق الميزة التنافسية

النتيجة	الانحراف المعياري	المتوسط	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	العبرة
			العدد	العدد	العدد	العدد	العدد	

المصدر:	الإجراءات المميزة والسريعة عند تقديم الخدمة.	108	166	40	35	21	2.17	1.262	أوافق
إعداد الباحثين	إمكانية الحصول على الخدمات في الوقت والزمن المناسب من الشركة.	98	159	43	50	20	2.28	1.331	أوافق
بيانات الدراسة	إن الخدمات الإضافية التي تقوم بها الشركة لجذب العملاء تعطيها الريادة والتميز عن المنافسين.	105	155	56	32	22	2.21	1.272	أوافق
الميدانية،	المعاملة الطيبة من الموظفين بالشركة.	114	157	50	36	13	2.12	1.136	أوافق
2019م	القناعة بسعي الشركة إلى توفير وسائل الراحة والتقنيات المتطورة.	110	147	61	36	16	2.19	1.207	أوافق
الجدول رقم (3) يوضح	اعتمادها على ذوي قدرات وكفاءات عالية في تقديم الخدمة.	109	144	65	32	20	2.34	1.347	أوافق
التكرارات والمتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لاستجابات	طرح الشركة لخدماتها بأسعار تنافسية من أجل المحافظة على عملائها.	92	152	57	46	23	2.38	1.711	أوافق
	أداء الشركة لأعمالها بطرائق أسرع وأقل تكلفة من المنافسين.	101	137	55	51	26	2.07	.903	أوافق
	سعيها في تخفيض التكلفة مع الإبقاء على جودة الخدمة المقدمة.	104	140	68	31	27	2.28	1.377	أوافق
	متوسط الكلي للمحور خلق الميزة التنافسية						2.26	.654	أوافق

أفراد عينة الدراسة عن عبارات خلق الميزة التنافسية، ومن خلال نتائج الجدول يتضح أن المتوسط الكلي للإجابات عن تقديم الشركة لخدماتها بجودة مناسبة يساوي 2.26 وهذا يدل على أن لها علاقة مع عملائها وتقبل شكاويهم بصورة طيبة.

### 3.9 تحليل بيانات الدراسة

نتيجة لطبيعة بيانات الدراسة فإن الباحث قام باستخدام تحليل المتوسطات وهي على النحو التالي:

الجدول رقم (4) متوسطات الموقف السلوكي وخلق الميزة التنافسية

البيان	الموقف السلوكي	خلق الميزة التنافسية
العدد	370	370
	0	0
الوسط	2.26	2.34
التباين	.654	.895

المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية، 2019م

الجدول أعلاه يوضح بعض المقاييس الإحصائية في حساب المتوسط الحسابي (المتوسط المرجح) وفقاً لمقياس ليكارت الخماسي ومن خلال النتائج الموضحة في الجدول يلاحظ أن قيمة متوسط المحور الثاني (الوسيط) الموقف السلوكي هو 2.26، أما المحور الثالث وهو وخلق الميزة التنافسية يلاحظ أن مجموع متوسطات هذا محور 2.34 وهذا يدل على وجود علاقة بين الموقف السلوكي وخلق الميزة التنافسية والتالي قد تم إثبات صحة الفرضية.

الجدول رقم (5) معامل الارتباط بين الموقف السلوكي وخلق الميزة التنافسية

البيان	الموقف	الميزة التنافسية
معامل الارتباط	1	.631**
مستوي المعنوية		.000
العدد	370	370

المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية، 2019م

الجدول أعلاه يوضح بعض المقاييس الإحصائية في معامل الارتباط بين المتغير المستقل هم الموقف السلوكي والمتغير التابع خلق الميزة التنافسية ومن خلال النتائج الموضحة في الجدول نجد أن قيمة معامل الارتباط بلغت 0.631 وهذا يدل على وجود علاقة بين الموقف السلوكي والمتغير التابع خلق الميزة التنافسية إي تغير في خلق الميزة التنافسية بسبب الموقف السلوكي. الفرضية الرئيسية: توجد علاقة مباشرة بين الموقف السلوكي للعملاء وخلق الميزة التنافسية.

الجدول رقم (6) التباين للعلاقة بين الموقف السلوكي وخلق الميزة التنافسية

النموذج	مجموع المربعات	الحرية	متوسط المربعات	ف	مستوي المعنوية
1 الانحدار	131.323	1	131.323	242.925	.000 <sup>a</sup>
الباقي	198.937	368	.541		
الإجمالي	330.260	369			

المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية 2019م

الجدول (6) يوضح نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد والذي من خلاله يمكن اختبار المعنوية الكلية للنموذج وبمقارنة قيمة  $Sig=0.000$  مع مستوى الدلالة القياسية 0.05 يلاحظ أن قيمة مستوى الثقة أقل من قيمة مستوى الدلالة القياسية وهذا يدل على معنوية نموذج الانحدار المقدر والتالي قد تم إثبات صحة الفرضية. الفرضية الفرعية الأولى: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين ثقة العملاء وبين الميزة التنافسية.

الجدول رقم (7) المعاملات المعيارية الموقف السلوكي وخلق الميزة التنافسية

النموذج	المعاملات غير معيارية		المعاملات المعيارية		ت	مستوي المعنوية
	معاملات	الخطأ المعياري	بيتا			
1	الثابت	.674	.114		5.921	.000
	الميزة	.738	.047	.631	15.586	.000

المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية 2019م

الجدول رقم (7) يوضح قيم النموذج المقدر (المعاملات المعيارية والمعاملات غير المعيارية) والأخطاء المعيارية لها وقيمة مستوى الدلالة لكل معلمة وتستخدم المعاملات الغير معيارية في كتابة النموذج المقدر ومستوى الدلالة لاختبار معنوية المعاملات المقدر ومن خلال نتائج الجدول يلاحظ أن قيمة الثابت 0.74 أي عند انعدام تأثير المتغيرات المستقلة تكون قيمة المتغير التابع 0.738 وقيمة مستوى المعنوية 0.000 مما يدل على وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين الموقف السلوكي وخلق الميزة التنافسية.

الجدول رقم (8) التباين للعلاقة بين ثقة العملاء وخلق الميزة التنافسية

النموذج	مجموع المربعات	الحرية	متوسط المربعات	ف	مستوي المعنوية
1	الانحدار	1	119.829	118.125	.000 <sup>a</sup>

		1.014	368	373.306	الباقى
			369	493.134	الإجمالي

المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية 2019م

الجدول (8) يوضح نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد والذي من خلاله يمكن اختبار المعنوية الكلية للنموذج وبمقارنة قيمة  $Sig=0.000$  مع مستوي الدلالة القياسية 0.05 يلاحظ أن قيمة مستوي الثقة اقل من قيمة مستوي الدلالة القياسية وهذا يدل على معنوية نموذج الانحدار المقدر وبالتالي قد تم إثبات صحة الفرضية. الفرضية الفرعية الثانية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا العملاء وبين الميزة التنافسية.

الجدول رقم (9) المعاملات رضا العملاء وخلق الميزة التنافسية

مستوي المعنوية	ت	المعاملات المعيارية	المعاملات غير معيارية		النموذج	
		بيتا	الخطأ المعياري	معاملات		
.000	5.106		.117	.596	الثابت	1
.000	16.176	.645	.049	.786	الميزة	

المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية 2019م

الجدول رقم (9) يوضح قيم النموذج المقدر (المعاملات المعيارية والمعاملات غير المعيارية) والأخطاء المعيارية لها وقيمة مستوي الدلالة لكل معلمة. وتستخدم المعاملات غير المعيارية في كتابة النموذج المقدر ومستوى الدلالة لاختبار معنوية المعاملات المقدرة ومن خلال نتائج الجدول يلاحظ أن قيمة الثابت 0.79 أي عند انعدام تأثير المتغيرات المستقلة تكون قيمة المتغير التابع 0.79 وقيمة مستوي المعنوية 0.000 مما يدل على وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين الموقف السلوكي وخلق الميزة التنافسية.

#### 4.9 مناقشة فرضيات البحث:

من خلال الجداول السابقة يتضح أن الفرضية الرئيسية والتي نصت على وجود علاقة مباشرة بين الموقف السلوكي للعملاء وخلق الميزة التنافسية، وبناء على الجدول

رقم (5) الذي يوضح نتائج تحليل الارتباط. وأيضاً تحليل المتوسطات من الجدول رقم (4) يتضح أن قيم المتوسطات تمثل (2.26) وهذا يدل على أن المستجيبين موافقون على مدي تأثير الموقف السلوكي للعملاء على الميزة التنافسية. وأيضاً من تحليل (ANVOA) قيمة المحسوبة أكبر من القيمة المعنوية (0.00) هذا الأمر يدل على فروق بين المتوسطات. وبهذه النتيجة تم التوصل لوجود علاقة بين الموقف السلوكي للعملاء على الميزة التنافسية.

أما فيما يتعلق بالفرضية الفرعية والتي نصت علي وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين ثقة العملاء وخلق الميزة التنافسية فإنه وبالرجوع إلى نتائج تحليل التباين في الجدول رقم (8) يلاحظ أن قيمة المحسوبة أقل من القيمة المعنوية (0.00) وهذا الأمر يدل على وجود فروق بين المتوسطات، وبهذه النتيجة يمكن القول بوجود علاقة بين ثقة العملاء على الميزة التنافسية.

كذلك يلاحظ أن الفرضية الفرعية الثانية والتي نصت علي وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا العملاء وخلق الميزة التنافسية فإنه وبالرجوع إلى نتائج تحليل المعاملات المعيارية في الجدول رقم (9) يلاحظ وجود علاقة طردية ذات دلالة إحصائية بين رضا العملاء وخلق الميزة التنافسية. وهذه النتيجة تؤكد صحة الفرضية. وفقاً لاختبارات السابقة للدراسة والتي توصلت في الفرضية الرئيسية علي أن هنالك علاقة بين الموقف السلوكي للعملاء وخلق الميزة التنافسية. وكما توافقت مع دراسة (درمان 2008م) وتوصلت الدراسة إلي تعزيز خدمة الزبون من خلال معرفة الزبون وأيضاً (مصطفى، 2013م) التي تناولت بحث الشركات عن مجال للتميز لتحقيق رضا العملاء والمحافظة عليه وبعد المقارنة بين الدراسات السابقة يتضح الاختلاف في البيئة التي تم فيها الدراسة وأيضاً أن الدراستين السابقتين تناولت الاهتمام بالزبون و تميز الشركات في مجال العمل وهذان يعتبران جزء من التسويق بالعلاقات وكما أن هنا اتفاق بين الدراسة.

من هذه الفرضية يمكن تتفرع عدة الفرضيات علي النحو التالي

أ- وجود علاقة بين ثقة العملاء و خلق الميزة التنافسية بعد الرجوع للجدول (8) الذي توضح وجود علاقة بينهما. وفقاً لنظرية النظم في تسويق العلاقات التي تقوم

علي افتراضات أن النظام يعتمد علي مجموعة من التداخلات التي تأثير علي بناء المشاركة بين العميل والمنظمة من خلال من خلال الثقة والاعتماد المتبادل وحل المشكلات ومن هنا تم التوافق بين الدراستين. (عبد الحميد، 2009م)

ب- وجود علاقة بين رضا العملاء و خلق الميزة التنافسية. ومن خلال الجدول (9) الذي يبين وجود علاقة بين رضا العملاء وخلق الميزة التنافسية. وفقاً لدراسة (فخري، 2003م) التي ركزت بالاحتفاظ علي العميل في المدى الزمني الطويل وذلك من خلال رضاه عن المنتج وهذا الأمر يساعد علي خلق ولاء لمدي الحياة ومن هنا تم التوافق بين الدراستين .

## 12 نتائج الدراسة :

### 12-1 النتائج البحث:

- أ- يجب علي شركات الاتصال الاهتمام ب رضا العملاء لما له من تأثير علي خلق الميزة التنافسية وذلك من خلال تقديم بعض الخدمات لعملائها
- ب- يمكن للشركات أن تسعى لكسب ثقة العميل باعتباره أصل من أصول الشركة.
- ت- الاهتمام بالرضا وكسب ثقة العميل يعتبر مدخل أساسي للميزة التنافسية.
- ث- علي الشركة تقييم عملائها من أجل كسب ثقتهم ورضائهم عنها وذلك من الاهتمام بهم وإحساسهم بقيمتهم

### 2.12 التوصيات:

في ضوء نتائج الدراسة الحالية توصي الدراسة بما يلي:

1. ضرورة توجه الشركات بإرضاء العملاء بشكل واضح وفي مختلف المناطق الجغرافية مما يعزز ثقة العملاء تجاه خدماتها وإكسابها التميز بين المنافسين
2. يفضل أن تعمل الشركات بالاستجابة الفورية لحل مشكلات العملاء مما يؤدي إلي الريادة والتميز.

3. يستحسن علي الشركة بالاهتمام بما يعزز مكانة العميل وإشعاره بأنه الملك غير المتوقع.

المصادر والمراجع:

أولاً: الكتب والمراجع:

1. الصحن، محمد فريد الصحن(2003م) ، بحوث التسويق بين النظرية والتطبيق، الدار الجامعية، مصر، القاهرة.

2.توفيق. عمرو عبد الرحمن(2007م) إدارة علاقات العملاء (بميك)، القاهرة.

3.عبد الحميد طلعت(2009م )، التسويق المعاصر الطريق لبناء الثروة المستقبلية ، مصر كلية التجارة، جامعة المنصورة، .

4.كوتلر فليب: كوتلر(2000م) يتحدث عن التسويق كيف تنشئ الأسواق وتغزوها وتسيطر عليها، ترجمة فيصل عبد الله بابكر، السعودية، مكتبة جرير.

5. مرسى نبيل ( 2003 م ) ، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مركز الإسكندرية للكتاب.

6. محمد عبد العظيم ابوالنجا، التسويق المتقدم، الدار الجامعية، مصر، الإسكندرية، 2008م.

ثانياً: الورق و الرسائل العلمية:

7. المصطفى سامر (2013م)، أثر جودة ضمان المنتج في تعزيز رضا العملاء، مجلة جامعة دمشق للعلوم والقانون، المجلد 29، العدد الأول .

8. الهواري مبروك عبد المولي، (1999م) رضا العميل وأهميته ، المجلة المصرية للدراسات التجارية ، المجلد الثالث والعشرون ، جامعة المنصورة ، كلية التجارة.

9. بو عزة هاجر(2012م) ، أثر التسويق بالعلاقات في تحقيق الميزة التنافسية، رسالة ماجستير غير منشورة.

10. طحطوح، مسعود طحطوح،(2009م) أهمية التسويق في تعزيز الميزة التنافسية، في المؤسسة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة.



11. عاشور، ليلى ، (2006م ) التسويق بالعلاقات كأس لتحقيق ولاء العميل في صناعة الفنادق، رسالة دكتوراه غير منشورة ، جامعة عمان ، الأردن.
12. فخري الهام حسن ، ( 2003م)، ورقة عمل مقدمة للملتقي العربي الثاني، التسويق في الوطن العربي الفرص والتحديات، الدوحة قطر.
13. مسعود، معتصم عقاب عبد القادر(2005م )، رسالة دكتوراه غير منشورة بعنوان مفهوم التسويق بالعلاقات استنادا علي عنصري القيمة والرضاء للزبائن في شركات التأمين في الأردن وفلسطين، جامعة عمان، كلية الدراسات الدارية والمالية العليا.

دور الوعي المصرفي في تطوير الخدمات المصرفية

دراسة ميدانية علي عينة من المصارف بولاية البحر الاحمر

د.سمية ادم عيسي سعيد ، جامعة النيلين

كلية الدراسات الاقتصادية والاجتماعية

المستخلص :

تهدف الدراسة الي ابراز الدور الذي يلعبه الوعي المصرفي في تطوير الخدمات المصرفية، حيث تمثلت مشكلة الدراسة في معاناة النظام المصرفي من عزوف الكثيرين من أفراد المجتمع السوداني عن الاستفادة من الخدمات المصرفية بسبب نقص الوعي بهذه الخدمات وضعف الثقافة المصرفية.

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي والمنهج الاحصائي في الدراسة الميدانية لعرض و تحليل البيانات واختبار صحة الفرضيات .

خلصت الدراسة الي عدد من النتائج أهمها ان الوعي المصرفي ادي الي استقطاب مزيد من العملاء مما ادي الي زيادة الودائع وبالتالي ادي الي تطور الخدمات المصرفية ، كما أوصى الباحث بعدد من التوصيات اهمها علي المصارف بولاية البحر الاحمر العمل علي إيجاد وسائل جديدة في استخدام الخدمات المصرفية لغرض المحافظة على العملاء وجذب عملاء جدد .

### Abstract

The study aims to showing the role played by banking awareness in the development of banking services. The problem of studying that banking system suffering from the reluctance of many members of Sudanese society to benefit from banking services due to lack of awareness of these services and weak banking culture.

The descriptive analytical method and the statistical method were used in the field study to present and analyze the data and test the validity of the hypotheses. The study reached a number of results, the most important including; The banking awareness led to attracting more customers, which led to an increase in deposits and consequently led to the development of banking services. The researcher recommended a number of recommendations, the most important including; the banks in the state of the Red Sea,

work on finding new ways to use banking services in order to maintaining customers and attracting new customers.

### المقدمة

في سبيل الارتقاء بالعمل المصرفي ظلت المصارف السودانية تهتم بالوعي المصرفي لما له من آثار إيجابية في تطوير الخدمات المصرفية حتى تتمكن من مواكبة التطور التكنولوجي الذي تشهده الساحة المصرفية العالمية وما ترتب عليه من استخدام واسع للخدمات المصرفية الإلكترونية في البلدان المتقدمة لذا كان لابد من اعتماد العمل المصرفي الإلكتروني في مختلف المؤسسات المالية وتجاوز النظام التقليدي في العمليات المصرفية الذي أدى إلي بطئها وبالتالي تدني أداء الجهاز المصرفي بصورة عامة إضافة إلى ذلك أن عدم استخدام التقنية المصرفية يزيد من تكلفة الخدمات المصرفية غير ان العمل المصرفي واجه كغيره من الأنشطة الأخرى جملة من الصعوبات والمتطلبات الملحة والمتسارعة، الأمر الذي يتطلب دراستها وتحليلها وذلك لوضع الحلول المناسبة لها لذا يستوجب بحث وتحليل أسباب ومعوقات نشر الوعي المصرفي واستشراف الآفاق المستقبلية لنشر الوعي المصرفي في تطوير الخدمات المصرفية بمصارف ولاية البحر الاحمر.

**مشكلة البحث :** تتمثل مشكلة البحث في معاناة النظام المصرفي من عزوف الكثيرين من أفراد المجتمع السوداني عن الاستفادة من الخدمات المصرفية مما يؤدي إلى عدم تطور الخدمات المصرفية في ولاية البحر الاحمر وبناءً علي ما سبق يمكن صياغة مشكلة البحث من خلال السؤال الرئيسي التالي :

**ماهو دور الوعي المصرفي في تطوير الخدمات المصرفية بولاية البحر الاحمر ؟**

وتتدرج تحت هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من الاسئلة الفرعية :

1- ماهو مصير الخدمات المصرفية الحالية ؟

2- ماهي آليات التغيير في ظل الواقع الحالي ؟

3- ماهي المعوقات التي تواجه نشر الوعي المصرفي بولاية البحر الاحمر؟

- **اهداف البحث :** يهدف هذا البحث الي تحقيق الاهداف التالية

1- إبراز الدور الذي يلعبه الوعي المصرفي في تطوير الخدمات المصرفية بولاية البحر الأحمر .

2- التعرف علي الدور الذي يلعبه الوعي المصرفي في أداء العاملين بالجهاز المصرفي في ولاية البحر الأحمر.

3- إلقاء الضوء علي ما تواجه المصارف من متاعب من قلة الوعي لدى العملاء بولاية البحر الأحمر.

**اهمية البحث :** اكتسب الموضوع اهميته من الاهتمام البالغ الذي يحظى به النشاط المصرفي و الدور الذي يلعبه الوعي المصرفي في تطوير الخدمات المصرفية مما يؤدي إلى جذب المدخرات وبالتالي تحريك عجلة النشاط الاقتصادي ، حيث ان موضوع الوعي المصرفي من القضايا الملحة في المجتمع السوداني ، اما من الناحية العلمية نتوقع ان يصل هذا البحث الي نتائج تساعد متخذي القرار في المصارف بولاية البحر الأحمر و ستكشف النتائج عن حلول مهمة للمشاكل والمعوقات التي تواجه هذه المصارف في الحاضر والمستقبل .

**فرضيات البحث :** يسعى هذا البحث لاختبار الفرضيات الآتية

1- هنالك علاقة ذات دلالة احصائية بين الوعي التقني المصرفي وتطوير الخدمات المصرفية بالمصارف في ولاية البحر الأحمر .

2- هنالك علاقة ذات دلالة احصائية بين تدريب العاملين في المصارف و تطوير الخدمات المصرفية بالمصارف في ولاية البحر الأحمر.

3- هناك صعوبات ذات دلالة احصائية تحول دون تطور الخدمات المصرفية بولاية البحر الأحمر .

**مصادر البحث :** تم الاعتماد علي نوعين من مصادر البيانات وهي المصادر الأولية المتمثلة في استخدام الاستبانة كأداة لجمع البيانات هذا بالإضافة إلى المقابلات الشخصية مع زوي الاختصاص والتقارير السنوية للمصارف بولاية البحر الأحمر اما المصادر الثانوية تتمثل في الكتب والمراجع باللغتين العربية والإنجليزية بجانب الدراسات السابقة والمواقع الالكترونية والبحوث والدراسات ذات الصلة بموضوع البحث .

**منهجية البحث :** تم استخدام المنهج التاريخي لتتبع التسلسل التاريخي لتطور العمل المصرفي في السودان عامة وفي ولاية البحر الاحمر علي وجه الخصوص والمنهج الوصفي التحليلي ومنهج دراسة الحالة لتحليل الظاهرة محل الدراسة و المنهج الاحصائي لتحليل البيانات التي تم الحصول عليها بواسطة الاستبانة .

**حدود البحث :** تمثلت الحدود الزمانية لهذا البحث 2018 اما الحدود المكانية تمثلت في عينة من المصارف بولاية البحر الاحمر .

### الاطار النظري و الدراسات السابقة

#### أولاً : الاطار النظري

##### 1- الوعي المصرفي :

يقصد بالوعي في اللغة " الفهم وسلامة الإدراك " ، وإصطلاحاً هو " إدراك الفرد لنفسه وللبيئة المحيطة به " وهو بهذا المعني يتضمن إدراك الفرد لوظائفه العقلية والجسمية ، وإدراكه لخصائص العالم الخارجي وأخيراً إدراكه لنفسه باعتباره عضواً في الجماعة (مذكور واخرون ، 1985 : 644 )

وفي قاموس الخدمة الإجتماعية يعرف الوعي بأنه " ذلك الإدراك الذهني ، أو ذلك الجزء من الفعل الذي يتوسط بين البيئة والمشاعر ، والمشاعر والأفكار ويشير هذا التعريف الي الإدراك الذهني ويكون بين البيئة والمشاعر ويرى ( معروف ، 2007: 21 ) بأن الوعي هو " حالة ذهنية تتمثل في إدراك الإنسان للواقع علي نحو عقلي أو وجداني يساعده علي التصرف بطريقة صحيحة " .

2- مفهوم الوعي المصرفي : يعرف الوعي المصرفي بأنه اعتياد الأفراد والقطاعات الإقتصادية علي إيداع أرصدهم النقدية في المصارف ، واعتمادهم علي الشيكات المصرفية في معاملاتهم الإقتصادية ، ويرتبط الطلب علي الودائع المصرفية بصورة إيجابية مع انتشار الوعي المصرفي ، والعكس يؤدي الي الاكتناز ( عبد اللطيف ، 2006: 77 ) .

##### 3- أهمية نشر الوعي المصرفي :

إن أهم مميزات العمل المصرفي الأساسية هي حفظ الاموال من أية مخاطر محتملة ، ولأن عملية الحفظ الراكد ستؤدي الي انخفاض وتناقص قيمة الاموال المحفوظة

والغير مستعملة من هنا تولدت فكرة استخدامها وإيداعها من منتجات ادخارية واستثمارية تعود عليها بالربح وتحفظ رأس المال الأساسي ، وبنفس الوقت يتم أيضا المساهمة في توفير مصادر تمويل لتنفيذ المشاريع سواء الشركات أو الأفراد ، وهذا يقودنا إلي نظرية أن كل مواطن أو مؤسسة خاصة أو عامة يجب ان يكون لديها حساب في بنك ، وعلي كل صاحب حساب أن يكون مطلعاً وعالمياً بكل الأمور التي قد تؤثر في نطاق تعامله وحسابه سواء سلباً أو إيجاباً ، وعدم إغفال أية أنظمة أو بنود في العقود المبرمة ( العمري ، 2011: 36 ) .

4- معوقات نشر الوعي المصرفي :

يواجه نشر الوعي المصرفي عدداً كبيراً من المعوقات كما ذكرها (الخوري ، 2006: 22) .

1- نقص خبرة الموظفين وكفاءتهم وافتقارهم إلي روح المبادرة والإجتهاد ، خوفاً من المساءلة في ظل نظرة الإدارات المصرفية إلي المواطن كصاحب حاجة في تعامله مع المصرف ، وليس كزبون يجب السعي لإرضائه .

2- غياب الاستثمارات المصرفية المميزة ، انعكس بشكل سلبي علي المواطنين والإدارات المصرفية علي حد سواء ما أدخل كلا الطرفين في إرباكات وتعقيدات عديدة ، ودفع المواطن إلي البحث عن منافذ أكثر أمناً لمدخراته ، عن طريق تحويلها الي مصاغ ذهبية أو شراء عملة صعبة ، وقد نجد من يدخل بأمواله في استثمارات مربحة ولكنها غير امنة ، في ظل عجز البنك عن تقديم بدائل مغرية .

4- تدني مستوي التعريق والإعلان عن الخدمات المصرفية المتنوعة

وتواضع حملات التسويق المرافقة في محاولة توفير مثل هذه التكاليف ، نظرا لغياب النظرة الاستثمارية الخلاقة لدي البنك والتي تستطيع ان تخلق مردوداً عالياً لمثل هذه العمليات (الخوري ، 2006: 23) .

ثانياً : الخدمات المصرفية

تعريف الخدمة : تعرف الجمعية الامريكية الخدمة بأنها النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع لارتباطها بسلعة معينة ( العجارمة ، 2005: 37) .

الخدمات المصرفية : تعرف بأنها مجموعة من الأنشطة والعمليات ذات المضمون النفعي في العناصر الملموسة وغير الملموسة والمقدمة من قبل المصرف والتي يدركها المستفيدون من خلال ملامحها وقيمتها المنفعية والتي تشكل مصدراً لأرباح المصرف من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين .

مفهوم الخدمات المصرفية غير التقليدية :

تعتبر الخدمات المصرفية صناعية يجب أن تتوافر فيها كل متطلبات وعناصر أي نشاط إنتاجي ولهذا نجد ان الخدمات المصرفية كغيرها من أوجه النشاطات الاقتصادية مرت بالعديد من مراحل التطور (هندي ،ص 63-72) حيث تحول النشاط من مجرد القيام بعمليات لإقراض والإيداع إلي قيام البنوك بالدخول في مجالات الإستثمار وتملكها الكثير من المشروعات الصناعية والخدمية والتجارية وكذلك قيامها بتصدير خدماتها إلي خارج حدود الدولة وأيضاً داخل الدولة ذاتها لتأمين التغطية الشاملة للسوق المصرفية المستهدفة

الخدمات المصرفية عبر الهاتف : أصبحت البنوك توفر خدمة استخدام الهاتف في تقديم الخدمات المصرفية للعملاء وذلك بإدخال أجهزة الرد التلقائي على مكالمات العملاء وتقديم خيارات لهم لإجراء عمليات متعددة من خلال تقديم خدمات إستعلامية وخدمات تحويل المبالغ لجهات معلومة وطلب خدمات لدفتر شيكات وغيرها .

#### الخدمات المصرفية عبر الصرافات الآلية ATM

تعتمد خدمة الصرافات الآلية على وجود شبكة من الإتصالات تربط أفرع البنك الواحد، أو أفرع المصارف كلها من أجل قيام ماكينة الصرف الآلي بخدمة أي عميل من أي مصرف ، وضرورة ذلك نبعت من الحاجة للوصول لبيانات حسابات العملاء فورياً ( الحداد ، 56:1990) .

#### ثانياً: الدراسات السابقة

سأحاول في ما يلي التطرق إلي بعض الدراسات السابقة التي تم الاطلاع عليها والتي تناولت موضوع الوعي المصرفي ودوره في تطوير الخدمات المصرفية سواء كان

ذلك بصفة مباشرة أو من خلال مضمونها والتي تم الحصول عليها من مصادر مختلفة وهي كما يلي :

1- تتناول دراسة معتز تاج السر ( 2006م ) الي التسويق المصرفي من خلال بنك الثروة الحيوانية وكانت مشكلة البحث متمثلة في معاناة النظام المصرفي في السودان من اضمحلال الوعي المصرفي وضحالة التجربة وتساءل البحث عن مصير الخدمات المصرفية في ظل التقدم التكنولوجي المتسارع وعن آليات التغيير في ظل الواقع المصرفي الحالي ، وكانت فروض الدراسة علي النحو التالي :-

- 1- تفتقر منافذ تسويق الخدمات المصرفية للأسس العلمية المتطورة .
- 2- عدم اختيار الفروع بطريقة علمية يؤدي إلي ضعف الأداء .
- 3- يرجع عدم تطور خدمات المصارف السودانية إلي عدم الاستفادة من التطور العلمي للتسويق المصرفي

هذا وتوصلت نتائج البحث الي صحة فرضيات الدراسة ومن أهم هذه النتائج الاتي :

- 1- اختيار الفروع بطريقة علمية يؤدي استقطاب أكبر عدد من العملاء وبالتالي السيطرة علي الوضع التنافسي .
  - 2- الاستفادة من التطور الذي يطرا علي التسويق المصرفي واستخدام الإستراتيجيات المناسبة يؤدي الي تطور الخدمات المقدمة من البنوك .
  - 2- ناقشت دراسة عائشة بدوي عبد الرحمن (2007م) تحليل وتقويم درجة قبول العملاء لتطبيق نظام الصيرفة الالكترونية في الجهاز المصرفي السوداني وفقا لنموذج قبول التقنية الذي يفسر قبول وتعامل المستخدمين مع وسائل التقنية المختلفة .
- يحتوي النموذج المستخدم في الدراسة علي نية استخدام العملاء للتقنية كمتغير تابع وسهولة الاستخدام ودرجة الاستفادة من التقنية كمتغيرات مستقلة وطور الباحث النموذج بإضافة درجة الأمان والسرية كمتغيرات مستقلة وعمر المستخدم ومؤهلته الأكاديمية والفترة الزمنية للتعامل مع المصرف كعوامل خارجية مرتبطة بالمتغيرات المستقلة .

استخدم الاستبيان لتحقيق اهداف الدراسة الذي استهدف عينة مختارة من المصارف التجارية وعملاء هذه المصارف في السودان ، وتم التحليل الإحصائي للبيانات لإثبات



قوة العلاقة بين المتغيرات في النموذج أعطت نسبة استجابة عالية بلغت 71% وأكدت النتائج صلاحية النموذج واستخدامه لتقويم درجة قبول عملاء المصارف لاستخدام وسائل التقنية المختلفة .

3- توصلت دراسة ( AL-Somali , 2009 ) "الي انه علي الرغم من ان الزعيم الإقليمي للخدمات المصرفية عبر الإنترنت هو المملكة العربية السعودية ، إلا انه لا يزال بعيداً عن الاستفادة الكاملة من هذه الخدمات ، كأداة قيمة مضافة لتحسين العلاقات مع العملاء وتحقيق مزايا التكلفة هدفت هذه الدراسة إلي تحديد العوامل التي تشجع العملاء علي اعتماد الخدمات المصرفية عبر الإنترنت في المملكة العربية السعودية .

حيث تم تطوير بناء البحث الذي يعتمد علي تقنية نموذج القبول ( TAM ) وتم التحقق منها باستخدام نموذج تجريبي لدراسة العوامل التي تؤثر علي سلوك اعتماد الخدمات المصرفية عبر الإنترنت من خلال عينة دراسة بلغت 400 من زبائن البنوك وكانت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة تشير إلي أن نوعية الاتصال بالإنترنت وكذلك الوعي بالخدمات المصرفية عبر الإنترنت والاستفادة من نتائجه والتأثير الاجتماعي لها اثر كبير علي قبول الخدمات المصرفية عبر الإنترنت وكذلك فإن التعليم والثقة ومقاومة التغيير أيضا لديها تأثير كبير علي احتمال تبني الخدمات المصرفية عبر الإنترنت .

4- هدفت دراسة ( Dimova , 2008 ) الي تقييم كل من المعلومات والخدمات والتصورات المسبقة المقدمة من قبل البنوك المقدونية ومعرفة ما إذا كانت تعكس الوعي المصرفي واحتياجات العملاء المقدونيين كأفراد ومجتمع وتعاملهم مع هذه المصارف كمؤسسات مستدامة في مقدونيا وقد استخدمت الدراسة أسلوب العينة العشوائية علي زبائن البنوك في وسط العاصمة المقدونية " سكوبي " وقد تم توزيع 256 استبانة بعد عرضها علي عدد من المحكمين المؤهلين ، وقد خلصت الدراسة إلي عدد من النتائج أهمها ان عدد كبير من زبائن المصارف لم يتعرف علي مفهوم الاستدامة كما تتبناه البنوك المقدونية ، ولا يركز الزبائن علي الخصائص الاقتصادية للمنتجات والخدمات فقط ، ولكن تلعب الكثير من العوامل دوراً مؤثراً علي الزبائن .

وانتهت الدراسة إلى دعوة البنوك لتعديل سياستهم التسويقية نحو نشر الوعي المصرفي بين زبائن البنوك في مقدونيا .  
الفرق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:  
في ضوء الدراسات السابقة استفاد الباحث من تلك الجهود في عدة مجالات يمكن اجمالها في الاتي:

- المساعدة في بناء الاطار العام للدراسة .
  - الاهتمام الي بعض المصادر العربية والاجنبية التي تناولت موضوع الدراسة .
  - توفير بعض المعلومات التي قد تحتاجها هذه الدراسة .
- اتفق هذا البحث مع الدراسات السابقة في انه تناول دور الوعي المصرفي في تطوير الخدمات المصرفية واختلف هذا البحث عن الدراسات السابقة في التناول من حيث الحدود الزمانية والمكانية واقتراحها لنموذج المصارف بولاية البحر الاحمر الفترة بين 2010 - 2018 مما يؤكد أهمية هذا البحث وذلك بما يمكن ان يقدمه من اضافة حقيقية للبحث العلمي في السودان عموما وفي المصارف بولاية البحر الاحمر خاصة لذلك يتميز هذا البحث عن الدراسات السابقة انه يسعى الي توضيح معرفة دور الوعي المصرفي في تطوير الخدمات المصرفية .

#### الدراسة الميدانية

##### أولاً : نبذة تعريفية عن المصارف بولاية البحر الاحمر

ولاية البحر الاحمر تتمتع بثروات طبيعية هائلة ، حيث أنها تتميز برصيد وافر من المخزون في باطن الارض وفي جوف البحر ومن أبرز هذه الثروات المعادن بأنواعها المختلفة والأسماك والحيوانات الأخرى البحرية ، بجانب ان موقعها المطل علي ساحل البحر الاحمر أجبر الحكومة الثنائية المستعمرة للسودان علي إختيارها في عام 1903 م ميناء رئيسي للبلاد ووقع الإختيار علي مدينة بورتسودان والتي أصبحت بعدها المنفذ الرئيسي لصادرات و واردات البلاد ، و أكسبها هذا الوضع ميزة أن تتوفر فيها كافة أنواع الخدمات و الحركة المصرفية الوافرة من خدمات النقل ، والترحيل ، والتخليص وغيرها من الخدمات التي تمتاز بها الموانئ ، مما جعل رئاسة أي بنك أن تختار مدينة بورتسودان لتكون مقراً لأحد فروعها ، وعبر هذا

الفرع يتم تنفيذ معظم صادرات و واردات البنك بجانب قيامه بالإشراف علي شحن وتخزين وتخليص سلع الصادر والوارد .

#### السمات الأساسية للجهاز المصرفي بالولاية :

- كبر حجم العمل المصرفي في بعض فروع البنوك .
- تعاني بعض الفروع بالولاية من ضعف واضح و شبه دائم في موقف السيولة ويعزي ذلك للآتي :

أ - الوضع الإقتصادي والجغرافي للمنطقة بحكم موقعها علي الميناء الرئيسي للبلاد مما جعلها تقوم بتنفيذ دفعيات كبيرة لصالح الجمارك ، الموانئ ، المواصلات ، رسوم الترحيل نيابة عن رئاستها وفروعها المختلفة وذلك في شكل تحاويل وشيكات مصرفية مسحوبة عليها دون إيقاف تغذية حسابات تلك الفروع طرف بنك السودان المركزي بورتسودان .

- ب - ضعف أرصدة هذه الفروع طرف بنك السودان المركزي بورتسودان ، الشيء الذي لا يمكنها من السحب النقدي لمقابلة متطلبات السيولة طرفها .
- 3- صغر حجم التمويل الممنوح بواسطة فروع الجهاز المصرفي بالولاية مقارنة مع مثيلاتها في الولايات الأخرى ، علي الرغم من ان هناك تنامي ملحوظ في حجم الودائع فيها .

#### مجتمع وعينة الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع الأفراد العاملين بالمصارف قيد الدراسة في مدينة بورتسودان " بنك فيصل الإسلامي، بنك التضامن الإسلامي، بنك أمدرمان الوطني " بمختلف مستوياتهم الإدارية ، قام الباحث بتوزيع " 120 " استمارة استبانة عشوائياً علي الموظفين الخاضعين للدراسة بثلاثة مصارف عاملة بمدينة بورتسودان ، حيث بلغ عدد الاستبيانات الغير مسترجعة و التي لم يتم ملئها بالكامل حوالي " 20 " استبيان وعليه فإن عينة الدراسة الاصلية بلغت " 100 " فرداً والتي تمثل ما نسبته " 93.0 " من عدد الاستبيانات الموزعة .

تم إدخال وتحليل بيانات الاستبيان من خلال برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) و لتحقيق اهداف الدراسة تم استخدام الأدوات الإحصائية التالية:

التوزيع التكراري والنسب المئوية للاجابات كما تم استخدام معامل الفا كرونباخ و الوسط الحسابي وايضاً اختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين الاجابات .

ثانياً : تحليل البيانات و اختبار الفرضيات

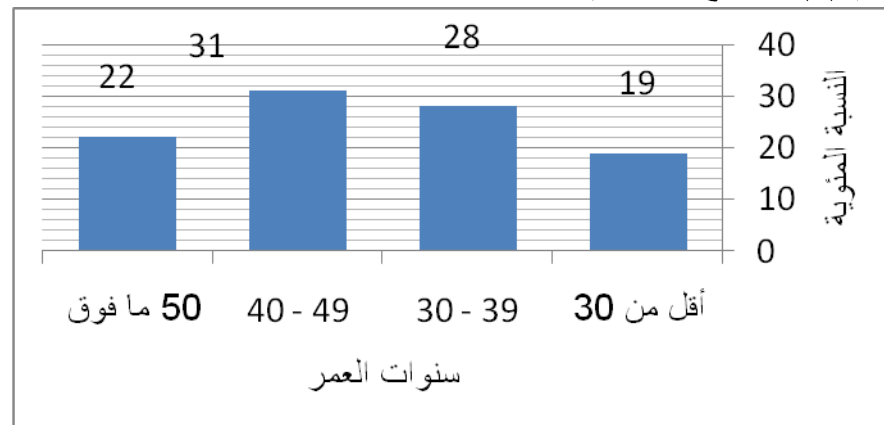
جدول رقم (1) التوزيع التكراري لأفراد الدراسة وفق متغير العمر

التصنيفات	التكرارات	النسبة
أقل من 30	19	19
30 – 39	28	28
40 – 49	31	31
50 ما فوق	22	22
المجموع	100	100

المصدر : إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية ، البحر الاحمر ،

2018م

شكل رقم (1) التوزيع التكراري لأفراد الدراسة وفق متغير العمر



المصدر : إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية ، البحر الاحمر ،

2018م

نلاحظ من الجدول رقم (1) والشكل رقم (1) ان غالبية افراد العينة من الفئة العمرية (41 - 50) بنسبة بلغت (37.5%) وتليها الفئة العمرية (31 - 40) بنسبة بلغت (31%) والفئة العمرية (51 - فما فوق) بنسبة بلغت (17.5%) وأقل الفئات كانت (20-30) بنسبة بلغت (14%). لذلك نجد ان غالبية افراد العينة تتركز في اعمار متوسطة مما يؤكد ان العينة تجمع ما بين الخبرات والمعرفة العلمية.

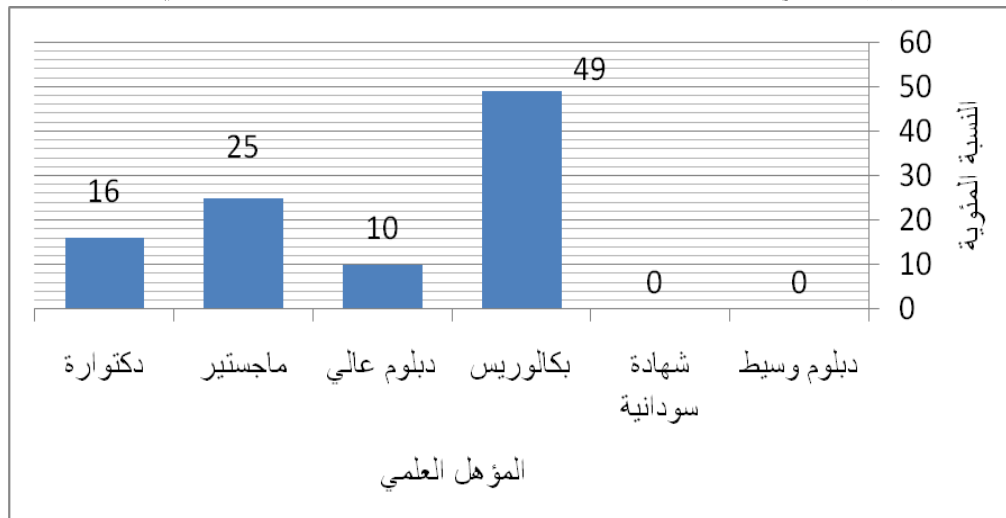
جدول رقم (2) التوزيع التكراري لأفراد الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي

التصنيفات	التكرارات	النسبة
دبلوم وسيط	-	-
شهادة سودانية	-	-
بكالوريوس	49	49
دبلوم عالي	10	10
ماجستير	25	25
دكتوراة	16	16
المجموع	100	100

المصدر : إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية ، البحر

الاحمر ، 2018م

شكل رقم (2) التوزيع التكراري لأفراد الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي



المصدر : إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية ، البحر الاحمر ،

2018م

نلاحظ من الجدول رقم (2) والشكل رقم (2) إحصاءات المبحوثين حسب المؤهل العلمي وأعلىها كانت المؤهل العلمي (بكالوريوس) بنسبة بلغت (49%) وتليها مؤهل (ماجستير ) بنسبة (25%) بينما بلغ المؤهل العلمي (دكتوراه) نسبة (16%) أما المؤهلات الاخرى فكانت اقل افراد العينة لذلك نجد ان غالبية افراد العينة لهم تأهيل علمي فوق الوسط مركز مابين البكالوريوس والماجستير، الامر الذي يدعم ويزيد درجة إعتمادية بيانات الدراسة.

اختبار ومناقشة صحة فرضيات الدراسة

جدول رقم " 3 " التوزيع التكراري النسبي للمبحوثين فقرات

الفرضية الأولى

الرقم	الفقرات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة
1	المام الموظفين باستخدام التقنية المصرفية يؤدي إلى تطوير العمل المصرفي.	47	47	6	0
2	يوفر المصرف فرصة للعاملين لمواكبة المستجدات التقنية الحديثة .	35	52	13	0
3	وجود التقنية المصرفية الحديثة يؤدي إلي توفير الوقت والجهد في أداء الأعمال المالية بالصورة المثلى	29	50	21	0

العدد السابع - أبريل 2020م مجلة الدراسات الإدارية والاجتماعية

4	استخدام العملاء للتقنية المصرفية الحديثة يؤدي إلى توفير السيولة لدي البنك .	26	52	15	7	0
5	الترويج والاعلان للتقنية و كيفية استخدامها من أهم العوامل التي تدفع بالعمل المصرفي.	37	47	12	4	0
6	توعية العملاء تقنياً تؤدي إلى رفع مستوى استخدام ادوات التقنية المصرفية.	44	39	12	5	0
7	الجملة	218	28 7	79	16	0

المصدر : إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية ،البحر الاحمر ، 2019م

الرقم	العبرة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الموافقة	قيمة مربع كاي	مستوي الدلالة
1	المام الموظفين باستخدام التقنية المصرفية يؤدي إلى تطوير العمل المصرفي.	4.41	0.605	1	عالية جدا	22.940	.000
2	يوفر المصرف فرصة للعاملين لمواكبة المستجدات التقنية الحديثة .	4.35	0.657	2	عالية جدا	24.500	.000

العدد السابع - أبريل 2020م						مجلة الدراسات الإدارية والاجتماعية	
3	وجود التقنية المصرفية يؤدي إلي توفير الوقت والجهد في أداء الأعمال المالية بالصورة المثلى	4.52	0.594	3	عالية جدا	41.540	.000
4	استخدام العملاء للتقنية المصرفية الحديثة يؤدي إلي توفير السيولة لدي للبنك .	4.47	0.521	4	عالية جدا	47.180	.000
5	الترويج والاعلان للتقنية و كيفية استخدامها من أهم العوامل التي تدفع بالعمل المصرفي.	4.36	0.659	5	عالية جدا	24.560	.000
6	توعية العملاء تقنياً تؤدي إلى رفع مستوى استخدام ادوات التقنية المصرفية.	4.47	0.627	6	عالية جدا	34.580	.000

الفرضية الاولى : الوعي التقني المصرفي

تحليل العبارات حسب قيمة الوسط الحسابي وترتيب العبارات، و ذلك من خلال الجدول التالي:

جدول رقم ( 4 )

المصدر : إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية ، البحر الاحمر ، 2019م

من الجدول رقم ( 4 ) يلاحظ الآتي:

1. نجد أن جميع العبارات ذات موافقة عالية جداً.
2. أن العبارة التي حصلت على أعلى وسط حسابي هي وجود التقنية المصرفية الحديثة يؤدي إلي توفير الوقت والجهد في أداء الاعمال بالصورة المثلي .



- 3 . تليها العبارة رقم 4 بقيمة متوسط حسابي عالي جدا .
4. العبارة التي حصلت على أقل وسط حسابي هي يوفر المصرف فرصة للعاملين لمواكبة المستجدات التقنية الحديثة
- مناقشة الفرضية الاولى من خلال الوسط الحسابي والقيمة الاحتمالية لمربع كاي أولا:هناك علاقة ذات دلالة احصائية بين الوعي التقني المصرفي و تطوير الخدمات المصرفية بولاية البحر الاحمر .

جدول رقم ( 5 )

العبارة	قيمة مربع كاي	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية
الوعي التقني المصرفي يؤدي الي تطوير الخدمات المصرفية بولاية البحر الاحمر	424.000	16	0.000

المصدر : إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية ، البحر الاحمر ، 2019م

نجد جميع القيم الاحتمالية لمربع كاي اقل من 5% وهي داله احصائيا" وبالنظر لقيم الوسط الحسابي نجدها جميعا اكبر من الوسط الفرضي (3) عليه اخذت اراء المبحوثين الموافقة مما يعني قبول الفرضية الاولى التي تنص علي ان (الوعي التقني المصرفي يؤدي الي تطوير الخدمات المصرفية بولاية البحر الاحمر ) .

جدول رقم " 6 " التوزيع التكراري النسبي للمبحوثين فقرات الفرضية الثانية

الرقم	الفقرات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا اوافق	لا أوافق بشدة
1	التقنية المصرفية تتطلب امكانيات بشرية مؤهلة وقادرة علي التعامل مع النظم الحديثة.	58	42	0	0	0

العدد السابع - أبريل 2020م					مجلة الدراسات الإدارية والاجتماعية	
2	يحتاج العاملون المزد من الجرعات التدريبية المواكبة للتطورات المصرفية العالمية.	40	53	7	0	0
3	رغبة العميل في التعامل مع المصرف أكثر من استخدام الوسائل الإلكترونية.	50	43	7	0	0
4	يساهم تدريب العاملين في تقليل الأخطاء أثناء تنفيذ العمليات المصرفية.	54	41	5	0	0
5	يساهم تدريب العاملين في سرعة إنجاز العمليات المصرفية.	53	39	8	0	0
6	الخدمات المصرفية داخل الموقع مرتبة بشكل مريح .	47	47	6	0	0
7	الجملة	302	265	33	0	0

المصدر : إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية ، البحر الاحمر ، 2019م  
الفرضية الثانية : تدريب العاملين

تحليل العبارات حسب قيمة الوسط الحسابي وترتيب العبارات، ويتضح ذلك من خلال  
الجدول التالي: رقم ( 7 )

م	العبارات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الموافقة	قيمة مربع كاي	مستوي الدلالة
1	التقنية المصرفية تتطلب امكانيات بشرية مؤهلة وقادرة علي التعامل مع النظم الحديثة.	4.56	0.499	1	عالية جدا	20.800	.000
2	يحتاج العاملين المزيد من الجرعات التدريبية المواكبة للتطورات المصرفية العالمية.	4.35	0.657	2	عالية جدا	25.220	.000
3	رغبة العميل في التعامل مع المصرف اكثر من استخدام الوسائل الإلكترونية.	4.43	0.624	3	عالية جدا	31.940	.000
4	يساهم تدريب العاملين في تقليل الأخطاء أثناء	4.36	0.659	4	عالية جدا	19.220	.000

العدد السابع - أبريل 2020م						مجلة الدراسات الإدارية والاجتماعية	
						تنفيذ العمليات المصرفية.	
5	يساهم تدريب العاملين في سرعة إنجاز العمليات المصرفية.	4.50	0.522	5	عالية جدا	35.120	.000
6	الخدمات المصرفية داخل الموقع مرتبة بشكل مريح .	4.40	0.636	6	عالية جدا	22.940	.000

المصدر : إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية ، البحر الاحمر ، 2019م

من الجدول رقم ( 7 ) يلاحظ الآتي:

1. نجد أن جميع العبارات ذات موافقة عالية جداً.
  2. أن العبارة التي حصلت على أعلى وسط حسابي هي التقنية المصرفية تتطلب امكانيات بشرية مؤهلة وقادرة علي التعامل مع النظم الحديثة .
  - 3 . تليها عبارته رقم 5 بقيمة متوسط حسابي عالي جدا .
  4. العبارة التي حصلت على أقل وسط حسابي يحتاج العاملين الي المزيد من الجرات التدريبية المواكبة للتطورات المصرفية العالمية .
- مناقشة الفرضية الثانية من خلال الوسط الحسابي والقيمة الاحتمالية لمربع كاي ثانيا: هنالك علاقة ذات دلالة احصائية بين تدريب العاملين في المصارف وتطوير الخدمات المصرفية بولاية البحر الاحمر .

جدول رقم ( 8 )

العبارة	قيمة كاي	مربع	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية
تدريب العاملين في المصارف يؤثر علي تطوير الخدمات المصرفية بولاية البحر الاحمر	424.000	16	0.000	

المصدر : إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية ، البحر الاحمر ، 2019م

نجد جميع القيم الاحتمالية لمربع كاي اقل من 5% وهي داله احصائيا" وبالنظر لقيم الوسط الحسابي نجدها جميعا اكبر من الوسط الفرضي (3) عليه اخذت اراء المبحوثين الموافقة مما يعني قبول الفرضية الثانية التي تنص علي ان ( تدريب العاملين في المصارف يؤثر علي تطوير الخدمات المصرفية بولاية البحر الاحمر ).

جدول رقم " 9 " التوزيع التكراري النسبي للمبحوثين فقرات الفرضية الثالثة

الرقم	الفقرات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة	لا أوافق
1	تتخصص المصارف بولاية البحر الاحمر في استخدام أدوات تقنية معينة.	33	33	16	15	3
2	عدم إلمام العملاء باستخدام التقنية الحديثة يؤدي الي صعوبة تطبيق التقنية المصرفية .	66	33	1	0	0
3	عدم امتلاك بنية تحتية تكنولوجية متطورة وضعف قطاع الاتصالات يؤدي الي صعوبة توفير التقنية	43	47	6	3	1

					المصرفية الحديثة .	
18	23	7	17	35	عدم وجود خطة استراتيجية لدي الإدارة لإدخال التقنية المصرفية الحديثة.	4
0	0	13	54	33	عدم استقرار الشبكة والكهرباء مما يؤدي إلى صعوبة استخدام الخدمات الإلكترونية.	5
0	0	17	55	28	بطء الإنترنت وبالتالي بطء تنفيذ العمليات المصرفية بسرعة وبجودة عالية .	6
22	41	60	239	238	الجملة	7

المصدر : إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية ،البحر الاحمر ، 2019م

الفرضية الثالثة : الصعوبات التي تحول دون تطوير الخدمات المصرفية

عند تحليل العبارات حسب قيمة الوسط الحسابي وترتيب العبارات، يتضح ذلك من

خلال الجدول التالي: رقم ( 10 )

م	العبارات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الموافقة	قيمة مربع كاي	مستوي الدلالة
1	تتخصص المصارف بولاية البحر الاحمر في استخدام أدوات تقنية معينة.	3.78	1.151	1	عالية	33.400	.000
2	عدم إلمام العملاء باستخدام التقنية الحديثة يؤدي الي صعوبة تطبيق التقنية المصرفية .	4.35	0.657	2	عالية جدا	33.740	.000

3	عدم امتلاك بنية تحتية متطورة وضعف قطاع الاتصالات يؤدي الي صعوبة توفير التقنية المصرفية .	4.52	0.594	3	عالية جدا	31.820	.000
4	عدم وجود خطة استراتيجية لدي الإدارة لإدخال التقنية المصرفية .	4.47	0.521	4	عالية جدا	38.660	.000
5	عدم إستقرار الشبكة والكهرباء مما يؤدي إلى صعوبة اسخدام الخدمات الإلكترونية.	4.47	0.627	5	عالية جدا	31.940	.000
6	بطء الإنترنت وبالتالي بطء تنفيذ العمليات المصرفية بسرعة وبجودة عالية .	4.40	0.636	6	عالية جدا	33.620	.000

المصدر : إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية ،البحر الاحمر ، 2019م

من الجدول رقم ( 10 ) يلاحظ الآتي:

1. نجد أن الغالبية العظمي من العبارات ذات موافقة عالية جداً.
2. أن العبارة التي حصلت على أعلى وسط حسابي عدم امتلاك بنية تحتية متطورة وضعف قطاع الاتصالات يؤدي الي صعوبة توفير التقنية المصرفية .
- 3 . تليها عبارته رقم 5 بقيمة متوسط حسابي عالي جدا .
4. العبارة التي حصلت على أقل وسط حسابي هي تنحصر المصارف بولاية البحر الاحمر في استخدام ادوات تقنية معينة .

مناقشة الفرضية الثالثة من خلال الوسط الحسابي والقيمة الاحتمالية لمربع كاي  
ثالثاً:هناك صعوبات ذات دلالة احصائية تحول دون تطوير الخدمات المصرفية بولاية البحر الاحمر

جدول رقم ( 11 )

العبارة	قيمة كاي	مربع	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية
---------	----------	------	-------------	-------------------

العدد السابع - أبريل 2020م			مجلة الدراسات الإدارية والاجتماعية
هناك صعوبات تحول دون تطوير العمليات المصرفية بولاية البحر الاحمر	318.000	12	0.000

المصدر : إعداد الباحث من بيانات الدراسة الميدانية ،البحر الاحمر ، 2019م  
نجد جميع القيم الاحتمالية لمربع كاي اقل من 5% وهي داله احصائيا" وبالنظر لقيم الوسط الحسابي نجدها جميعا اكبر من الوسط الفرضي (3) عليه اخذت اراء المبحوثين الموافقة مما يعني قبول الفرضية الثالثة والتي تنص علي ان (هناك صعوبات تحول دون تطوير الخدمات المصرفية بولاية البحر الاحمر ).

#### الخاتمة :

#### أولا : النتائج

توصلت الدراسة الي عدة نتائج وهي :

- 1- الوعي المصرفي يؤثر علي تطوير الخدمات المصرفية .
- 2- الوعي المصرفي يؤثر علي تطوير الخدمات المصرفية .
- 3- هناك تأثير للصعوبات التي تحول دون تطوير الخدمات المصرفية .

#### النتائج العامة :

- 1- وجدت الدراسة ان توعية العملاء تقنياً تؤدي الي رفع مستوى استخدام ادوات التقنية المصرفية .
- 2- وجدت الدراسة ان العاملين يحتاجون الي المزيد من الجرات التدريبية لمواكبة التطورات العالمية 3- وجدت الدراسة ان عدم امتلاك بنية تحتية تكنولوجية متطورة وضعف قطاع الإتصالات أدي الي صعوبة توفير التقنية المصرفية الحديثة.
- 4- وجدت الدراسة ان المصارف في ولاية البحر الاحمر تنحصر في استخدام أدوات تقنية معينة.
- 5- وجدت الدراسة ان توفر الدعم الحكومي يشكل دوراً هاماً في نشر الوعي المصرفي وفي توفير البنية الأساسية المطلوبة ، بالإضافة إلى سياسات وتشريعات داعمة لانتشار تلك الخدمات .

#### التوصيات :



- 1- القيام بحملات تهدف الي زيادة الوعي المصرفي لدى العملاء وتعريفهم بمزايا الخدمة الإلكترونية مثل توفير الوقت والجهد والتكلفة.
  - 2- لابد من الاهتمام ومعرفة الأسباب التي تحد من توسع العملاء من استخدام الخدمات المصرفية الإلكترونية والاستماع الي مشاكلهم ومقترحاتهم .
  - 3- القيام بحملة تسويقية للبطاقات الإلكترونية غير بطاقة الصراف الآلي مثل بطاقة الفيزا وبطاقة الماستر كارد وبطاقة التسوق عبر الانترنت.
  - 4- لابد لأي مصرف ان يقوم بمحاولات جديدة و جدية في جذب الجمهور و بأساليب مبتكرة وان لا يعمل تحت طائلة الخوف من الخسائر المحتملة .
  - 5- لابد من قيام المصارف بتوفير الحوافز المادية والمعنوية للعاملين وذلك لتشجيعهم علي نشر الوعي المصرفي.
- المراجع :

- 1- تيسير العجارمة ، التسويق المصرفي ، عمان، دار الحامد للنشر والتوزيع ، 2005 .
- 2- خالد امين عبد الله ، إسماعيل إبراهيم الطراد ، إدارة العمليات المصرفية المحلية والدولية ، عمان دار وائل للنشر والتوزيع، 2006 .
- 3- زياد الخوري ، الثقافة المصرفية بوابة الاصلاح المصرفي ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2006 .
- 4- عبد اللطيف مصيطفي ، دور البنوك في تمويل النشاط الاقتصادي ، حالة الجزائر ، مجلة الباحث ، العدد الرابع ، جامعة ورقلة ، 2006.
- 5- مازن العمري ، الوعي المصرفي مسؤولية من ، مطبعة الراي ، عمان ، الاردن ، 2011 .
- 6- مذكور ابراهيم واخرون ، معجم العلوم الاجتماعية ، القاهرة ، الهيئة المصرية للكتاب ، 1985 .
- 7 - منير ابراهيم هندي ، ادارة البنوك التجارية ، مدخل اتخاذ القرارات ، الطبقة الثالثة ، المكتب العربي الحديث ، الاسكندرية ، 1996 .

8- موفق عرفة معروف ، مستوي الوعي المالي لدي الطلبة معلمي العلوم يكلديات التربية في الجامعات الفلسطينية بغزة ، رسالة ماجستير ، الجامعة الاسلامية ، غزة ، 2007 .

الاوراق العلمية :

1- ابي سعيد احمد الديوه ، التوعية في نشر الخدمات المصرفية وفق اعتبارات التجارة الإلكترونية المؤتمر العلمي السنوي التاسع ، كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة الإمارات العربية المتحدة ، العين 2006 .

2- الكركي ، جودة الخدمات المصرفية واثرها علي تحقيق الميزة التنافسية في فلسطين من وجهة نظر الإداريين و الزبائن ، رسالة ماجستير ، الجامعة الإسلامية ، غزة ، 2010 .

3- عائشة بدوي عبد الرحمن ، تقويم ادخال الصيرفة الالكترونية في السودان بإستخدام نموذج قبول التقنية ( TAM ) ، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا ، رسالة دكتوراة غير منشورة ، 2007م .

4- منذر خالد حسين ، اثر نماذج القيادة علي رفع مستويات الوعي المصرفي لدى الجمهور الفلسطيني ، رسالة ماجستير ، جامعة النجاح الوطنية فلسطين ، 2007 .

5- معتز تاج السر محمد ، محمود تسويق الخدمات المصرفية في السودان الواقع وافاق المستقبل - دراسة تطبيقية علي بنك الثروة الحيوانية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، 2006 .

المراجع الاجنبية :

1- "An investigation into the acceptance of online banking in (Saudi Arabia " (AL-Somali , 2009 )

2- Sustainable Banking – Assessment of the Awareness and the Needs of Individual Clients and the public at General in Macedonia ( Dimova , 2008)

**علاقة الأنشطة الطلابية بالتحصيل الدراسي وبعض المتغيرات لدى طلبة  
كلية التربية مروي  
جامعة دنقلا**

**د.مجنوب أحمد محمد أحمد قمر**

**أستاذ مشارك - كلية التربية**

**قسم علم النفس-جامعة دنقلا**

**المُستخلص**

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن مستوى الأنشطة الطلابية وعلاقتها بالتحصيل الدراسي لدى طلبة كلية التربية مروي جامعة دنقلا، بالإضافة إلى تأثير بعض المتغيرات (الجنس، المستوى الدراسي) تكونت عينة الدراسة من (100) طالباً وطالبة، تم اختيارها عن طريق العينة العشوائية الطبقية، من مجتمع الدراسة الكلي (1000) طالباً وطالبة، المنهج المستخدم في هذه الدراسة هو المنهج الوصفي التحليلي، لتحقيق هذا الهدف استخدم الباحث مقياس الأنشطة الطلابية، استخدم الباحث

طرق متعددة في المعالجات الإحصائية تمثلت في اختبار (ت) للمجموعتين المرتبطتين ومعامل ارتباط (بيرسون)، ومعامل ثبات (الفا كرونباخ) وتحليل التباين. وقد أشارت النتائج إلى امتلاك الطلبة مستوى عالي من الأنشطة الطلابية، ووجدت الدراسة علاقة بين الأنشطة الطلابية والتحصيل الدراسي، وأيضاً لم تجد الدراسة فروقاً ذات دلالة إحصائية في الأنشطة الطلابية تُعزى لمتغير الجنس، توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الأنشطة الطلابية تُعزى لمتغير المستوى الدراسي ولصالح المستوى الرابع، وأخيراً على ضوء مناقشة الباحث للنتائج توصل إلى مجموعة من التوصيات. الكلمات المفتاحية: الأنشطة الطلابية: التحصيل، كلية التربية.

### Abstract

This study aimed to know discover The significant statistical relationship between the student activities and the Achievement at Dongola University students Faculty of Education Marawi. and then to the effect of some variables, (Gender, level of education), The sample total was (100) students from the whole sample number(1000) students, chosen by the stratified random, The distributive analytical method was used in this study, the researcher use measurement student activities scale, The researcher use various methods for the statistical processing such as (t-test) for the two related groups, Person correlation coefficient and valid coefficient (Cronbach's Alpha), One Way ANOVA. The results showed that students have a high level of student activities. There is significant statistical relationship between the student activities and the Achievement. The results also no statistical significant differences in the student activities in the tool as a whole due to the variable Gender. There are statistical significant differences on the total score of the instrument as a whole due to the variables of the education level in favor of the four level, Finally, in light of the study results and discussion the researcher suggested some recommendations.

Key words: student activities: Achievement :Faculty of Education.

مقدمة:

تُعتبر المرحلة الجامعية من أهم مراحل الدراسة في حياة الطلبة كونها تعمل على تحقيق ميولهم واستعداداتهم واحتياجاتهم إذ من خلالها يمكن تجسيد المبادئ

التربوية فضلاً عن الصفات الخلقية والاجتماعية وتعزيز المهارات والعادات الإيجابية، حيث يحتاج الطالب في هذه المرحلة إلى إشباع حاجاته الضرورية من خلال ممارسة الأنشطة المختلفة، وفي هذا الصدد قد أولى المسؤولون التربويون في مختلف دول العالم المتقدم اهتماماً كبيراً بالنشاط الطلابي ودوره الفعال في تحقيق أهداف التربية بصفة عامة (المطيري، 2016: 242).

لم يقتصر الدور الفاعل للتربية الحديثة على حجرة الصف الدراسي في تزويد الطالب بالمعلومات الأساسية والثقافية العامة، وتنمية القيم والاتجاهات والميول والمهارات وأساليب التفكير المرغوبة وتغيير السلوكيات فيها فحسب، بل اتجهت إلى الاهتمام به من جميع جوانبه الجسمية والعقلية والروحية والنفسية والثقافية والاجتماعية، على اعتبار أن الطالب شخصية متكاملة وعضو فعال في المجتمع، والطلاب هم الشباب الذين يمثلون الحلقة الأقوى في المجتمعات، حيث ينسب إليها عادةً مسؤولية نجاح وأستمرار تناقل الأعراف والقيم الاجتماعية أو فشلها وتوقفها أو تباطؤها، لذلك لا بد من انتباه المجتمع إلى خطورة هذا الدور للشباب، والعمل على تهيئتهم وإعدادهم منذ البداية إعداداً مناسباً لهذه المهمات الحيوية المنوطة بهم، لما يترتب على هذا الإعداد والتهيئة من إمكانية تكيفهم مع مجتمعهم والتفاعل معه بإيجابية أو عدم التكيف وتحولهم إلى قوى هادمة لقواعده التي تعارف عليها (محمد والقشيري، 2010: 48).

لتحقيق الاهتمام بالشخصية المتكاملة للطالب جسدياً وعقلياً وروحياً واجتماعياً، تتعدد الأنشطة الطلابية في المؤسسات التربوية لتشمل الأنشطة الرياضية، الثقافية، والفنية، الاجتماعية، العلمية، وتتنوع أنشطة المدرسة لتتفق مع رغبات وقدرات واهتمامات الطلاب بحسب الإمكانيات المتاحة (البلوشي، 2005: 3).

لقد بدأ النشاط في بداية القرن العشرين بالعناية بالأجسام، وتحقيق اللياقة البدنية، وكان يغلب على هذا النشاط الجانب الحركي، ثم اتسع مجال النشاط بعد ذلك، وأصبح يضم مناشط مختلفة، كالجمعيات والنوادي، وصارت لها أهداف ثقافية واجتماعية ونفسية وروحية، بالإضافة إلى الأهداف المتعلقة بتدريب الجسم واكتساب المهارات الحركية (بدر، 1985: 50-52).

قد أكد جوب وجوب (Chaubé & Chaubé, 1996, p. 205) إن كافة الأنشطة التي تقدمها

المدرسة للطالب يجب أن تعمل على تطويره من كافة الجوانب.

تمثل الأنشطة الطلابية جانباً مهماً من المجالات التي تحظى باهتمام كبير في التعليم بصورة عامة وقبل الجامعي بصورة خاصة، وذلك لدور الكبير الذي تلعبه في تكوين شخصية الطالب وتنميتها من مختلف جوانبها العقلية والنفسية والاجتماعية، حيث أن هذه الأنشطة تعمل على كسر الحواجز والعلاقات التقليدية التي يشارك فيها الطالب من خلال الأنشطة والتي تعمل على تنمية مهاراته وقدراته ومقاومة المشكلات التي تواجهه، والنشاط ليس مادة دراسية منفصلة عن المواد الدراسية الأخرى بل أنه يتخلل كل المواد الدراسية، ويعتبر جزءاً مهماً من المنهج بمعناه الواسع الذي يترادف فيه مفهوم المنهج والحياة الدراسية لتحقيق النمو الشامل المتكامل والتربية المتوازنة، كما أن النشاط اللاصفي الموجه مجال تربوي هام لا تقل أهميته بحال من الأحوال عن المقررات الدراسية إذ عن طريق النشاط خارج القاعات الدراسية يستطيع الطلاب أيضاً اكتساب خبرات ومواقف تعليمية يصعب تعلمها داخل القاعات الدراسية (مزيو، 2014: 568).

تؤكد نتائج دراسة مزيو (2014) أن الأنشطة الطلابية التي تقوم على فلسفة العمل الجماعي، تدعم شعور الطلاب بالتوافق وتقوي لديهم روح الانتماء والولاء إلى الجماعة التي ينتمون إليها، مما يسهل انتقال هذه الروح إلى المجتمع الذي يعيشون فيه، بالإضافة إلى تحقيق مبدأ الشورى وترسيخ قواعد الحرية والمسؤولية المساواة بين الطلبة، وتغرس فيهم روح الديمقراطية فهم يعملون معاً من أجل تحقيق هدف مشترك.

يرى (Gardner et al 2008) أن الاشتراك في الأنشطة الطلابية تعمل على دعم علاقات الطالب مع الناس والمؤسسات الاجتماعية، كذلك وجد (Fredricks and Eccles, 2006) أن المشاركة في النشاط الطلابي ترتبط إيجابياً مع النتائج الأكاديمية الإيجابية، بما في ذلك تحسين الدرجات، والمزيد من الانخراط في المؤسسات التعليمية، وزيادة التطلعات الاجتماعية.

قد أشار الراجحي (2013) إلى أنَّ الأنشطة الطلابية بأشكالها المتنوعة - المنهجية والموازية تسعى إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي تغطي كافة جوانب النموّ للطالب، ومن هذه الأهداف تدريب الطلبة على كيفية الانتفاع بوقت الفراغ واستثماره بشكل فعال، وتدريبه على كيفية تخطيط العمل، وتنظيمه، وتحمل المسؤولية، وقيادة الآخرين، والعضوية الناجحة في الجماعات، والتعاون والعمل في فريق وإشباع حاجات الطلبة؛ للتنافس، والترويج عن النفس، والاستمتاع بالحياة، وتنمية المشاركة المجتمعية الايجابية لهم من خلال الفرص المتاحة لممارسة الأنشطة. يرى خلف الله (2018: 131-132)، أن المؤسسات الجامعية قد اتجهت مؤخراً نحو الاهتمام بالأنشطة الطلابية المرتبطة بإثراء الخبرات التعليمية لدى الطلبة مثل الأنشطة المرتبطة بخدمة المجتمع من خلال، القيام بالمشروعات البحثية، والتدريب الميداني، إذ أن لها دورها في الارتقاء بمستوى المشاركة الطلابية، ومساعدة الطالب على النمو على المستويين الشخصي والمعرفي.

للتحصيل الدراسي أهميه كبيرة لحياة الفرد وأسرته فهو ليس فقط تجاوز مراحل دراسية متفاوتة أو بالحصول على الدرجة التي تؤهله لذلك، بل له جوانب هامة جداً في حياته، فهو الطريق الإجباري لاختيار نوع الدراسة والمهنة التي تحدد الدور الاجتماعي الذي يقوم به الفرد والمكانة التي يستحقها، وقد يتأثر التحصيل الدراسي بالعديد من العوامل الخاصة بالطالب مثل العوامل المرتبطة بالحالة الصحية والنفسية والعقلية، وأخرى خارجية ونقصد بها العالم الخارجي المتكون من الأسرة والمدرسة وجماعة الأقران (محمد، 2016: 1).

يعتبر التحصيل الدراسي من المجالات المهمة التي حظيت باهتمام الآباء والمربين باعتباره أحد الأهداف التربوية التي تسعى إلى تزويد الفرد بالعلوم والمعارف التي تنمي مداركه وتفسح المجال لشخصيته لتنمو نمواً صحيحاً، والواقع أن تلك الأهداف التي يسعى إليها النظام التعليمي تتعدى إلى ما ه أبعد من ذلك، فالمدرسة أو الجامع هي مسؤولة الأولى عن إحداث التماسك الاجتماعي بين أبناء الشعب ودفع عملية التقدم للأمام وهي المسؤولة عن غرس القيم الإيجابية وعن تربية الشعوب بالمسؤولية لدى الفرد (خير الله والكناني، 1983: 22).

يُعدّ التحصيل الدراسي من الحاجات الشخصية التي يسهم النجاح والتفوق فيه في زيادة تقبل الفرد لذاته وبالتالي في إحداث التوافق النفسي له، ويرتبط بالتعلم الذي يشمل على كافة التغيرات التي تحدث في الأداء وتضم الجوانب التحصيلية المختلفة التي يصل إليها الفرد تحت ظروف الممارسة والتدريب (العبيدي، الحבורي، 1981: 167).

التحصيل الدراسي يشبع حاجة من الحاجات النفسية التي يسعى إليها الدارسون وفي حالة عدم إشباع هذه الحاجة فإنها تؤدي إلى شعور الطالب بالإحباط الذي ينتج عنه استجابات عدوانية من قبل التلميذ قد تؤدي إلى اضطراب النظام الدراسي، كما تكمن أهمية التحصيل الدراسي في العملية التعليمية في كونه يعالج كمعيار لقياس مدى كفاءة العملية التعليمية، ومدى كفاءتها في تنمية مختلف المواهب والقدرات المتوفرة في المجتمع مما يمهد لاستغلال هذه القدرات، ويعد التحصيل الدراسي من الإجراءات الوقائية لعدم الوقوع في المشكلات الأمنية والتخريبية التي تعاني منها كثير من المجتمعات نتيجة انحطاط المستوى الدراسي وقلة التحصيل، وتسرب كثير من التلاميذ من الدراسة، وعندما ننظر إلى عملية التحصيل نظرة تحليلية نجد أن هناك عوامل عديدة تؤثر فيها وترتبط بها، ومعرفة هذه العوامل وأثرها على عملية التحصيل تمكننا من معرفة ما يعوق تلك العوامل الهامة لتفادي المعوقات والوصول بالتحصيل الدراسي إلى أقصى حد، وأن عملية التحصيل الدراسي كثيراً ما تتداخل فيها عوامل كثيرة بعضها مرتبط بالطالب نفسه وبقدراته ودافعيته، وبعضها مرتبط بالخبرة المتعلمة، وطريقة تعليمها، أو بالظروف البيئية التي يحيط بالتلميذ من أسرة ومدرسة بصفة عامة (أحمد، 2010: 94-95).

إن الاطلاع على الدراسات السابقة يثرى الباحث معرفياً ويزيده خبرة في مجال بحثه، ويجعله يبدأ من حيث انتهى الآخرون؛ ونظراً لضيق المقام فلن يتسن للباحث سوى عرض بعض الدراسات والتي لها علاقة مباشرة بموضوع الدراسة الحالية حتى يتمكن من الاستفادة منها في تفسير وتحليل النتائج الخاصة بموضوع الدراسة، وقد رتبها الباحث ترتيباً زمنياً من الأحدث إلى الأقدم؛ ومن هذه الدراسات دراسة كلاب (2018) بعنوان تصوير مقترح لتطوير الأنشطة الطلابية في الجامعات



الفلسطينية لتعزيز الوحدة الوطنية لدى طلبتها، تكونت عينة الدراسة من (385) طالباً وطالبة، وقد توصلت الدراسة إلى أن الدرجة الكلية لدور الأنشطة الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز الوحدة الوطنية جاءت بدرجة مرتفعة، ولم تتحصل الدراسة على فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة حول دور الأنشطة الطلابية في الجامعات الفلسطينية في تعزيز الوحدة الوطنية لدى طلبتها تعزى لمتغير (الجنس، التخصص، الجامعة، المستوى الدراسي).

بحث خلف الله (2018) واقع الأنشطة الطلابية بجامعة الأقصى في ضوء متطلبات سوق العمل، على عينة مكونة من (496) طالباً وطالبة، وقد وجدت الدراسة أن المتوسط الحسابي لتقديرات عينة الدراسة حول واقع الأنشطة قد جاء بدرجة مرتفعة، كما وجدت الدراسة فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة لصالح كل من الطالبات والمستوى الدراسي الأول وكلية التربية.

قام الشقران (2016) دراسة هدفت إلى معرفة إسهام الأنشطة الطلابية في تعزيز مفاهيم المواطنة لدى طلبة جامعة أم القرى، على عينة مكونة من (224) فرداً، وقد توصلت الدراسة إلى أن درجة إسهام برامج الأنشطة الطلابية في تعزيز المشاركة المجتمعية متوسطة المستوى، كما لم تظهر الدراسة فروقاً ذات دلالة إحصائية بين متوسطات إجابات عينة الدراسة تعزى لمتغير التخصص والمستوى الدراسي.

أجرى المطيري (2016) دراسة بعنوان مدى مساهمة الأنشطة الطلابية في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طالبات الكليات الإنسانية في جامعة الملك سعود، تكونت عينة الدراسة من (426) طالبة، حيث وجدت الدراسة أثر للأنشطة الطلابية في تنمية المسؤولية الاجتماعية يُعزى لمتغير المستوى التعليمي والكلية والمعدل التراكمي.

استهدفت دراسة الفرا (2015) دور الأنشطة الجامعية في تنمية الوعي الوطني القائم على الماركة السياسية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية من وجهة نظرهم، تكونت عينة الدراسة من (362) طالباً وطالبة، حيث وجدت الدراسة أن الدرجة الكلية لتقدير طلبة الجامعات الفلسطينية لدور الأنشطة الجامعية في تنمية

الوعي الوطني القائم على الماركة السياسية بدرجة عالية، كما أن الدراسة لم تجد فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسط استجابات الطلبة تُعزى لمتغيرات (الجنس، الجامعة، المستوى الدراسي، المعدل التراكمي).

على الصعيد الأجنبي نجد أن (Helen R. Lara, 2017) قد بحث دور أداء المؤسسات الاجتماعية في الأنشطة الطلابية، على عينة مكونة من (30) رئيس منظمة طلابية معتمدة، حيث وجدت الدراسة أن للأسرة والمدرسة تأثير قوى على مشاركة الطلاب في الأنشطة.

تسأل (Madison, Kalye, 2017) عن الأنشطة الطلابية الجامعية والقيم أية علاقة (University Students Activities and Values Any relationship?) حيث بلغ عدد أفراد عينة الدراسة (568) طالباً وطالبة، حيث توصلت إلى أن الأنشطة الطلابية لها أثر وعلاقة قوية بالقيم.

من خلال استعراض الدراسات السابقة التي وردت في هذه الدراسة نجد أنها تؤكد على أهمية النشاط الطلابي، كما كان هناك تفاوت حول نتائج الدراسات السابقة فمنها ما وجد درجة عالية في الأنشطة الطلابية من وجهة نظر الطلبة كدراسة كُلاب (2018) و خلف الله (2018) و الفراء (2015) في حين نجد أن دراسة الشقران (2016) وجدت درجة متوسطة في إسهام برامج الأنشطة الطلابية في تعزيز المشاركة المجتمعية، كذلك أشارت معظم الدراسات إلى غياب الفروق ذات الدلالة الإحصائية في النشاط الطلابي كدراسة كُلاب (2018) والشقران (2016) والفراء (2015)، أما دراسة خلف الله (2018) والمطيري (2016) قد وجدت فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة، اتفقت الدراسات السابقة مع الدراسة الحالية في استخدام المنهج الوصفي واختلفت الدراسة الحالية معها في حجم العينة والبيئة التي أجريت فيها الدراسة، وعينة الدراسة، عليه لم يتسنى للباحث الحصول على دراسة محلية أو عربية تناولت العلاقة بين المتغيرين معاً على حد علم الباحث.

**مشكلة الدراسة:**

من خلال إطلاع الباحث تبين له أن الأنشطة الطلابية تجعل الجامعة أو الكلية أو المدرسة مجتمعاً متكاملًا يتدرب فيه الطلاب على الحياة المجتمعية، يكتسبوا من خلالها خبرات وتجارب المجتمع، وتبث فيهم روح الجماعة وتدريبهم على القيادة والتشاور والتعاون، والتفاهم المتبادل، كما تدعم شخصياتهم بما يلاقونه من تحديات وما يقابلهم من مشكلات، وما يتحملونه من مسؤوليات بل وهي ركيزة أساسية ضمن ركائز التنمية البدنية المتكاملة لشخصية الطالب، وانطلاقاً من أهمية الأنشطة الطلابية ودورها في تحقيق الأهداف التربوية جاءت فكرة هذه الدراسة وبناءً عليه يمكن تلخيص مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي: "ما علاقة الأنشطة الطلابية بالتحصيل الدراسي لدى طلبة كلية التربية مروي جامعة دنقلا؟" وتتفرع من هذا السؤال الرئيس أسئلة فرعية على النحو التالي:

ما واقع الأنشطة الطلابية بكلية التربية مروي - جامعة دنقلا؟

هل توجد علاقة ارتباطية بين الأنشطة الطلابية والتحصيل الدراسي لدى طلبة كلية التربية مروي جامعة دنقلا؟

هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في واقع الأنشطة الطلابية بالجامعة دنقلا تُعزى لمتغيري (الجنس، المستوى الدراسي)؟  
أهمية الدراسة:

لهذه الدراسة أهمية نظرية وأخرى تطبيقية على النحو التالي  
(أ) الأهمية النظرية:

على المستوى النظري تستمد الدراسة أهميتها من منطلق:  
أهمية الموضوع الذي تتصدى إليه الدراسة حيث نجد أن متغيرات الدراسة كانت هماً وقاسماً مشتركاً بين الباحثين.  
إسهام الدراسة في إثراء المعرفة عن طريق العرض والتوضيح لمفهوم الأنشطة الطلابية، والتحصيل الدراسي.

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات المهمة والنادرة في مجتمع الدراسة في حد علم الباحث وهذا يفتح المجال لدراسات لاحقة.  
(ب) الأهمية التطبيقية:

تستمد الدراسة أهميتها على المستوى التطبيقي من المنطلقات التالية:

تبرز أهمية الدراسة من خلال النتائج التي يمكن التوصل إليها إذ يتوقع خلالها معرفة العلاقة بين الأنشطة الطلابية والتحصيل الدراسي، مما يمكن التربويين من الوقوف على مدى امتلاك الطلبة لهذه المهارة مما يساعد إدارة جامعة دنقلا -كلية التربية في إيجاد البرامج الكفيلة لها.

قد تتواكب نتائج هذه الدراسة مع التوجيهات الحالية لجامعة دنقلا ورغبتها الملحة في خدمة المجتمع بكافة شرائحه، أي يمكن من خلال هذه الدراسة محاولة العمل على رسم إستراتيجية مستقبلية لدور النشاط الاجتماعي وأثره التحصيل الدراسي لدى طلبة جامعة دنقلا.

يأمل الباحث أن تصل هذه الدراسة إلى نتائج تساعد في وضوح الرؤية في إعداد البرامج ودمج التدريبات المتخصصة عن الأنشطة الطلابية في المناهج الدراسية السودانية ومراعاة الفروق الفردية فيها.

#### أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى:

الكشف عن دور الأنشطة الطلابية لدى طلبة كلية التربية مروي - جامعة دنقلا؟

التحقق من طبيعة العلاقة الارتباطية بين الأنشطة الطلابية والتحصيل الدراسي لدى طلبة كلية التربية مروي جامعة دنقلا؟

التعرف على الفروق ذات دلالة إحصائية في الأنشطة الطلابية لدى طلبة كلية التربية مروي - جامعة دنقلا والتي يمكن أن تُعزى لمتغيري (الجنس، المستوى الدراسي)؟

#### التعريفات الإجرائية:

الأنشطة الطلابية: مجموعة من البرامج التي ينتمي إليها الفرد ضمن مجموعة العلاقات الاجتماعية التي تؤدي إلى اكتساب الخبرات التربوية والاجتماعية التي تسهم في بناء الشخصية وتكاملها (العتيبي، 2013: 9). ويعرفه الباحث إجرائياً على أنها الدرجة التي يحصل عليها المفحوص من خلال إجاباته على المقياس المستخدم في هذه

الدراسة، عليه تتراوح الدرجة الكلية للمقياس ما بين (200-40) بمتوسط نظري قدره (120)، في البعد الأول: دور الأنشطة الطلابية ما بين (75-15) بمتوسط (45) وفي البعد الثاني: واقع أثر ممارسة الأنشطة ما بين (75-15) بمتوسط (45) وفي البعد الثالث معوقات ممارسة النشاط ما بين (50-10) بمتوسط قدره (30).

التحصيل الدراسي: مصطلح تربوي يطلق على النتائج المتحققة من العملية التربوية وهو محصلة ونتاج الجهد المبذول من الطالب خلال تعلمه بالجامعة أو مذكرته أو ما كتبه من قراءاته في الكتب أو المراجع (خير الله، 1999: 2-3) حدود الدراسة: اقتصرنا هذه الدراسة على طلبة كلية التربية مروي جامعة دنقلا- الولاية الشمالية- جمهورية السودان في العام الدراسي (2018-2019). منهجية الدراسة وإجراءاتها:

في هذا الجزء من الدراسة سوف يستعرض الباحث منهج الدراسة ومجتمع الدراسة وعينة الدراسة وصدق وثبات أداة الدراسة على النحو التالي: أولاً: منهج الدراسة: المنهج المستخدم في هذه الدراسة هو المنهج الوصفي التحليلي.

ثانياً: مجتمع الدراسة: يشمل مجتمع الدراسة جميع طلبة جامعة دنقلا -كلية التربية (أدبي-مروي) حيث لا يوجد بها تخصصات علمية موزعين على أربع مستويات والبالغ عددهم (1000) طالباً وطالبة. ثالثاً: عينة الدراسة:

أ. العينة الاستطلاعية: بلغ حجم العينة الاستطلاعية (40) طالباً وطالبة من المستويات الدراسية الأربعة والهدف منها التأكد من الخصائص السيكومترية لأداة الدراسة.

ب. عينة الدراسة (الفعلية)، تكونت عينة الدراسة من (100) طالباً وطالبة، منها (50) طالباً و(50) طالبة، تم اختيارهم عن طريق العينة العشوائية الطبقية بنسبة (10%) من مجتمع الدراسي الأصلي (1000). بهذا تم توزيع عدد (100) استبانة عبر الزيارة الميدانية لأفراد عينة الدراسة، وبعد فحص الاستبانات تبين أن جميع

الاستبيانات صالحة للتحليل الإحصائي والبالغ عددها (100) استبانة، فيما يلي الجدول (1) يوضح توزيعات أفراد عينة الدراسة على متغيرات الدراسة.

جدول (1) يوضح توزيعات أفراد عينة الدراسة على متغيرات الدراسة

المستوى الدراسي			المعدل التراكمي			النوع الاجتماعي		
المستوى	التكرار	النسبة %	المعدل	التكرار	النسبة %	النوع	التكرار	النسبة %
الأول	26	26%	ممتاز	4	4%	الذكور	49	49%
الثاني	24	24%	جيد جداً	26	26%			
الثالث	25	25%	جيد	51	51%	الإناث	50	50%
الرابع	25	25%	مقبول	19	19%			
المجموع	100	100%	المجموع	100	100%	المجموع		100%

خامساً: أداة الدراسة:

مقياس الأنشطة الطلابية: من إعداد المطيري (2016) أجرى عليها الباحث بعض التعديلات حتى يتماشى مع بيئة الدراسة، تتكون الأداة من (40) عبارة تقيس دور الأنشطة الطلابية (15) فقرة، واقع أثر ممارسة الأنشطة (15) فقرة، معوقات ممارسة النشاط (10) فقرات، يجابوب عليها الطالب وفقاً للسلم الخامس (أوافق بشدة، أوافق، أوافق لحد ما، لا أوافق، لا أوافق بشدة) حيث أعطيت الدرجات التالية على التوالي (5-4-3-2-1) للعبارات الموجبة والعكس للعبارات السالبة.

أولاً: صدق مقياس: استخدم الباحث أربع مؤشرات للدلالة على صدق المقياس وهي على النحو التالي:

(أ). الصدق الظاهري **Face Validity**: يرى إيبيل (Ebel, 1972:P,55) أن أفضل وسيلة لاستخراج الصدق الظاهري للمقياس هو من خلال ملائمة المقياس لما وضع من أجله ومدى وضوح التعليمات وصلاحيه الفقرات ويتحقق ذلك من خلال عرضه على خبراء أو محكمين، وبخاصة إذا كان هؤلاء المحكمون من ذوي الخبرة. عليه قام

الباحث بعرضه على عدد(2) من الأساتذة والخبراء في علم النفس والتربية لفحص عبارات المقاييس وابدوا آراءهم على كل عبارة.

(ب).صدق الاتساق الداخلي:(Internal Consistency Validity) يتم ذلك خلال حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات أداة الدراسة مع الدرجة الكلية والجدول(2) يوضح ذلك.

جدول(2) ارتباط كل فقرة من فقرات المقياس مع الدرجة الكلية للمقياس

الفرقة	الارتباط	الفرقة	الارتباط	الفرقة	الارتباط	الفرقة	الارتباط
1	0.763**	11	0.746**	21	0.688**	31	0.469**
2	0.688**	12	0.476**	22	0.765**	32	0.686**
3	0.765**	13	0.492**	23	0.698**	33	0.449**
4	0.698**	14	0.719**	24	0.621**	34	0.708**
5	0.621**	15	0.468**	25	0.735**	35	0.689**
6	0.735**	16	0.476**	26	0.650**	36	0.735**
7	0.650**	17	0.492**	27	0.700**	37	0.717**
8	0.717**	18	0.719**	28	0.777**	38	0.782**
9	0.782**	19	0.468**	29	0.682**	39	0.679**
10	0.679**	20	0.704**	30	0.559**	40	0.746**

\*\* دال عند مستوى الدلالة(0.01)

تتكون الأداة من (40) عبارة تقيس دور الأنشطة الطلابية (1-15) فقرة، واقع أثر ممارسة الأنشطة(16-30) فقرة، معوقات ممارسة النشاط (31-40) فقرات، يلاحظ الباحث من الجدول(2) أن جميع القيم كانت دالة عند مستوى الدلالة(0.01) عليه لم يحذف الباحث أي عبارة من المقياس

(ج).صدق البناء:(Construct Validity): يقول كرونباخ: (Kronbach Alpha) في العيسوي (2005) صدق البناء هو عبارة عن تحليل معاني ودرجات الاختبار. ويتم حسابه بعدة طرق منها التحليل العاملي والتناسق الداخلي لمعرفة الفقرات المتسقة مع بعضها البعض، وتحقق منه الباحث إحصائياً بحساب معامل الارتباط بين درجة كل بعد و الدرجة الكلية للمقياس والجدول (3) يوضح ذلك.

جدول(3) ارتباط المقاييس الفرعية مع الدرجة الكلية(ن = 40).

العدد السابع - أبريل 2020م				مجلة الدراسات الإدارية والاجتماعية			
الأبعاد	دور الأنشطة الطلابية	واقع أثر ممارسة الأنشطة	معوقات ممارسة النشاط	الارتباط			
	.995**0	.943**0	.995**0				

\*\* دال عند مستوى الدلالة (0.01)

يلاحظ الباحث من الجدول (3) أن جميع المقاييس الفرعية ارتبطت ارتباط موجب ودال إحصائياً عند مستوى الدلالة (0.01) مما يدل على قوة صدق المقياس لقياس ما وضع لقياسه حيث تراوحت ما بين (0.94-0.99) وهي مؤشرات عالية الدلالة.

(د).الصدق الذاتي: Intrinsic Validity: وهو من أنواع الصدق الإحصائي، ويقاس بحساب الجذر التربيعي لمعامل الثبات المحسوب بأي طريقة من طرق حساب الثبات، واعتمد الباحث على طريقة كرونباخ ألفا فكانت الدرجة الكلية لصدق المقياس حوالي (0.99). والجدول (4) يوضح معاملات الصدق الذاتي بين المقاييس الفرعية والدرجة الكلية للأداة ككل.

#### جدول (4) معاملات الصدق الذاتي بين المقاييس الفرعية والأداة ككل

الأبعاد	دور الأنشطة الطلابية	واقع أثر ممارسة الأنشطة	معوقات ممارسة النشاط	الأداة ككل
الصدق الذاتي	0.90	0.90	0.93	0.99

يلاحظ الباحث من الجدول (4) أن معاملات الصدق الذاتي على المقياس كانت جيدة جداً مما يسمح له بالتطبيق على عينة الدراسة.

#### (2). ثبات مقياس الأنشطة الطلابية:

استخدم الباحث في هذه الدراسة مؤشرين لدلالة على ثبات المقياس الطريقة الأولى هي التجزئة النصفية: Split-Half يرى خيرى (1970: 332) يتم حساب الثبات بهذه الطريقة عن طريق حساب معامل الارتباط بين العبارات الفردية والعبارات الزوجية باستخدام قانون الارتباط الخام لبيرسون، قام الباحث بحساب الأعداد الفردية والأعداد الزوجية كما مبين في الجدول (5)، الطريقة الثانية هي طريقة



الاتساق الداخلي (Internal Consistency) فتم حساب مقياس بطريقة كرونباخ ألفا (Kronbach Alpha) ، وفيما يلي الجدول (5) يوضح معاملات الثبات بطريقة التجزئة النصفية و ألفا كرونباخ.

جدول (5) معاملات الثبات بطريقة التجزئة النصفية و ألفا كرونباخ للمقاييس الفرعية والأداة ككل.

الأبعاد	دور الأنشطة الطلابية	واقع ممارسة الأنشطة	معوقات ممارسة النشاط	الأداة ككل
كرونباخ ألفا	0.815	0.817	0.869	0.977
التجزئة النصفية	0.831**	0.836**	0.672**	0.960**
معالجة سبيرمان - براون	0.908	0.911	0.804	0.979

\*\* دال عند مستوى الدلالة (0.01)

يلاحظ الباحث من الجدول (5) أن معاملات الثبات في طريقة ألفا والتجزئة ومعالجة سبيرمان - براون أكبر من (60) وهي معاملات ثبات عالية جداً، ومن الإجراءات السابقة تميز المقياس بدرجة صدق وثبات عالية تسمح بتطبيقه على البيئة السودانية بصفة عامة وجامعة دنقلا بصفة خاصة.

#### سادساً: إجراءات التطبيق:

قام الباحث بالإجراءات التنفيذية التالية:

1. جمع الإطار النظري والدراسات السابقة المتعلقة بمتغيرات الدراسة.
2. إعداد أدوات الدراسة بصورتها النهائية.
3. تحديد مجتمع الدراسة واختيار عينة الدراسة في العام الدراسي 2018-2019.
4. تفريق إجابات أفراد عينة الدراسة، ومعالجتها إحصائياً باستخدام البرنامج الإحصائي (S.P.S.S).

5. استخراج نتائج الدراسة وتحليلها ومناقشتها وتفسيرها.

سابعاً: الأساليب الإحصائية:

استخدمت الوسائل الإحصائية الآتية لتحقيق أهداف الدراسة:

1. معامل ارتباط بيرسون Pearson correlation coefficient
  2. الاختبار التائي لعينتين مستقلتين (T-Test Two Independent sample).
  3. معادلة كرونباخ ألفا (Cronbach – Alpha formula).
  4. تحليل التباين الأحادي، واختبار دنكان للفروق البعدية
  5. المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والوزن النسبي.
- أعتمد الباحث محك (Ozen et al, 2012)، في تصنيف دور النشاط الطلابي والمسؤولية الاجتماعية إلى مرتفع، متوسط، منخفض على النحو التالي: الحد الأعلى للمقياس - الحد الأدنى للمقياس تقسيم عدد الفئات = 5 - 1 تقسيم 5 = 0.8 طول الفئة.

طول الخلية	1.8-1	2.60-1.80	3.40-2.61	4.20-3.41
الوسط النسبي	%20-%36	%36-52	%35-68	من 73% فأكثر
درجة الموافقة	منخفضة جداً	منخفضة	متوسط	مرتفع

#### نتائج الدراسة ومناقشتها:

في هذا الجزء من الدراسة سوف يقوم الباحث بعرض نتائج الدراسة ومناقشتها في ضوء الدراسات السابقة والإطار النظري على النحو التالي:

أولاً: عرض نتيجة السؤال الأول:

نص السؤال الأول على: " ما واقع الأنشطة الطلابية بكلية التربية مروي- جامعة دنقلا؟" قام الباحث بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية واختبار (ت) والجدول (12) يوضح ذلك الإجراء

جدول (6) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية واختبار (ت)

لمعرفة واقع الأنشطة الطلابية بكلية التربية مروي جامعة دنقلا

الأبعاد	الترتيب	الدرجة	الوسط الفرضي	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	اختبار ر (ت)	مستوى الدلالة	الأهمية النسبية	التقييم
الأول	1	75	45	63.70	8.72	72.97	* 0.00	84.93 %	مرتفع
الثاني	3	75	45	59.49	11.33	52.49	* 0.00	78.67 %	مرتفع
الثالث	2	50	30	40.42	7.03	57.47	* 0.00	80.84 %	مرتفع
متوسط الأداة ككل		200	120	136.54	21.02	77.81	* 0.00	81.48 %	مرتفع

\*دال عند مستوى الدلالة (0.05)

\*الأهمية النسبية = الوسط الحسابي ÷ الدرجة الكلية للبعد × 100

يلاحظ الباحث من الجدول (6) بأن المتوسط الحسابي على الأداة ككل بلغ (136.54) وكان الوسط الفرضي (120) بانحراف معياري (21.02) وأهمية نسبية (81.48%) حيث نجد أن المتوسط الحسابي أكبر من الوسط الفرضي وكذلك الأهمية النسبية أعلى من (73%) حسب مفتاح التصنيف، وكانت قيمة (ت) (77.81) عند مستوى الدلالة (\*0.00) ويشير ذلك إلى أن واقع الأنشطة الطلابية بكلية التربية مروي جامعة دنقلا قد جاءت بدرجة مرتفعة في جميع الأبعاد والدرجة الكلية ككل لأداة، مرتبة على النحو التالي دور النشاط، معوقات النشاط، واقع أثر النشاط ويفسر الباحث ذلك إلى أن الأنشطة الطلابية تلعب دوراً كبيراً في خدمة المجتمع وذلك من خلال الخبرات التراكمية التي يكتسبها الطالب عند الانضمام إلى أي جمعية ينتمي إليها بغض النظر عن نوعها كخبرة التنظيم والتدريب وتحمل المسؤولية الشخصية



واحترام الآخرين وخاصة في المناقشات العلمية الهادفة لما لها من دور في تحقيق النجاح الفرد لم يتسنى للباحث الحصول على دراسة تناولت العلاقة بين الأنشطة الطلابية والتحصيل الدراسي فبالتالي تكون هذه الدراسة بمثابة مفتاح لدراسات لاحقة على حد علم الباحث.

### ثالثاً: عرض نتيجة السؤال الثالث

نص السؤال الثالث على: "هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية في الأنشطة الطلابية لدى طلبة كلية التربية مروي- جامعة دنقلا تُعزى لمتغيري (الجنس، المستوى الدراسي)؟"

أولاً: متغير الجنس: قام الباحث بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وأجرى اختبار (ت) لمعرفة دلالة الفروق بين متوسطي الذكور والإناث والجدول (8) يوضح ذلك.

جدول (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وأجرى اختبار (ت) لمعرفة دلالة الفروق بين متوسطي الذكور والإناث في درجة مساهمة الأنشطة الطلابية

المستوى الدلالة	قيمة (ت)	الإناث		الذكور		الجنس الأبعاد
		الانحراف	المتوسط	الانحراف	المتوسط	
0.66	1.01	10.27	62.80	6.92	64.56	دور الأنشطة الطلابية
0.09	2.57	12.61	56.59	9.24	62.27	واقع أثر ممارسة الأنشطة
0.58	-1.23	7.30	41.30	7.30	39.57	معوقات ممارسة النشاط
0.53	1.36	25.21	1.61	15.764	1.66	للأداة ككل

يلاحظ الباحث من الجدول (8) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في جميع الأبعاد والدرجة الكلية في الأنشطة الطلابية لدى طلبة كلية التربية مروي- جامعة دنقلا تُعزى لمتغير الجنس، ويفسر الباحث هذه النتيجة إلى أن غياب الفروق

بين الجنسين إلى أهمية النشاط الطلابي في حياة طلبة الجامعة فكلا الجنسين يحتاج إلى تبادل الخبرات مع الآخرين وخاصةً أن طلبة الجامعة هم في مرحلة عمرية تطلعية أي يحاولون استكشاف البيئة من حولهم وكيفية مواجهة الصعوبات في المستقبل والتغلب عليها، اتفقت الدراسة مع دراسة دراسة كُلاب (2018) والشقران (2016) والفرا (2015) واختلفت مع دراسة خلف الله (2018) التي وجدت فروق ذات دلالة إحصائية بين متوسطات تقديرات عينة الدراسة لصالح كل من الطالبات والمستوى الدراسي الأول وكلية التربية.

ثانياً متغير المستوى الدراسي: قام الباحث بجراء معامل التباين الأحادي (One Way ANOVA) لمعرفة مدى تأثير متغير المستوى الدراسي في الأنشطة الطلابية، كما في الجدول (9).

جدول (9) تحليل التباين الأحادي لأثر متغير المستوى الدراسي في مقياس الأنشطة الطلابية

المجالات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	الدلالة
دور الأنشطة الطلابية	بين المجموعات	835.88	3	278.62	3.98	0.00*
	داخل المجموعات	26707.1	96	69.86		
	المجموع	7543.00	99			
واقع أثر ممارسة الأنشطة	بين المجموعات	2331.17	3	777.05	7.18	0.00*
	داخل المجموعات	10381.82	96	108.14		
	المجموع	12712.99	99			
معوقات ممارسة النشاط	بين المجموعات	725.59	3	241.86	5.56	0.00*
	داخل المجموعات	74170.7	96	43.44		
	المجموع	4896.36	99			

0.00*	3.60	1477.40	3	34432.2	بين المجموعات	الأداة ككل
		409.70	96	39331.56	داخل المجموعات	
			99	43763.79	المجموع	

\*دال عند مستوى الدلالة (0.05)

تبين النتائج الواردة في الجدول (9) أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في درجة الأنشطة الطلابية بكلية التربية مروي جامعة جنقلا تُعزى لمتغير المستوى الدراسي ولمعرفة أين تكمن الفروق قام الباحث بإجراء اختبار دنكان البعدي للمقارنات المتعددة (Duncan test) على الأداة ككل وذلك كما هو موضح في الجدول (10).

جدول (10) نتائج اختبار دنكان للفروق البعدية تبعاً لمتغير المستوى الدراسي

التقييم	Subset for alpha = 0.05		المستوى	
	2	1		
المستوى لصالح الرابع		5155.3	المستوى الأول	الأداة ككل
		160.56	المستوى الثالث	
	165.70	165.70	المستوى الثاني	
	173.24		المستوى الرابع	
	.192	.090	الدلالة	

من الجدولين (9 و 10) يلاحظ أنه توجد فروق ذات دلالة إحصائية في جميع الأبعاد والأداة ككل في الأنشطة الطلابية تُعزى لمتغير المستوى الدراسي ولصالح المستوى الرابع، ويفسر الباحث ذلك إلى أن طلبة المستوى الرابع أكثر المستويات الدراسية إقبالاً على الحياة العملية وأكثر استعداداً لها اتفقت الدراسة مع خلف الله (2018)، والمطيري (2016) واختلفت مع دراسة كُلاب (2018)، الشقران (2016)، الفراء (2015).

التوصيات:

1. إعداد برامج إرشادية تعمل على تطوير الأنشطة الطلابية والقدرة على تحمل المسؤولية في جامعة دنقلا بصفة عامة وكلية التربية مروي بصفة خاصة، وذلك بعدما تبين العلاقة بينها وبين التحصيل الدراسي.
2. ضرورة تفعيل الأنشطة الطلابية في جميع كليات الجامعة، لتصبح دوائر لها هيكلتها وميزانياتها.
3. إجراء بحوث مماثلة تتناول الأنشطة الطلابية مع عدد من المتغيرات، مثل المرحلة العمرية، والتخصص، وتنظيم الذات.
4. إجراء العديد من الدورات التدريبية لبيان أهمية الأنشطة الطلابية، وأثرها على التحصيل الدراسي.
5. تدعيم المناهج الدراسية برسائل هادفة من أجل الوصول إلى رؤية متكاملة للتربية وغرس روح المسؤولية الاجتماعية بين الطلبة.

#### المراجع:

1. أحمد، على عبد الحميد(2010). التحصيل الدراسي وعلاقته بالقيم الإسلامية والتربوية، بيروت: مكتبة حسين العصرية.
2. بدر، عبلة(1985). خطة مدرسية للنشاطات التربوية، رسالة المعلم، (2)، -28-29.
3. البلوشي، يوسف بن عبد الله(2005). الأنشطة الطلابية في الفكر التربوي، ورقة عمل مقدمة للقاء التربوي الخامس، مسقط، سلطنة عمان.
4. خلف الله، محمود إبراهيم(2018). واقع الأنشطة الطلابية بجامعة الأقصى في ضوء متطلبات سوق العمل، مجلة جامعة الخليل للبحوث، (13)، (1)، ص 130-158.
5. خير الله، تيسير حامد محمد(1999). الخجل والمجاعة وعلاقتهما بالتحصيل الدراسي لدى عينة من طلبة جامعة الخرطوم، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة أفريقيا العالمية-السودان. العيسوي، عبد الرحمن محمد.(2005). فن القياس النفسي، دار الفكر العربي، بيروت.



6. خير الله، سيد محمد والكناني، ممدوح عبد المنعم (1983). سيكولوجية التعلم بين النظرية والتطبيق، بيروت: دار النهضة العربية للطباعة والنشر،
7. خيرى، السيد (1970). الإحصاء في البحوث النفسية والتربوية والاجتماعية، القاهرة: دار النهضة.
8. الراجحي، تامر الشرباصي (2013). دراسة تقييمية لدور الأنشطة الطلابية في تنمية المواطنة لدى الشباب الجامعي، مجلة الدراسات في الخدمة الاجتماعية والعلوم الإنسانية، 16(34)، ص 5949-6044.
9. الشقران، رامي إبراهيم عبد الرحمن (2016). إسهام برامج الأنشطة الطلابية في تعزيز مفاهيم المواطنة لدى طلاب جامعة أم القرى. مجلة العلوم التربوية- مصر. 24(2)، ص 473-517.
10. العبيدي، غانم سعيد شريف والجبوري، حنان عيسى سلطان (1981). أساسيات القياس والتقييم في التربية والتعليم، الرياض: دار العلوم للطباعة والنشر.
11. العتيبي، خالد بن خميس (2013). دور النشاط الاجتماعي في تنمية المسؤولية الاجتماعية دراسة مسحية على رواد النشاط وطلاب المرحلة الثانوية في مدينة الرياض، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.
12. الفراء، عبد الناصر قاسم (2015). دور الأنشطة الاجتماعية في تنمية الوعي الوطني القائم على المشاركة السياسية لدى طلبة الجامعات الفلسطينية من وجهة نظرهم، مجلة جامعة الأزهر، غزة، سلسلة العلوم الإنسانية، 17(2)، ص 95-124.
13. كُلاب، أمجاد رضوان محمد (2018). تصوير مقترح لتطوير الأنشطة الطلابية في الجامعات الفلسطينية لتعزيز الوحدة الوطنية لدى طالباته، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية غزة.
14. لمطيري، نادية محمد حمد (2016). مدى مساهمة الأنشطة الطلابية في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طالبات الكليات الإنسانية في جامعة الملك سعود، المجلة الدولية التربوية المتخصصة، المجلد (5)، العدد (1): ص 242-260

15. محمد، بابكر الصادق، (2016) مستوى الطموح وعلاقته بالتحصيل الدراسي لدى طلاب المرحلة الثانوية بمدينة بحري، رسالة ماجستير غير منشورة جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
16. محمد، محمد عوض والقشبري، سعيد محمد (2010). واقع الأنشطة اللاصفية في المدارس الثانوية في محافظة عدن، مجلة العلوم التربوية والنفسية المجلد (11) العدد (4)، 48-73.
17. مزيو، منال بنت عمار (2014). الدور التربوي للأنشطة الطلابية في تنمية بعض المبادئ التربوية، مجلة العلوم التربوية، العدد (4)، 568-602.
18. Chaube, S. & Chaube, F. (1996). School organization. Vitas Publishing House PUT LTD. Encyclopedia of American Education 201-225.
19. Ebel, R.I. (1972). Essentials of educational measurement, Englewood cliffs, New Jersey, Prentice-Hall-2nd.
20. Fredricks, 1., & Eccles, (2006). Is extracurricular participation associated with beneficial outcomes? Concurrent and longitudinal relations. Developmental Psychology, 42(4), 698-713.
21. Gardner, M., Roth, J., & Brooks-Gunn, 1. (2008). Adolescents' participation in organized activities and developmental success 2 and 8 years after high school: Do sponsorship, duration, and intensity matter? Developmental Psychology, 44 (3), 814-830.
22. Helen R. Lara. (2017). Role Performance of Social Institutions in Student Activities, 5 (1), 173-180.
23. Madison, J. Kalye, O. (2017). University Students Activities and Values Any relationship?. Journal of Personality Assessment. 6(3): 147 –173.
24. Ozen, G., Yaman, M. and Acer, G. (2012) Determination of the employment status of graduates of recreation department> The Online Journal of recreation and Sport, Vol. 1, Issue2.

إنعدام السيولة النقدية في الاقتصاد السوداني في الفترة من العام 2015م وحتى  
2017م  
المشاكل والحلول

د. متوكل عوض الله  
أستاذ الاقتصاد المساعد  
كلية العلوم الادارية - جامعة دنقلا

**Abstract:**

This study discusses the causes of the crisis of lack of cash liquidity in the Sudanese economy and its analysis from 2015 to 2017, as it had profound implications for the economy, which followed from the political effects, the effects of which are still resulting today.

This study concluded that the reasons for the emergence of the crisis are not economic, but related to the administrative and political aspects of the system at that time, so the research clarified the real reasons for it and steps to avoid its occurrence in the future.

**مستخلص :**

يناقش هذا البحث اسباب ازمة انعدام السيولة النقدية في الاقتصاد السوداني وتحليلها منذ العام 2015م وحتى العام 2017م حيث كانت لها تبعات عميقة على الاقتصاد مما تبعه من اثار سياسية مازالت اثارها ناجمة حتى اليوم. خلص هذا البحث الى ان اسباب نشو الازمة غير اقتصادية انما تتعلق بالجوانب الادارية والسياسية للنظام انذاك ، لذا وضح البحث الاسباب الحقيقية لها وخطوات تجنب حدوثها مستقبلا .

الاطار المنهجي والدراسات السابقة :

اولا : الاطار المنهجي :

المقدمة :

شهد السودان أزمة انعدام السيولة النقدية منذ العام 2015م وبلغت أوجها في العام 2018م ليشهد تطورا في الأزمة حتى أدى لعواقب سياسية متمثلة في ثورة شعبية بدأت مطلبية وانتهت بزوال النظام الحاكم عن سدة حكم البلاد .  
لعل من المناسب تتبع تلك الأزمة وإيضاح ملابساتها حتى لا ينزلق السودان مرة أخرى فيها وتبعياتها المكلفة من النفوس والأموال .

#### مشكلة البحث :

منذ بداية الأزمة من الملاحظ اتساع التضخم في الاقتصاد مع انعدام السيولة في المصارف بصورة عامة ولدى الأفراد بصفة خاصة رغم اتساع القاعدة النقدية .

#### اهمية البحث :

يأتى هذا البحث في أعقاب أحداث مفصلية مرت بها البلاد من تقلبات اقتصادية لها انعكاسات سياسية جذرية لعبت فيها انعدام السيولة النقدية الدور المحورى لها .

#### اهداف البحث :

يهدف هذا البحث لتفصيل وإبراز الدور المهم الذى أدت اليه أزمة انعدام السيولة النقدية في الاقتصاد السودانى وما تبعها من انعكاسات جوهرية في البلاد .

#### فرضيات البحث :

- 1/ انعدام السيولة النقدية في الاقتصاد السودانى إبان الأزمة بشكل عام نتج عن انكماش القاعدة النقدية والعرض النقدى بمعناه الضيق بصفة خاصة .
- 2/ قصور السياسات النقدية والمالية التى تبعتها الحكومة أدت الى تفاقم الأزمة .
- 3/ استئدانة الحكومة من الجهاز المصرفى المركزى لمقابلة التزامات وزارة المالية أدى الى التوسع النقدى والتضخم .

#### منهجية البحث :

يتبع الباحث المنهج الوصفى التحليلى للبيانات الحكومية الرسمية .

#### مصادر البيانات :

المصادر الثانوية من التقارير الرسمية لبنك السودان ووزارة المالية وبعض الكتب والدوريات .

#### حدود الدراسة :

الحدود الزمانية اللازمة من العام 2015م وحتى العام 2018م .

هيكل البحث :

تم تقسيم البحث الى فصلين . الفصل الاول بعنوان ماهية النقود ووظائفها وانواعها وتعريف السيولة النقدية والفصل الثانى بعنوان ازمة انعدام السيولة النقدية تناول بؤادر الازمة واثارها . من ثم النتائج والتوصيات .

ثانيا : الدراسات السابقة :

قام الباحث بإستعراض عدد من الدراسات السابقة التي تناولت جانب من موضوع الدراسة التي يقوم بها ، وذلك علي النحو التالي:

قدم سليمان ناصر (2011م) دراسة بعنوان أزمة السيولة النقدية في الجزائر أسباب وحلول ، تعود البدايات الأولى لهذه الأزمة إلى العشر الأواخر من شهر رمضان المبارك 1432 هـ، حيث يزداد الطلب على السيولة عادة وبشكل عام، وذلك بسبب التحضير لمصاريف عيد الفطر المبارك والقيام بالتسوق لشراء متطلبات هذه المناسبة ، وكذا لمواجهة مصاريف أخرى في هذه الفترة وأهمها تلك الخاصة بالدخول المدرسي والاجتماعي . تتضح طبيعة المشكلة في سوء تقدير للطلب على السيولة ، حيث أن القائمين على المؤسسات الموفرة للسيولة لم يحسنوا تقدير الطلب المتوقع خلال تلك الفترة ، والذي كان يتزايد باستمرار كلما اقتربت مناسبة العيد، مما يعني أن الطلب الذي لم تتم تلبيته في أي يوم سوف يضاف إلى طلب اليوم الذي يليه ، بالإضافة إلى نسبة الزيادة في الطلب في ذلك اليوم، وهذا الأمر كان يتطلب منذ البداية دراسة دقيقة وتقديرات صحيحة، خاصة في ظل تعليمات إلى مسؤولي المؤسسات المذكورة بعدم تخزين كميات كبيرة من النقود السائلة على مستوى مكاتب البريد والوكالات البنكية لأسباب أمنية .

خلصت الدراسة إن أزمة السيولة النقدية التي أضحت تعاني منها الجزائر كظاهرة مزمنة، تتطلب حولا جذرية سواء على المدى القصير، أو المديين المتوسط والطويل، وتتمثل تلك الحلول أو الإجراءات خاصة في:

- إعادة الاعتبار للتعامل بالشيك في المعاملات التجارية والمالية، فبالرغم من أن القوانين الجزائية واضحة وصارمة في مجال مكافحة إصدار الشيكات بدون رصيد.

- تفعيل وتنشيط التعامل ببطاقة (carte CIB) وبالتعاون مع مؤسسات أجنبية متخصصة في مجال النقد الإلكتروني سعت مجموعة من البنوك الجزائية إلى إنشاء شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك.

أجرت غرفة تجارة وصناعة الكويت (2009م) دراسة بعنوان مذكرة حول معالجة الأزمة المالية الاقتصادية، تتبلور المشكلة حول تداعيات الأزمة المالية التي تعصف بالاقتصاد العالمي. وتظهر انعكاسات هذه الأزمة على الاقتصاد الكويتي من خلال التراجع الحاد في أسعار النفط، والنزيف المستمر في سوق الأوراق المالية، والهبوط الواضح في أسعار الأصول الأخرى. وقد بدأت تفاعلات هذه المؤشرات الرئيسية والمتداخلة تنذر بتباطؤ عام في الأنشطة الاقتصادية كلها، انطلاقاً من الجهاز المصرفي والقطاع الاستثماري، وامتداداً إلى التجارة والصناعة والتشييد والخدمات. الأمر الذي يبرر تخوفنا من أزمة مديونيات صعبة بكل تبعاتها المالية والاجتماعية، وما تمثله من تهديد لسلامة أوضاع الجهاز المصرفي ذاته، إذا لم نسارع إلى كسر الحلقة المفرغة بين تدهور أسعار الأصول وانخفاض مستوى الملاءة. خاصة وأن معظم الشركات غير المالية، فضلاً عن شريحة واسعة من المستثمرين الأفراد، لديهم انكشاف كبير على الأسهم والعقار.

خلصت المذكرة الى متطلبات أساسية لحل الأزمة هي كالاتي:

لا حل للأزمة دون تدخل المال العام: ثمة إجماع عالمي على أن الأزمة في جوهرها - ولا نقول في أسبابها - أزمة سيولة. ولهذا كان الهدف الأول والأهم الذي سعى له بنك الكويت المركزي وفريق العمل الاقتصادي هو تحصين الجهاز المصرفي وإمداده بالسيولة الكافية. وهذا بالذات ما انطلقت منه كل الدول المتقدمة في معالجتها للأزمة المالية خشية أن تتحول من مشكلة سيولة إلى أزمة ملاءة. غير أن الكفاءة الاقتصادية للسيولة تعتمد على مقياسين اثنين هما: مستوى السيولة في الاقتصاد الوطني ( الكم )، وسرعة انتقالها من نشاط إلى آخر داخل الدورة الاقتصادية. ولئن

نجح البنك المركزي وفريق العمل الاقتصادي في تحقيق المقياس الكمي الأول، فإن تحقيق المقياس الثاني ( انتشار ودوران السيولة في الجسم الاقتصادي ) ما زال متعثراً إلى درجة يمكن وصفها " بالسيولة المتجمدة" إن صح التعبير، وذلك نتيجة التحفظ الشديد الذي يتمسك به الجهاز المصرفي في تقديم التسهيلات الائتمانية.

عدم ربط تدخل المال العام بالربحية المباشرة: بينما تعتبر الجدوى المالية ( الربح ) الهدف الأساسي لكل مشاريع القطاع الخاص، تمثل "الجدوى الاقتصادية " المبرر الأهم لإقرار معظم مشاريع القطاع العام. ولهذا، نلاحظ أن بعض مشاريع القطاع الخاص ليست ذات جدوى اقتصادية، كما نلاحظ أن كثيراً من مشاريع القطاع العام ليست ذات جدوى مالية.

### الفصل الأول

#### الاقتصاد النقدي :

اعتمد الاقتصاد الغير نقدي فى التبادل على نظام المقايضة نسبة لحاجة المجتمع لتبادل السلع والمنافع . الا ان التبادل عبر المقايضة العينية للمنتجات نتج عنها تكاليف تبادل باهظة تستقطع جزء من الانتاج نفسه لاتمامها ، لذا حجت الموارد والمنفعة للمجتمع فى ظلها<sup>(1)</sup> .

نتيجة لذلك ظهر النظام النقدي كبديل ناجح للمقايضة اذ خفض تكاليف التبادل او الغاءها مع كثير من المزايا الاخرى .

تعرف النقود نظريا بما تؤديه من وظائف وخصائص ايضا . اى انها شىء يؤدي وظيفة وسيط للتبادل تتوفر فيه القبول العام من قبل افراد المجتمع اى اذا ما اعتقد افراده بان اى سلعة لها قبول عاما بينهم فهى نقود . وكذلك تجانس وحدات هذا الشىء بحيث يصير كل وحدة منه بديلا للآخره ، مما يؤدي هذا بالضرورة الى قابلية هذا الشىء للتجزئة لوحدات مماثلة وكذلك يمتاز بصعوبة تلفة وسهولة حمله (الوليد نور الهدى وآخرون -2005م ) .

ومن وظائفها المندرجة تحت تعريفها فهى تمثل وحدة للتحاسب اى مقياسا لقيم الاشياء بعضها البعض وهى ايضا معيار للمدفوعات الاجلة فى ابراء الديون المستقبلية . وكذلك نجد النقود مستودعا لقيم الاشياء اى مخزنا لها .

## انواع النقود :

## 1- النقود المعدنية :

وهي عبارة عن مسكوكات من المعادن كالذهب والفضة وغيرهما ، حسب القاعدة النقدية التي تحددها الجهات النقدية في الدولة .

## 2- النقود الورقية :

هي اوراق يصدرها البنك المركزي في الدولة اي اوراق بنكنوت وتستمد قيمتها بحكم القانون. النقود المصرفية :

وهي نقود الودائع البنكية وتخلقها البنوك التجارية من خلال الودائع المشتقة (محمد فرح عبد الحليم -2005م) .

اما التعريف التجريبي فانه ركز على كل ما يمكن ان يستخدم كنقود طالما لقي القبول العام في المجتمع بغض النظر الى الشكل القديم لها المتمثل في معرفتها من خلال وظائفها . وهذا التعريف بالضرورة يتغير بتغير الزمن والمكان<sup>(2)</sup>.

الا ان كل تلك التعريفات في عرضها للنقود تشمل :

1/ المفهوم الضيق ويشمل العملات المتداولة وودائع البنوك الجارية .

2/ المفهوم الواسع ويشمل المفهوم الضيق زائدا وودائع الادخار والاجل القصير

3/ السيولة المحلية وتشمل المفهوم الواسع زائدا وودائع الادخار في مؤسسات الادخار وودائع الاجل الطويل .

## الفصل الثاني

## ازمة انعدام السيولة

بوادر ازمة انعدام السيولة النقدية:

ان حالة عدم الاستقرار المالي هي عبارة عن المخاطر التي تظهر نتيجة سوء تخصيص الاموال والاختيار غير الجيد في ادارتها ، ويكون النظام المالي في حالة من الاستقرار حينما يكون قادرا على تسهيل الاداء الاقتصادي وضبط الاختلالات المالية التي تظهر داخليا او نتيجة لاحداث سلبية وغير متوقعة ( عبد المنعم محمد الطيب -2014م) .

بوادر ازمة انعدام السيولة النقدية :



منذ العام 2016م ظهرت بوادر انعدام السيولة في الاقتصاد السوداني بصورة جلية وان كان قبلها اى منذ العام 2015م اصدرت الحكومة سياسات مالية هادفة الى احكام سيطرتها على النقد وعلى سبيل المثال كتوجيه الوزارات والمصالح الحكومية بضرورة صرف مرتبات العاملين بالدولة عبر المصارف والتوسع فى التعامل عبر وسائل الدفع الاخرى غير النقد ( اشباه النقود ) .

ففى العام 2016م صارت المصارف السودانية تحدد اسقف للسحب من الحسابات الجارية بالنسبة للمودعين وكذلك من ماكينات الصراف الالى ، ومع مرور الايام كادت ان تنعدم السيولة بالكلية من المصارف اذ حددت المصارف السحب النقدى بمبالغ ضئيلة جدا (500 الى 200 ) جنيه فى اليوم اما الصرافات الخارجية فمعظمها قد خرج عن الخدمة لانعدام السيولة . كل تلك الاحداث معاصرة ومازلنا فيها .

على الرغم من اتساع رقعة التضخم فى العام 2017م و2018م واتساع القاعدة النقدية اتساعا ملحوظا وذلك لطباعة كميات كبيرة من العملة الورقية واحداث فئات بقيم اعلى الا ان الواقع كان انعدام السيولة النقدية من ايدى الافراد .

أ/ عرض النقود والعوامل المؤثرة فيه من العام 2014م وحتى 2018م :  
الجدول رقم (1) يوضح عرض النقود بنهاية الاعوام 2014 و 2015 و 2016 و 2017م

الاعوام	2014م	2015م	2016م	2017م
عرض النقود م2	77,739	93,642.60	120,800.10	203,367.50
وسائل الدفع الجارية م1	43,088.10	52,871.70	72,172.80	121,000.60
1/ لدى الجمهور	23,343.10	27,495.40	38,712.00	61,455.00
2/ ودائع تحت الطلب	19,743.00	25,376.30	33,460.80	59,545.50
ب/ شبه النقود	34652.90	40,770.90	48,627.20	82,367.00
1/ عملة محلية	21,188.80	27,673.40	34,721.90	59,840.30

العدد السابع - أبريل 2020م				مجلة الدراسات الإدارية والاجتماعية
22,526.70	13,905.30	13,097.50	13,464.10	2/ عملة اجنبية

اعداد الباحث من تقارير مختلفة

من التحليل للجدول اعلاه يتضح الاتى :

اولا عرض النقود بالمعنى الواسع م 2 :

1/ بلغ عرض النقود بالمعنى الواسع م2 فى العام 2014م 77,739 مليون جنيه .

2/ ارتفع فى العام 2015م ليصل الى 93,642.60 مليون جنيه بزيادة قدرها 15,903.60 مليون جنيه من العام 2014م بنسبة 20.5% .

3/ ارتفع عرض النقود فى العام 2016م ليصل الى 120,800.10 مليون جنيه بزيادة قدرها 27,157.50 مليون جنيه بنسبة 29% عن العام 2015م .

4/ ارتفع عرض النقود فى العام 2017م ليصل الى 203,367.50 مليون جنيه بزيادة قدرها 82,567.40 مليون جنيه بنسبة 68.40% عن العام 2016م .

5/ ارتفعت نسبة عرض النقود فى العام 2015م الى 20.50% من العام 2014م ثم توالى فى الارتفاع فى العام 2016م لتصل الى 29% من العام السابق الا انها قفزت فقرة كبيرة من الارتفاع فى العام 2017م لتصل الى 68.40% من العام 2016م .

6/ ارتفع عرض النقود فى العام 2015م بمبلغ 15,903.60 مليون جنيه ثم تاصل الارتفاع ليصل الى 2,157.50 مليون جنيه فى العام 2016م ثم فى العام 2017م وصل الى 82,567.40 مليون جنيه.

7/ عليه فقد ارتفع عرض النقود بمعناه الواسع (م2) منذ العام 2014م وحتى العام 2017م بنسبة 261.6% خلال الاربعة اعوام .

عرض النقود بالمعنى الضيق ( وسائل الدفع الجارية ) :

أ/ اجمالى عرض النقود م1 ( وسائل الدفع الجارية ) :

1/ ارتفع عرض م1 ( وسائل الدفع الجارية ) فى العام 2015م الى 52,871.70 مليون جنيه عن العام 2014م والذى بلغ 43,086.10 مليون جنيه بزيادة قدرها 9,785.60 مليون جنيه بنسبة 22.10% .

2/ ارتفع عرض م1 فى العام 2016م الى 72,172.80 مليون جنيه عن العام 2015م بزيادة قدرها 19,301.10 مليون جنيه بنسبة 36.50% .

3/ ارتفع عرض م1 فى العام 2017م الى 121,000.60 مليون جنيه عن العام 2016م بزيادة 48,827.80 مليون جنيه بنسبة 67.7% .

4/ عليه فقد ارتفع عرض النقود بمعناه الضيق ( وسائل الدفع الجارية ) منذ العام 2014م وحتى العام 2017م بنسبة 229% .

ب/ عرض النقود م1 ( وسائل الدفع الجارية ) :

اولا العملة لدى الجمهور :

1/ ارتفع عرض النقود م1 بالنسبة للعملة لدى الجمهور فى العام 2015م ليصل الى 27,495.40 مليون جنيه عن العام 2014م بزيادة قدرها 4,152.30 مليون جنيه بنسبة 17.80% .

2/ ارتفع عرض م1 فى العام 2016م لتصل الى 38,712 مليون جنيه بزيادة قدرها 11,216.60 مليون جنيه بنسبة 40.80% .

3/ ارتفع عرض النقود م1 فى العام 2017م لتصل الى 61,455 مليون جنيه بزيادة 22,743 مليون جنيه ونسبة 58.7% عن العام 2016م .

ثانيا ودائع تحت الطلب :

1/ ارتفع عرض النقود م1 بالنسبة للودائع تحت الطلب فى العام 2015م لتصل الى 25,376.30 مليون جنيه بزيادة قدرها 5,633.30 مليون جنيه بنسبة 28.5% عن العام 2014م .

2/ ارتفع عرض النقود م1 فى العام 2016م لتصل الى 33,460.80 مليون جنيه بزيادة قدرها 8,084.50 مليون جنيه بنسبة 31.8% من العام 2015م .

3/ ارتفع عرض النقود م1 فى العام 2017م لتصل الى 59,545.50 مليون جنيه بزيادة 26,084.75 مليون جنيه بنسبة 78% عن العام 2016م .

ثانيا شبه النقود :

أ/ اجمالى عرض شبه النقود :

1/ ارتفع اجمالي عرض شبه النقود في العام 2015م ليصل الى 40,770.90 مليون جنيه عن العام 2014م بزيادة قدرها 6,118 مليون جنيه بنسبة 17.7% عن العام 2014م .

2/ ارتفع في العام 2016م ليصل الى 48,627.20 مليون جنيه بزيادة قدرها 8,856.40 مليون جنيه بنسبة 19.3% عن العام 2015م .

3/ ارتفع في العام 2017م ليصل الى 82,367 مليون جنيه بزيادة 33,739.80 مليون جنيه بنسبة 69.4% من العام 2016م .

5/ عليه فقد ارتفع عرض شبه النقود منذ العام 2014م وحتى العام 2017م بنسبة 118.8% .

ب/ عرض شبه النقود العملة المحلية :

1/ ارتفع عرض شبه النقود للعملة المحلية في العام 2015م ليصل الى 27,673.40 مليون جنيه عن العام 2014م بزيادة قدرها 6,118 مليون جنيه بنسبة 17.7% عن العام 2014م .

2/ ارتفع في العام 2016م ليصل الى 34,721.90 مليون جنيه بزيادة 7,048.60 مليون جنيه بنسبة 25.5% عن العام السابق .

3/ ارتفع في العام 2017م ليصل الى 59,840.30 مليون جنيه بزيادة 8,621.40 مليون جنيه بنسبة 62% عن العام 2016م .

ج/ عرض شبه النقود العملة الاجنبية :

1/ انخفض عرض شبه النقود للعملة الاجنبية في العام 2015م ليصل الى 13,097.50 مليون جنيه بانخفاض قدره (366.60) مليون جنيه بنسبة 2.7% عن العام 2014م .

2/ ارتفع في العام 2016م ليصل الى 13,905.30 مليون جنيه بزيادة 807.80 مليون جنيه بنسبة 6.2% عن العام السابق .

3/ ارتفع في العام 2017م ليصل الى 22,526.70 مليون جنيه بزيادة 8,621.40 مليون جنيه بنسبة 62% عن العام 2016م .

ثانيا نسبة التغير في عرض النقود وكميتها منذ العام 2014 وحتى العام 2017م :

يوضح الجدول رقم (2) ادناه نسبة التغير في عرض النقود وكميتها منذ العام 2014 وحتى 2017م

الاعوام	التغير	النسبة %	م2
2015-2014م	15,903.60	%20.5	
2016-2015م	27,157.50	%29	
2017-2016م	82,567.40	%68.4	
م1			
2015-2014م	9,785.60	%22.7	
2016-2015م	19,301.10	%36.5	
2017-2016م	48,827.80	%67.7	
			لدى الجمهور م1
2015-2014م	4,152.30	%17.8	
2016-2015م	11,216.60	%40.8	
2017-2016م	22,743	%58.7	
			ودائع تحت الطلب م1
2015-2014م	5,633.30	%28.5	
2016-2015م	8,084.50	%31.9	
2017-2016م	26,084.70	%78	
			شبه النقود
2015-2014م	6,118	%17.7	
2016-2015م	7,856.40	%19.3	
2017-2016م	33,739.80	%69.4	
			شبه النقود عملة محلية
2015-2014م	6,118	%17.7	
2016-2015م	7,048.60	%25.5	
2017-2016م	8,621.40	%62	
			شبه النقود عملة اجنبية
2015-2014م	(366.60)	%2.7	
2016-2015م	807.80	%6.2	
2017-2016م	8,621.40	%62	

المصدر : اعداد الباحث من تقارير بنك السودان للاعوام 2015 و2016م 2017م .

## ثالثاً : مؤشرات عرض النقود :

الجدول ادناه رقم (3) يوضح مؤشرات عرض النقود بنهاية الاعوام 2014 و 2015 و 2016 و 2017م

مؤشرات عرض النقود	2014م	2015م	2016م	2017م
العملة لدى الجمهور / عرض النقود (%)	30.0	29.4	32	30.2
الودائع تحت الطلب / عرض النقود (%)	25.4	27.10	27.7	29.3
شبه النقود / عرض النقود (%)	44.6	43.50	40.3	40.5
عرض النقود (%)	%100	%100	%100	%100
اجمالى المؤشرات:				
وسائل الدفع الجارية	55.4	56.5	59.7	59.5
شبه النقود	44.6	43.5	40.3	40.5
النسبة %	%100	%100	%100	%100

المصدر : اعداد الباحث من بيانات سابقة من تقارير بنك السودان للاعوام 2015م و 2016م و 2017م

يتضح من الجدول اعلاه الاتى :

كانت مؤشرات عرض النقود كنسبة مئوية لكل من وسائل الدفع الجارية الى اجمالى عرض النقود وكذلك شبه النقود عاى النحو الاتى :

اولا وسائل الدفع الجارية (م1) :

1/ العملة لدى الجمهور / عرض النقود :

بلغت فى العام 2014م نسبة 30% الا انها انخفضت فى العام 2015م لتصل الى 29.4 % بينما ارتفعت فى العام 2016م لتصل الى 32% لتعاود الانخفاض مجددا فى العام 2017م لتصل الى 30.2 % .

2/ الودائع تحت الطلب / عرض النقود :

بلغت في العام 2014م نسبة 25.4% وارتفعت في العام 2015م لتصل الى 27.1% وتواصل في الارتفاع لتصل في العام 2016م الى 27.7% وكذلك في العام 2017م لتصل الى 29.3%. ثانيا شبه النقود / عرض النقود :

بلغت في العام 2014م 44.6% الا انها انخفضت في العام 2015م لتصل الى 43.5% لتواصل في الانخفاض لتصل الى 40.3% في العام 2016م الا انها ارتفعت ارتفاع طفيف في العام 2017م لتصل الى 40.5% .

ثالثا اجمالي مؤشرات عرض النقود :

أ/ وسائل الدف الجارية :

كانت في العام 2014م نسبة 55.4% ارتفعت في العام 2015م لتصل الى 56.5% لتواصل الارتفاع في العام 2016م لتصل الى 59.7% الا انها انخفضت في العام 2017م لتصبح 59.5%.

ب/ شبه النقود :

كانت في العام 2014م نسبة 44.6% الا انها انخفضت في العام 2015م لتصل الى 43.5% وايضا واصلت في الانخفاض في العام 2016م لتصل الى 40.3% الا انها ارتفعت ارتفاعا طفيفا في العام 2017م لتصبح 40.5% .

نلاحظ من مؤشرات عرض النقود الاتي :

1/ في العام 2014م :

كانت العملة لدى الجمهور تمثل نسبة 30% من العرض الكلي للنقود بينما الودائع تحت الطلب تمثل نسبة 25.4% منها ، اما شبه النقود فكانت نبيتها 44.3% .

2/ في العام 2015م :

كانت العملة لدى الجمهور تمثل نسبة 29.4% من العرض الكلي للنقود بنسبة تقل عن العام السابق بينما الودائع تحت الطلب تمثل نسبة 27.1% اي بزيادة عن العام السابق ، اما شبه النقود انخفضت نسبتها عن العام السابق لتصل الى 43.5% .

3/ في العام 2016م :

كانت العملة لدى الجمهور تمثل 32% من العرض الكلى للنقود اى بزيادة عن العامين السابقين بينما الودائع تحت الطلب ارتفعت ارتفاعا طفيفا لتصل الى 27.7% اما شبه النقود فقد انخفضت لتصل الى نسبة 40.3% .

4/ فى العام 2017م :

كانت العملة لدى الجمهور تمثل نسبة 30.2% من اجمالى عرض النقود مرتفعة ارتفاعا طفيفا عن العام السابق بينما مثلت الودائع تحت الطلب نسبة 29.3% مسجلة ارتفاعا عن العام السابق وكذلك شبه النقود اذ بلغت نسبتها 40.5% .

عليه ومما سبق نلاحظ الاتى :

1/ ان وسائل الدفع الجارية لم تنقص ابان ازمة السيولة النقدية فى البلاد اى منذ العام 2014م بل كانت فى ارتفاع مضطرد فى الثلاث اعوام الاولى بينما انخفضت قليلا فى العام 2017م بنسبة ضئيلة اذ كانت 55.4% و 56.5% و 59.7% و 59.5% على التوالى .

2/ شبه النقود سارت بوتيرة متناقصة ابان ازمة السيولة النقدية فى الثلاث اعوام الاولى الا انها ارتفعت ارتفاعا طفيفا فى العام 2017م . اذ كانت 44.6% و 43.5% و 40.3% و 40.5% على التوالى.

رابعا : العوامل المؤثرة فى عرض النقود :

الجدول رقم (4) ادناه يوضح العوامل المؤثرة فى عرض النقود بنهاية الاعوام

2014م-2017م

العوامل المؤثرة	2014م	2015م	2016م	2017م
أ- صافى الاصول الاجنبية	(12,094)	(26,153.5)	(36,320.9)	(40,242.4)
ب - اعادة التقييم	23,790.5	22,769.1	26,627.9	35,354.4
ج- صافى الاصول المحلية	66,042.5	97,027.1	130,493.1	208,255.6
ج-1 استحقاق الجهاز المصرفى على القطاع العام	40,919.4	51,195.8	65,952.9	100,992.8
1-1 الحكومة المركزية ( الصافى )	34,911	42,124.5	54,216.7	76,439.1



العدد السابع - أبريل 2020م				مجلة الدراسات الإدارية والاجتماعية
24,553.6	11,736.2	9,071.4	6,008.4	2-1 المؤسسات العامة
79,854.1	57,352.2	45,555.5	39,206.3	ج-2 استحقاق الجهاز المصرفي على القطاع الخاص
27,408.8	7,188.1	275.6	(14,083.2)	ج-3 صافي البنود الأخرى
203,367.5	120,800.1	93,642.6	77,739	المجموع (أ) +(ب)+(ج)

المصدر اعداد الباحث من بيانات سابقة من تقارير بنك السودان للاعوام من 2015م وحتى 2017م  
من الجدول اعلاه العوامل المؤثرة على عرض النقود على النحو الاتي :

تشمل العوامل المؤثرة في عرض النقود كل من صافي الاصول الاجنبية وصافي

الاصول المحلية وبند اعادة التقييم .وعند تحليل تلك العوامل اتضح الاتي :

1/ يتضح من الجدول رقم (5) انخفاض بند صافي الاصول الاجنبية ( اصول الجهاز المصرفي بالعملة الاجنبية ناقصا الخصوم بالعملة الاجنبية ) من سالب 12,094 مليون جنيه في العام 2014م الى سالب 26,153.5 مليون جنيه بنسبة 216.3% في العام 2015م . وكذلك انخفضت في العام 2016م الى سالب 36,320.9 مليون جنيه بنسبة 139% من العام 2015م . وفي العام 2017م انخفضت بنسبة 111% من العام 2016م . ويعزى ذلك لارتفاع الالتزامات الخارجية بمعدل متزايد سنويا .

2/ ان التغيرات في صافي الاصول والخصوم بالعملة الاجنبية ناتجة عن تغيرات سعر الصرف عند تقييمها بالعملة المحلية (ذكر المرجع ) لذا عند اعادة التقييم للاصول منذ العام 2014م كاساس للدراسة ( بداية ازمة انعدام السيولة النقدية ) التي بلغت 23,790.5 مليون جنيه نجدها انخفضت في العام 2015م بنسبة سالبة قدرها 2.29% اما في العام 2016م فارتفعت بنسبة 17% وكذلك في العام 2017م ارتفعت بنسبة 33% عن العام السابق . الا ان تلك الارتفاعات في العامين 2016م و 2017م فهي زيادات اسمية في قيمها نسبة لانخفاض اسعار العملة المحلية .

3/ بالنسبة لصافي الاصول المحلية منذ العام 2014م والتي بلغت 66,042.5 مليون جنيه فقد ارتفعت في العام 2015م بنسبة 47% وكذلك في العام 2016م

بنسبة 34% وايضا فى العام 2017م بنسبة 100% . وذلك لارتفاع كل من التمويل الممنوح للحكومة والقطاع الخاص بصورة عامة وهى تشمل الاتى :

اولا استحقاقات الجهاز المصرفى على القطاع العام :

أ/ الحكومة المركزية (الصافى ) :

بلغت فى العام 2014م 34,911 مليون جنيه فارتفعت فى العام 2015م بنسبة 21% اما فى العام 2016م فقد ارتفعت ايضا بنسبة 29% وكذلك فى العام 2017م بلغت النسبة 41% .

ب/ المؤسسات العامة :

بلغت فى العام 2014م 6,008.4 مليون جنيه فارتفعت فى العام 2015م بنسبة 51% اما فى العام 2016م فقد ارتفعت ايضا بنسبة 29% وكذلك فى العام 2017م بلغت النسبة 109% .

ثانيا استحقاقات الجهاز المصرفى على القطاع الخاص :

بلغت فى العام 2014م 39,206.3 مليون جنيه فارتفعت فى العام 2015م بنسبة 16% وكذلك فى العام 2016م بنسبة 26% وايضا فى العام 2017م بنسبة 39% .

ثالثا صافى النقود الاخرى :

كانت فى العام 2014م سالب 14,083.2 مليون حنيه الا انها ارتفعت فى العام 2015م بنسبة 102% وكذلك فى العام 2016م بنسبة 664% وايضا فى العام 2017م بنسبة 281% .

خامسا : اهم مصادر التوسع النقدى :

1/ العام 2015م :

مقارنة بالعام 2014م كاساس لهذا البحث :

الجدول رقم ( 5) يوضح اهم مصادر التوسع النقدى بنهاية كل من عامى 2014 و2015م

(SDG Millions)

the statement.	Year 2014	Year 2015	cha nge	%	Contribution to the expansion in money supply(%)
Central Bank of sudan					
Gold Price variations	10,19 7.3	12,23 7.1	2,03 9.8	20	12.8
Wheat <sup>1</sup> Subsidies	3,693 .2	6,383 .8	2,69 0.6	72. 9	16.9
Temporary Advances	2,240	5,740	3,50 0	15 6.3	22
Commercial Banks					
Private sector Finance	37,28 3.5	43,50 9.2	6,22 5.7	16. 7	39.1
Public enterprises finance	5,114 .4	7,901 .1	2,78 6.7	54. 5	17.5

Source: Central Bank of sudan , Annual Report 2015

من الجدول اعلاه يتضح التى :

ساهم كل من بنك السودان المركزى والمصارف التجارية فى توسع العرض النقدى فى العام 2015م . ففى جانب بنك السودان المركزى تلاحظ ارتفاع رصيد المديونية المؤقتة للحكومة المركزية من 2,240 مليون جنيه فى العام 2014م الى 5,740 مليون جنيه فى العام 2015م بزيادة 3,500 مليون جنيه بمعدل 154.3% من العام السابق وبنسبة توسع فى اجمالى العرض النقدى للعام 2015م حوالى 22% . كما ارتفع بند سعر شراء وبيع الذهب الناتج عن شراء الذهب بسعر السوق الموازى وتخصيص عائداته بالسعر الرسمى لاستيراد السلع الاستراتيجية , من 10,197.3 مليون جنيه فى العام 2014م الى 12,237.1 مليون جنيه فى العام 2015م بزيادة 2,023.8 مليون جنيه بمعدل 20% وبنسبة مساهمة فى زيادة العرض النقدى 12.8% .

كما ارتفع الدعم الحكومي لشراء لاستيراد القمح من 3,693.2 مليون جنيه في العام 2014م الى 6,383.8 مليون جنيه في العام 2015م بزيادة 2,690.6 مليون جنيه بمعدل 72.9% عن العام السابق ومساهم في زيادة توسع العرض النقدي بنسبة 16.9% (4).

اما في جانب المصارف التجارية فقد توسع تمويل القطاع الخاص بنسبة 16.7% في العام 2015م عن العام السابق وبنسبة مساهمة في التوسع النقدي 39.1% وكذلك تمويل المؤسسات العامة بنسبة 54.5% في العام 2015م عن العام السابق بنسبة مساهمة في التوسع النقدي 17.5% .

2/ العام 2016م :

الجدول رقم (6) يوضح اهم مصادر التوسع النقدي بنهاية كل من عامي 2015 و2016م (مليون جنيه )

البيان	2015م	2016م	التغيير	%	نسبة المساهمة في التوسع في عرض النقود (%)
بنك السودان المركزي :					
فرق سعر شراء وبيع الذهب	12,237.1	18,935.6	6,698.5	54.7	24.7
مدفوعات بنك السودان لمقابلة التزامات وزارة المالية	10,746.7	20,976.1	10,229.4	95.2	37.7
استدانة مؤقتة للحكومة	3,500	8,900	5,400	154.3	19.9
المصارف التجارية :					
تمويل القطاع	43,509.2	54,010.2	10,501	24.1	38.7

الخاص					
-------	--	--	--	--	--

المصدر : بنك السودان المركزى - ادارة الاحصاء

ساهم كل من بنك السودان المركزى والمصارف التجارية فى توسع العرض النقدى فى العام 2016م . ففى جانب بنك السودان المركزى كانت اهم مصادر توسع العرض النقدى تتمثل فى زيادة الفع من بنك السودان المركزى لمقابلة التزامات وزارة المالية بمعدا 95.2% من العام السابق ونسبة مساهمة بلغت 37.7% من اجمالى التوسع فى العرض النقدى .

كما ارتفعت نسبة بند فروقات سعر شراء وبيع الذهب بمعدل 54.7% من العام السابق ونسبة بلغت 24.7% من اجمالى الزيادة فى عرض النقود .  
ايضا ارتفعت الزيادة فى رصيد المديونية المؤقتة للحكومة المركزية بمعدل 154.2% من العام السابق ونسبة مساهمة بلغت 19.9% من اجمالى التوسع فى عرض النقود للعام 2016م .

اما جانب المصارف التجارية ارتفع حجم التمويل المقدم للقطاع الخاص بمعدل 24.1% من العام السابق كما بلغت مساهمته 38.7% من اجمالى الزيادة فى العرض النقدى للعام 2016م .

3/العام 2017م :

الجدول رقم (7) اهم مصادر التوسع النقدى بنهاية كل من عامى 2016 و 2017م  
( مليون جنيه )

البيان	2016م	2017م	التغيير	%	نسبة المساهمة فى التوسع فى عرض النقود (%)
بنك السودان المركزى :					
فرق سعر شراء وبيع الذهب	18,935.6	31,129.5	12,193.9	64.4	14.8
مدفوعات بنك	20,976.1	40,336.8	19,360.7	92.3	23.4

العدد السابع - أبريل 2020م					مجلة الدراسات الإدارية والاجتماعية
					السودان لمقابلة التزامات وزارة المالية
11.3	174.2	9,353.3	14,753.3	5,400	استدانة مؤقتة للحكومة
					المصارف التجارية :
25.5	39	21,049.8	75,060	54,010.2	تمويل القطاع الخاص

المصدر : بنك السودان المركزى - ادارة الاحصاء.

من اهم اسباب التوسع فى العرض النقدي للعام 2017م ارتفاع التمويل الممنوح من بنك السودان المركزى للحكومة المركزية والتمويل الممنوح من المصارف التجارية للقطاع الخاص .

فى جانب بنك السودان المركزى ارتفعت المدفوعات لمقابلة الالتزامات على الحكومة المركزية بمعدل 92.3% وبنسبة مساهمة فى اجمالى التوسع فى العرض النقدي قدرها 23.4% فى العام 2017م.

كما ارتفع بند فروقات سعر شراء وبيع وتخصيص الذهب للحكومة المركزية بمعدل 64.4% من العام السابق وبنسبة مساهمة 14.8% من اجمالى الزيادة الكلية لعرض النقود .

كذلك ارتفع رصيد المديونية المؤقتة للحكومة المركزية بمعدل 173.2% من العام السابق وبنسبة مساهمة 11.3% من اجمالى التوسع فى العرض النقدي للعام 2017م .

اما جانب المصارف التجارية فقد ارتفع حجم التمويل المقدم للقطاع الخاص بمعدل 39% من العام السابق وبنسبة مساهمة فى اجمالى الزيادة فى العرض النقدي 25.5% من العام 2017م .

من كل ماسبق تلاحظ ازدياد العرض النقدي بصورة كبيرة فى خلال اعوام ازمة شح وانعدام السيولة النقدية فى الاقتصاد السودانى  
ب / القاعدة النقدية :

تشمل القاعدة النقدية العملة المتداولة الموجودة خارج بنك السودان وتتكون من ( العملة لدى الجمهور والعملة لدى المصارف التجارية ) بالإضافة الى احتياطي المصارف التجارية طرف بنك السودان المركزى والودائع المضمنة فى عرض النقود فى بنك السودان المركزى(3).

الجدول رقم (8) يوضح القاعدة النقدية ونسب مكوناتها المئوية منذ العام 2014م - 2017م  
(مليون جنيه)

بيان	2014م	2015م	2016م	2017م
الخصوم	42,323.5	51,463.9	65,613.2	107,496.9
1/العملة خارج بنك السودان	25,060.1	29,340.4	40,904.3	65,240.8
1-1 / العملة لدى الجمهور	23,343.1	27,495.4	38712	61,455
2-1/العملة لدى البنوك التجارية	1,717	1,845.1	2,192.3	3,785.8
2/ احتياطي المصارف لدى بنك السودان	16,088.7	19,142.6	21,623	38,990
3/ الودائع المضمنة فى عرض النقود لدى بنك السودان	1,174.7	2,980.9	3,085.9	3,266
أ/ الخصوم / العملة خارج بنك السودان	%59.21	%57.01	%62.34	%60.70
ب/الخصوم / العملة لدى الجمهور	%55.50	%53.42	%59	%57.20
ج/ الخصوم / البنوك التجارية	%3.80	%3.56	%3.34	%3.52
د/ الخصوم /احتياطي المصارف لدى بنك السودان	%38.01	%37.19	%32.96	%36.27

العدد السابع - أبريل 2020م				مجلة الدراسات الإدارية والاجتماعية
ه/ الخصوم / الودائع المضمنة في عرض النقود	2.77%	5.80%	4.70%	3.30%

المصدر اعداد الباحث من تقارير سابقة .

من الجدول اعلاه نلاحظ الاتى :

كانت القاعدة النقدية ( الخصوم ) فى العام 2014م 42,323.50 مليون جنية ارتفعت فى العام 2015م بنسبة 22% وكذلك فى العام 2016م بنسبة 27% من سابقه . وايضا ارتفعت فى العام 2017م بنسبة 64% عن العام السابق . وكانت تفاصيلها كالاتى :

اولا العملة المتداولة خارج بنك السودان :

كانت فى العام 2014م 25,060.10 مليون جنية ارتفعت فى العام 2015م بنسبة 17% وكذلك فى العام 2016م بنسبة 39% وايضا فى العام 2017م بنسبة 59% .

كانت نسبة الخصوم على العملة المتداولة خارج بنك السودان فى العام 2014م نسبة 59.21% انخفضت فى العام 2015م لتكون 57.01% الا انها ارتفعت فى العام 2016م لتصبح 62.34% لتعود منخفضة فى العام 2017م مسجلة نسبة 60.70% .

أ/ العملة لدى الجمهور :

كانت فى العام 2014م 23,343.10 مليون جنية ارتفعت فى العام 2015م بنسبة 18% عن العام السابق وكذلك فى العام 2016م ارتفعت بنسبة 41% عن العام السابق وايضا فى العام 2017م بنسبة 59% .

كانت نسبة الخصوم على العملة لدى الجمهور فى العام 2014م نسبة 55.15% انخفضت فى العام 2015م لتكون 53.42% الا انها ارتفعت فى العام 2016م لتصل الى 59% لتعود الانخفاض فى العام 2017م لتكون 57.2% .

ب/ العملة لدى المصارف التجارية :



كانت في العام 2014م 1,717 مليون جنيه ارتفعت في العام 2015م بنسبة 19% وكذلك في العام 2016م بنسبة 150% لتعاود الارتفاع في العام 2017م لتصل الى نسبة 73% .

كانت نسبة الخصوم على العملة لدى المصارف التجارية في العام 2014م نسبة 4.06% انخفضت في العام 2015م لتكون 3.56% لتواصل الانخفاض في العام 2016م اذ بلغت نسبة 3.34% الا انها ارتفعت قليلا في العام 2017م لتصل النسبة الى 3.52% .

#### ثانيا احتياطي المصارف طرف بنك السودان المركزي :

كان في العام 2014م 16,088.70 مليون جنيه ارتفع في العام 2015م بنسبة 19% وكذلك في العام 2016م بنسبة 13% وايضا كذلك في العام 2017م بنسبة 80% .

كانت نسبة الخصوم على احتياطي المصارف طرف بنك السودان المركزي في العام 2014م 38.01% انخفضت في العام 2015م لتكون 37.19% لتواصل الانخفاض في العام 2016م لتصل الى 32.96% الا انها ارتفعت في العام 2017م لتصل الى 36.27% .

#### ثالثا الودائع المضمنة في عرض النقود طرف بنك السودان المركزي :

كانت في العام 2014م 1,174.70 مليون جنيه ارتفعت في العام 2015م بنسبة 154% وكذلك في العام 2016م بنسبة \$4 وايضا في العام 2017م بنسبة 6% . كانت نسبة الخصوم على الودائع المضمنة في عرض النقود طرف بنك السودان المركزي في العام 2014م 2.77% ارتفعت في العام 2015م لتصل الى 5.8% الا انها انخفضت في العام 2016م لتصل الى 4.7% وتواصل في الانخفاض في العام 2017م لتصل الى نسبة 3.03% .

من الملاحظ ان القاعدة النقدية قد توسعت منذ العام 2014م من 42,323.50 مليون جنيه الى 107,496.90 مليون جنيه فى العام 2017م اى بزيادة قدرها 65,173.40 مليون جنيه بنسبة 154% خلال اربعة اعوام .

#### الاستنتاجات :

وسائل الدفع الجارية لم تتخفض ابان ازمة انعدام السيولة النقدية منذ العام 2014م وحتى العام 2017م بل كانت فى ارتفاع مضطرد فى الثلاث سنوات الاولى الا انها انخفضت انخفاضاً طفيفاً فى العام 2017م .

2/ اشباه النقود سارت بوتيرة متناقصة ابان ازمة السيولة النقدية فى الثلاث سنوات الاولى الا انها ارتفعت ارتفاعاً ضئيلاً فى العام 2017م .

3/ ان العوامل المؤثرة على عرض النقود تمثلت فى الاستحقاق المصرفى على القطاع العام بشقيه الحكومة المركزية ( الصافى ) اذ ارتفع منذ العام 2014م وحتى العام 2017م بنسبة 2019% والمؤسسات العامة اذ بلغت 408.6% خلال 4 أعوام . وكذلك استحقاق الجهاز المصرفى على القطاع الخاص اذ ارتفع منذ العام 2014م وحتى العام 2017م بنسبة 206.6% وايضا صافى النقود الاخرى بنسبة 191% .

4/ من اهم اسباب التوسع النقدى منذ العام 2014م وحتى العام 2017م تتمثل فى ارتفاع رصيد المديونية المؤقتة للحكومة من الجهاز المصرفى منذ العام 2014م وحتى العام 2017م بنسبة 257% . وكذلك ارتفاع بند فرق شراء وبيع الذهب منذ العام 2014م وحتى العام 2017م بنسبة 305.2% . وايضا ارتفعت مدفوعات بنك السودان المركزى لمقابلة التزامات وزارة المالية منذ العام 2014م وحتى العام 2017م بنسبة 1,092% . وكذلك ارتفعت مدفوعات البنوك التجارية لتمويل القطاع الخاص منذ العام 2014م وحتى العام 2017م بنسبة 1,467.6% .

5/ توسعت القاعدة النقدية فى خلال فترة ازمة السيولة النقدية لتصل الى 154% خلال الاربعة اعوام.

6/ لم تكن أزمة شح وانعدام السيولة في الاقتصاد السوداني بأسباب اقتصادية انما لعبت فيها اسباب سياسية وادارية ادوار مباشرة في خلقها مثل الاستحواذ على العملة وتخزينها وغيرها من الاسباب الاخرى .

#### التوصيات :

- 1/ العمل على التوسع في العرض النقدي بمعناه الواسع والسيولة المحلية .
- 2/ عدم التوسع في القاعدة النقدية او الابقاء عليها في شبه ثبات .
- 3/ حسن ادارة السيولة بالسياسات المالية والنقدية الناجعة.

#### المصادر :

- 1/ بارى سيجل ،ترجمة طه عبد الله منصور وآخرون ، النقود والبنوك والاقتصاد ، وجهة نظر النقديين ،دار المريخ للنشر ،1987م ص41 .
- 2/ الوليد نور الهدى وآخرون .مبادئ الاقتصاد .جامعة السودان المفتوحة .2005م .
- 3/ محمد فرح عبد الحليم . النقود والبنوك . جامعة السودان المفتوحة .2005م .
- 4/ عبد المنعم محمد الطيب . واقع وتحديات الاستقرار المالي والقطاع المصرفي السوداني (2007م-2013م ) .اكاديمية السودان للعلوم المصرفية . سلسلة البحوث المصرفية المهنية ( المحكمة ) 2014م
- 5/ سليمان ناصر ، اليوم الدراسي حول أزمة السيولة النقدية في الجزائر، المنعقد بجامعة ورقلة بتاريخ 13 أفريل 2011 المنظم من طرف مخبر الجامعة، المؤسسة والتنمية المحلية المستدامة (LUEDLD)مداخلة بعنوان : أزمة السيولة النقدية في الجزائر أسباب وحلول ، مجلة الباحث ، العدد التاسع ، 2011م.
- 6/ بنك السودان المركزى ، التقرير السنوى السابع والخمسون 2017م ،ص 51
- 7/ وزارة المالية والتخطيط الاقتصادى ،الادارة العامة للتخطيط والسياسات الاقتصادية ،العرض الاقتصادى 2016م ،ص 106.
- 8/ تقارير بنك السودان المركزى للاعوام 2015م و2016م و2017م .

9/ غرفة تجارة وصناعة الكويت ، مذكرة حول معالجة الأزمة المالية الاقتصادية ، القضايا الاقتصادية التي عالجتها الغرفة عام 2009م.

## أحكام العقد الالكتروني في القانون السوداني (دراسة مقارنة)

د. سيف النصر خوجلي عثمان

### مستخلص

شمل هذا البحث ثلاثة مباحث تناولت فيها وناقشت قضية العقد الإلكتروني من ناحية قانونية ، من خلال التعريف والخصائص والأركان، وأوضحت الإشكال في كل مبحث، وأوردت النتائج التي توصلت إليها والمعالجات لكل مشكلة قانونية متعلقة بالعقد الإلكتروني، ومن أهم الإشكالات التي عالجها البحث مسألة عدم إدراج قانون المعاملات الإلكترونية تعريف للعقد الإلكتروني وإنما تركها للقواعد العامة الذي أرى أنه تعريف ناقص لا يشمل خصوصية العقد الإلكتروني، وإيضاً ناقشة مسألة مجلس العقد الإلكتروني إذ الأطراف مجتمعين زماناً ومتفرقين مكاناً هل تعاقد بين حاضرين أم غائبين ، وإيضاً ناقش البحث مسألة عدم معرفة الأطراف لبعضهم البعض فيما

يتعلق بنقصان الاهلية وفقدانها، وايضا عالج البحث مسألة ضمانات التعاقد الالكتروني ولا اريد ان افصح عن كل ما اشتمل عليه البحث وانما اتركه للقارئ الكريم ان يتبينها من خلال المطالعة .

#### Abstract:

This research included three discussions in which I discussed the issue of electronic contract legally, through definition, characteristics and elements; also I explained the forms in each research. Among the most important problems addressed in the discussion was the issue of not including in the Electronic transactions Act a definition of an electronic contract but leaving it to the general rules, which I consider to be an incomplete definition that does not include the privacy of an electronic contract. I also discussed the issue of the electronic contract board if the parties combined a time and a different place, whether contract between present or absent. The research also discussed the parties' lack of knowledge of each other regarding the lack of eligibility and its loss. Also dealt with the issue of electronic contracting guarantees, I do not want to disclose all that was involved in the research, but rather leave it to the honorable reader to identify them through reading.

#### مقدمة

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على رسوله الكريم، يشهد العالم تحول تكنولوجي كبير، يتبعه تطور تشريعي محلي واقليمي ودولي، وفقا لهذا المعني وضع القانون السوداني لسنة 2007 الخاص بالمعاملات الالكترونية ، حتى يلبي تطلعات وضبط الواقع الالكتروني المتطور الذي تضمنت نصوصه احكام وضوابط العقد الالكتروني ، من خلال هذه الورقة ناقشت نصوصه، وقمت بمقارنتها مع قواعد الفقه الاسلامي الكلية وارااء الفقهاء المعاصرين وبعض القوانين الاخرى العربية والغربية، وقمت بالملاحظة عليها واليك اخي القارئ تفاصيل هذا البحث .

#### اهمية البحث:

1. التعامل الإلكتروني عبر الوسائل الحديثه هو الأكثر شيوعاً في العالم .

2. يحتاج التعامل الإلكتروني إلى تأصيل من الناحية الشرعية .
  3. البنوك الإسلامية هي أكثر حاجة إلي مثل هذه الدراسات ، إذ تعتبر المرجع في تعاملها الشرعي ، والقانوني.
  4. الوقوف علي الطبيعة القانونية ، والفقهية لمجلس العقد الإلكتروني .
- أسباب إختيار البحث:**

1. مدى صلاحية القوانين الحديثة لضبط التعامل الإلكتروني .
2. التعاملات الإلكترونية مسائل شائكة تحتاج الي البحث والتدقيق .
3. كثرة التعامل عبر وسائل الإتصالات الحديثة دون مسوق شرعي ، ولاقانوني يضبط هذا التعامل .
4. عدم خضوع التعامل الإلكتروني لحدود دولة واحدة ، بل في الغالب التعامل تعامل دولي ، وهنا تحصل إشكالية القانون الواجب التطبيق ، والمحكمة المختصة بنظر النزاع الالكتروني.

#### أهداف البحث :

#### يهدف هذا البحث الي :

1. تأصيل مبدأ الشريعة الإسلامية في التعاملات الإلكترونية .
2. الوقوف علي إمكانية التعبير عن الإرادة بشكل إلكتروني .
3. تحديد مجلس العقد الإلكتروني فقهاً ، وقانوناً.

#### مشكلة البحث:

1. هل يجوز التعامل الإلكتروني من الناحية الشرعية ، والقانونية ؟
2. هل يجوز التعبير عن الإرادة بطريقة إلكترونية ؟
3. ماحكم مجلس العقد الإلكتروني ؟

#### منهج البحث :

أتبعت في دراستي هذه المنهج الإستقرائي التحليلي التوثيقي سيكون أساس البحث القانون السوداني ( قانون المعاملات الإلكترونية السوداني لسنة 2007 ) مقارنة

بالفقه الإسلامي ، وبعض قوانين الدول الغربية ، والعربية ، والإتفاقيات الدولية وسارجع إلى النصوص القانونية ، وكتب شراح قوانين المعاملات التقليدية ، والإلكترونية ، وساحل هذه الآراء ، وقارنت بينها ، وبين النصوص القانونية ، وساوثق لكل هذه الكتب وساختم هذا البحث بنتائج وتوصيات وثبت للمراجع .

#### حدود البحث :

ساقنصر هذا البحث علي المواضيع التي تناولها قانون المعاملات الإلكترونية السوداني لسنة 2007 م ، والفقه الإسلامي ، مع الملاحظة عليه .

#### هيكل البحث :

اشتمل هذا البحث على ثلاثة مباحث

1. المبحث الاول : تعريف العقد الإلكتروني

2. المبحث الثاني : خصائص العقد الإلكتروني

3. المبحث الثالث : اركان العقد الإلكتروني

### المبحث الاول

#### تعريف العقد الإلكتروني

1. القانون النموذجي الصادر عن الامم المتحدة ، بشأن التجارة الإلكترونية :

عرف العقد الإلكتروني من خلال تعريفه لرسالة البيانات هي : ( المعلومات التي يتم إنشاؤها ، أو إرسالها ، أو إستلامها ، أو تخزينها بوسائل إلكترونية ، أو ضوئية ، أو بوسائل مشابهة بما في ذلك علي سبيل المثال لا الحصر تبادل البيانات الإلكترونية أو البريد الإلكتروني ، أو البرق ، أو التلكس ) م2، فقره ، أ ، من قانون الأونسيترال النموذجي للتجارة الإلكترونية ، لسنة 1996.

2. القانون السوداني :

لم ينص قانون المعاملات الإلكترونية السوداني لسنة 2007 علي تعريف صريح للعقد الإلكتروني إنما أشار إلي صحة ونفاذ العقود الإلكترونية عند إرتباط الإيجاب بالقبول عبر رسالة البيانات التي يتبادل فيها المتعاقدان التعبير عن إرادتين متطابقتين علي

وجه يثبت أثره في المعقود عليه ويترتب عليه إلزام كل منهما بما وجب عليه للآخر. م14 من قانون المعاملات الإلكترونية السوداني ، لسنة 2007م.

وتتناول القانون السوداني هذا التعريف ، عندما تحدث عن صحة العقود الإلكترونية ، وهذه التعاريف ، وإن اختلفت لفظاً ، إتفقت موضوعاً ، ورؤية ، وهو دال علي جواز التعبير الإلكتروني عن الإرادة ، سواء كان ذلك كلياً ؛ أي الإيجاب ، والقبول عبر الوسيلة الإلكترونية ، أو جزئياً ؛ أي أحد الإرادتين غير إلكتروني ، ويتم التعبير عن الإرادة الأخرى بالطرق التقليدية ، وأيضاً تدل هذه التعريفات علي عدم اختلافها كلياً عن تعريفات العقد بالطرق التقليدية ، إلا في الوسيلة الإلكترونية ، وفيما يتعلق بخصوصية هذه الوسيلة .

وأرى أن هذه التعريف يقودنا الى تمييز عقد المعاملات الإلكترونية عن العقود الأخرى بالميزات الآتية:

أولاً: عدم الالتقاء المادي للأطراف ، لحظة تبادل التعبير عن إرادتهما .

ثانياً: إبرام العقد يتم عبر وسيلة إلكترونية سمعية — بصرية ؛ تمكن من التفاعل بين أطرافه ، مما يمكن معه القبول بأن العقد يتم بين حاضرين من حيث الزمان ، وهو حضور مفترض ، لكنه معاصر للمتعاقدين .

ثالثاً: التباعد المكاني بين طرفي التعاقد إذ قد يتواجدون في نفس الدولة ، أو يتواجدون في دول مختلفة ، وبهذا يدخل العقد في دائرة العقود التي تبرم بين غائبين من حيث المكان .

رابعاً: عدم وجود مستند كتابي مادي لهذا العقد ، وإنما يكون مثبتاً علي دعامة غير مادية ، لأن وسيلة إبرامه هي وسيلة إلكترونية .

## المبحث الثاني

### خصائص العقد الإلكتروني

#### الجانب الفقهي لغياب العلاقة المباشرة بين الأطراف

يرى بعض الفقهاء ليس المراد من إتحاد المجلس المطلوب في كل عقد ، كون المتعاقدين في مكان واحد ؛ لأنه يكون مكان أحدهما غير مكان الآخر ، إذا وجد بينهما واسطة إتصال ؛ كالتعاقد بالهاتف ، والأسلكي ، والبريد ، والإنترنت ، وغيرها



من وسائل الإتصال الحديثة ؛ وإنما المراد بإتحاد المجلس إتحاد الزمن ، أو الوقت الذي يكون المتعاقدان منشغلين فيه بالتعاقد ، فمجلس العقد : هو الحال التي يكون فيها المتعاقدان مقبلين علي التفاوض في العقد. الاستاذ مصطفى الزرقاء ، المدخل الفقهي العام ، ص171.

وعن هذا قال الفقهاء : "أن المجلس يجمع المتفرقين" د .جابر عبد الهادي سالم الشافعي ، 2001، ص238.

وعلي هذا يكون مجلس العقد في المكالمة الهاتفية ، أو الأسلكية ، وما جاء بعدها من إنترنت ، وبريد إلكتروني هو زمن الإتصال مادام الكلام في شأن العقد ؛ فإن إنتقل المتحدثان إلي حديث آخر إنفض المجلس.

ومجلس التعاقد بإرسال رسول ، أو بتوجيه خطاب ، أو برقية ، أو التلكس ، أو الفاكس ، أو البريد ، أو الإنترنت ، وغيرها من وسائل الإتصال هو مجلس تبليغ الرسالة ، أو وصول الخطاب ، أو البرقية ، أو التلكس ، أو الفاكس ، أو الإنترنت أو الوسائل الأخرى لأن الرسول سفير، ومعبر عن كلام المرسل فكأنه حضر بنفسه وخطب بالإيجاب فقبل في المجلس ، فإن تأخر القبول إلي مجلس ثاني ، لم ينعقد العقد ، وبه نتبين أن مجلس التعاقد بين حاضرين : هو محل صدور الإيجاب ومجلس التعاقد بين غائبين: هو محل وصول الكتاب ، أو تبليغ الرسالة بالإنترنت أو المحادثة الهاتفية ، أو غيرها من وسائل الإتصال الحديثة.

لكن للمرسل ، أو للكاكتب أن يرجع عن إيجابه أمام شهود ؛ بشرط أن يكون قبل قبول الطرف الآخر، ووصول الرسالة ، أو الخطاب ، ونحوه من الإبراق ، أو التلكس والفاكس ، والبريد ، ويرى جمهور المالكية : أنه ليس للموجب الرجوع عن الإيجاب قبل أن يترك فرصة للقابل للتفكر ، يقرر العرف مداها كما تقدم. د .وهبة الزحيلي ، الفقه الاسلامي وأدلته ، بيروت ، ط 2007، ج4 ، ص 2951.

من قول الفقهاء أرى أنهم ميزوا بين وسائل الإتصال التي تعتمد على التعبير عن الإرادة باللفظ ، وبين التي تعتمد على الكتابة ؛ الوسائل التي تعتمد على اللفظ إعتبروا التعاقد بها تعاقدًا بين حاضرين ؛ لأن إتحاد المجلس عندهم هو إنشغال المتعاقدين بالعقد في وقت واحد ، وإن تفرقا من حيث المكان ، أما التي تعتمد على الكتابة هي

تعاقد بين غائبين ؛ وتأخذ أحكام التعاقد بين غائبين ، وأرى للواقعية في الوسائل التي تعتمد على اللفظ الإلكتروني ، والكتابة الإلكترونية ، فإن التعاقد يكون بين حاضرين زماناً ، غائبين مكاناً ، وإن بقية شروط الإيجاب ، والقبول ؛ لابد من توافرها في وسائل الإتصال الحديثة .

زمن إتمام التعاقد بين غائبين: أجمع الفقهاء علي أن العقد ينعقد بين الغائبين ، كما في الآن الإتصالات الحديثة ، بمجرد إعلان القبول ؛ ولا يشترط العلم بالقبول ، بالنسبة للطرف الموجب ، الذي وجه الإيجاب ؛ فلو كان المتعاقدان يتحدثان بالهاتف ، أو بالأسلكي ، أو وسائل الإتصال الحديثة ، وقال أحدهما للآخر : بعثك الدار، أو السيارة الفلانية ، وقال الآخر ؛ قبلت ، إنعقد العقد ، بمجرد إعلان القبول ، ولو لم يعلم الموجب بالقبول بأن إنقطع الإتصال بينهما ، ولو وجه أحد العاقدين خطاباً ، أو برقية ، أو رسالة إلكترونية ، أو فاكساً ، أو تلكساً ، وفيها إيجاب ببيع شيئاً ، أو بإبرام عقد زواج ، إنعقد العقد بعد وصول البرقية ، أو الخطاب ، أو الرسالة الإلكترونية ، وإعلان الآخر قبولة ، دون حاجة إلي علم الموجب ، أو سماعه بالقبول. د . وحيد سوار ، التعبير عن الإرادة في الفقه الإسلامي ، ص118.

من هذا نصل إلي جواز التعاقد الإلكتروني مع عدم إتحاد المجلس بصورة مباشرة وإن اختلفا مكاناً ، وإتحدا زماناً ، ويختلف الرأي الفقهي عن القانوني ، إذ الفقه : يعتبر مكان صدور القبول من الموجب له هو المكان الذي تم فيه التعاقد ، أما في القانون: هو المكان الذي يعلم فيه الموجب بقبول الموجب له ؛ وقانون المعاملات الإلكترونية السوداني نص علي إستثناء عقد الزواج من أحكام هذا القانون. د. وهبة الزحيلي ، الفقه الإسلامي وأدلته ، ج4 ص2952.

#### الجانب القانوني لغياب العلاقة المباشرة بين الأطراف:

في العقود الإلكترونية العاقدان لا يجتمعان في مجلس واحد لإنعقاد العقد ؛ أي لا تكون هنالك علاقة مباشرة من قريب ، أو من بعيد فيما بين طرفي هذا العقد ، وإنما يتم الإتفاق علي إتمام عملية البيع ، والإتفاق علي كافة الشروط من خلال علاقة غير مباشرة تتم عبر شبكة الإتصال ؛ التي يمكنها أن تربط بين أي شخصين مهما كانت محل إقامتهما بعيدة فيتم التعاقد علي المبيع ، والتمن ، وكافة الشروط الأخرى ! دون

وجود أي علاقة مباشرة بين طرفي التعاقد . والتعاقد من خلال شبكة الإنترنت من خلال الكم الهائل من الإعلانات ؛ التي تعلن عن بيع كافة السلع ، مهما كان نوعها ، هو أدق مثال عن غياب تلك العلاقة المباشرة ، فيما بين طرفي التعاقد ، وهي الخاصية الجديدة التي تميز هذا التعاقد الإلكتروني ، الذي أصبح شائعاً حالياً. منير محمد الجنيهي ، ممدوح محمد الجنيهي ، الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني ، ص152.

وكذلك نجد أن قانون المعاملات المدنية السوداني متضمناً بعض النصوص التي تدل على جواز أن يبرم العقد ! دون حاجة إلي وجود العلاقة المباشرة بين المتعاقدين إذ نص في ركن الرضا : (يتم العقد بمجرد أن يتبادل الطرفان عن إرادتين متطابقتين ، مع مراعاة مايقدره القانون فوق ذلك من أوضاع معلنة ، لإنعقاد العقد.) م 43 ، قانون المعاملات المدنية السوداني ، لسنة 1984م.

من هذا النص فإن التعاقد يتم بمجرد تبادل الإيجاب ، والقبول ؛ وعليه فلو تقابل الإيجاب ، والقبول عن طريق الإلكترونيات ؛ فإن العقد ينعقد دون حاجة إلي العلاقة المباشرة فيما بين طرفي التعاقد.

وكذلك النصوص الدالة على جواز التعبير عن الإرادة بأي وسيلة يعلمها الطرفان تتلخص في القانون السوداني: (بأي موقف لاتدع ظروف الحال شكاً في دلالة علي حقيقة المقصود) م31 ، من قانون المعاملات المدنية السوداني ، لسنة 1984 م.

وهذا النص هو الذي يجوز التعبير، وإنعقاد العقد عبر أي وسيلة مستحدثة كالوسائل الإلكترونية الحديثة ، ولكن يأتي الاختلاف بين العقد التقليدي ، والإلكتروني في نصوص القانون السوداني على النحو الآتي: م39 ، من قانون المعاملات المدنية السوداني ، لسنة 1984م.

إذا صدر الإيجاب في مجلس العقد دون أن يعين ميعاد للقبول ، فإن الموجب يتحلل من إجابته إذا لم يصدر القبول فوراً ، إذا صدر الإيجاب من شخص إلي آخر بطريق التليفون ، أو بأي طريق مماثل يسقط الإيجاب إذا لم يقبل فوراً.

نجد في النص الأول لايوجد ، ولايتحقق مجلس العقد في حالة التعاقد عبر الإلكترونيات ؛ إذ لم يجد الموجب قبولا فورياً بل ينتظر القابل إلي أن ينظر في

الإيجاب ، ثم بعد ذلك يصدر القبول. ولكن المشرع المصري قد نص في الفقرة الثانية من ذات المادة علي أنه: (ينعقد العقد ولو لم يلقى الموجب قبولاً مباشراً ! إذا لم يعدل عن إيجابه في الفترة بين إصداره الإيجاب ، ووجود قبول لهذا الإيجاب عند شخص آخر). القانون المدني السوداني حل الإشكال عندما نص علي جواز التعاقد بين غائبين م43 ، من قانون المعاملات المدنية السوداني ، لسنة 1984.

(يعتبر التعاقد بين الغائبين قد تم في المكان ، والزمان الذين يعلم فيهما الموجب بالقبول مالم يوجد إتفاق ، أونص يقضيي بغير ذلك)

( يفترض أن الموجب قد علم بالقبول في الزمان ، والمكان الذين وصل إليه فيهما هذا القبول)

والتعامل الإلكتروني يدخل في بئرة التعاقد بين غائبين؛ ونجد أن قانون المعاملات المدنية السوداني قد أخذ بالزمان ، والمكان المعينين فيهما علم الموجب بالقبول ؛ وقد تركت نص المادة للمتعاقدين حرية الإتفاق علي خلاف ذلك ، وبناءً عليه فإن العقد ينعقد تماماً عندما تصل رسالة القبول الإلكتروني للموجب ، ولا إعتداد هنا بعلم الموجب بمضمون القبول أولاً ، طالما كان في مقدوره أن يعلم بالقبول عبر رسائل البيانات ؛ وطالما أرسل ذلك القبول علي العنوان المحدد للموجب ؛ وإن لم يفعل أويبذل الموجب الجهد لمعرفة وصول القبول من عدمه بعد عرضه للإيجاب ، فإن الموجب يكون مهملًا ، ويتحمل كافة المسؤولية عن إهماله ؛ وبناءً عليه يفترض أن الموجب قد علم بالقبول في المكان ، والزمان الذين وصل إليه فيهما هذا القبول ذلك لكونه طرفاً من أطراف العقد ، يهملهم أن يعلم مدي موافقة القابل من عدمه.

خلاصة ذلك أن العقد الإلكتروني يأخذ حكم التعاقد بين غائبين ، وفق نص قانون المعاملات المدنية لسنة 1984م سابق الذكر ، الذي نظم أحكام التعاقد بين الغائبين كما بينا.

### وجود الوسيط الإلكتروني

كان وجود مجلس إنعقاد العقد هو من الأمور المسلم بوجودها ، من قبل إنتشار الوسائط الإلكترونية ؛ أما الآن وبعد إنتشار تلك الوسائط الإلكترونية علي المستوي العالمي ، وتنوعها أيضاً ؛ بات من الطبيعي أن يتم إنعقاد العقد دون وجود ما كان

يسمى بمجلس إنعقاد العقد ، وتعتبره القوانين شرطاً من شروط إنعقاد العقد - إتحاد المجلس- وهناك عدد من النظريات التي حاولت تفسير الوضع من حيث مجلس إنعقاد العقد ، وهل يعد موجوداً إذا ما كان التعاقد يتم بطريقة إلكترونية ، أم أنه لا يعد موجوداً ؟

النظرية الأولى: تقرر أن مجلس إنعقاد العقد أصبح موجوداً ، ولكن في صورة مختلفة ؛ فشبكة الاتصالات الإلكترونية الحديثة التي يتواجد عليها كل من طرفي العقد تعد بمثابة مجلس إنعقاد العقد ؛ وهي التي يتم من خلالها التفاوض علي شروط ، وبنود العقد وما يتحمل به كل طرف من التزامات ، وماله من حقوق تجاه الطرف المتعاقد الآخر .

النظرية الثانية: التعاقد الإلكتروني الحديث الذي يتم عبر شبكة الإنترنت ، لا يوجد ما يسمي بمجلس إنعقاد العقد ، علي إعتبار أن التعاقد بالطريقة القديمة له أركان لا بد من إستيفائها وذلك علي العكس من التعاقد الإلكتروني الذي ليس ضمن شروطه توافر بعض تلك الأركان ، ومن ضمنها إنعقاد مجلس العقد . منير محمد الجنيهي ، الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني ، ص155، 156.

من هذا نرى لابد من وجود مجلس العقد الإلكتروني ، ولكن التصور له هو إعتبار الوسيط هو مجلس العقد الإلكتروني ؛ ولكن الوجود المادي لمجلس العقد يجب توافره في العقد التقليدي ، ولا يشترط في العقد الإلكتروني.

#### يغلب علي التعاقد الإلكتروني الطابع التجاري الإستهلاكي:

يغلب علي العقود الإلكترونية الصفة التجارية الإستهلاكية ؛ لأن أغلب المعاملات التجارية الإلكترونية عبارة عن عقود بيع وإستهلاكية ، وكونها إستهلاكية لأن سمتها البارزة هي الاستهلاك ؛ فهو غالبا ما يقع بين تاجر، أو مهني ، ومستهلك ؛ وبما أنه عقد استهلاكي غالباً فإنه يخضع لقواعد قوانين حماية المستهلك د. محمود حمودة صالح ، إشكالات العقود الإلكترونية ، مجلة الشريعة والدراسات الإسلامية ، تصدر عن كلية الشريعة والدراسات الإسلامية بجامعة إفريقيا العالمية ، السودان ، نصف سنوية ، العدد الثامن عشر 2011 ، ص148، 149.

#### دولية التعاقد الإلكتروني :

يتم التعاقد الإلكتروني باستخدام وسائط إلكترونية ، وعبر شبكة دولية للاتصالات والمعلومات ؛ لذلك فهو لا يتقيد بحدود الدول السياسية ، والجغرافية ، ويكون التعاقد الإلكتروني تبعاً لذلك تعاقدًا دوليًا ؛ نظراً لما تنسم به شبكة الإنترنت من الإنفتاح والعالمية ، ورغم ذلك يرى البعض أنه لا يوجد ما يحول من قصر التعاقد الإلكتروني علي منطقة جغرافية محددة ؛ بحيث يكون له نطاق جغرافي ، ومكان معين. فقد يقصر الموجب عرض المنتجات ، والخدمات علي منطقة جغرافية معينة مثال ذلك : ما نلاحظه في بعض مواقع الويب الفرنسية المنتشرة علي الإنترنت ، والتي تقتصر الإيجاب فقط علي الدول الفرانكفونية الناطقة بالفرنسية ، وأيضاً مآتقيرة الولايات المتحدة الأمريكية من حظر توجيه الإيجاب للدول الموقع عليها عقوبات إقتصادية مثل : كوبا ، وكوريا الشمالية د.خالد ممدوح إبراهيم ، إبرام العقد الإلكتروني ، ص 252.

وعلي ما ذكر ممكن ان يكون الموجب في السودان والموجب له في امريكا يصدر الإيجاب من الموجب في السودان ويقترن بقبول الموجب له من أمريكا وبذلك تم التعاقد ولكن هذ التعاقد تعتريه بعض العقبات والاشكالات في القانون الواجب التطبيق والمحكمة المختصة بنظر النزاع الالكتروني سسنناقشها في الباب الاخير من هذا البحث ورغم هذا الفارق المكاني يقابلة سرعة في اتمام التعاقد في السابق الذي يريد ان يتعاقد في دوله اخري محتاج الي زمن طويل حتي يسافر او يتصل بوسائل الاتصالات الاخري لكن الان في نفس الزمن الذي صدر فيه الإيجاب قد يجد مباشرة القبول وهو ما يقودنا الي السرعة في إنجاز الأعمال:

السرعة في إنجاز الأعمال علي شبكة الإنترنت ! تعد هي إحدى الميزات الأساسية التي عملت علي إنشاء التعاقد الإلكتروني ، بل وإنجاز كافة المعاملات التجارية ، وغير التجارية الأخرى ؛ فلو ذكرنا مثلاً: أن طرفي التعاقد من جنسيتين مختلفتين فيمكن لكل منهما التفاوض ؛ وهو في مكتبه دون أن يتحمل عناء ، ومشقة السفر إلي دولة الطرف الآخر ، وهو ما يعد تقدماً كبيراً بل ثورة في مجال إنجاز المعاملات التي كان يتطلب إنجازها في الماضي وقتاً ، وجهداً ، كبيراً منير محمد الحنيهي ، الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني، مرجع سابق ، ص156.

## الوفاء بالالتزامات يتم عن طريق الدفع الإلكتروني:

يتم السداد في العقود الإلكترونية عن طريق البطاقات البلاستيكية (البنكية) مثل : "visa" و "card" و "the master card" بطاقة الصراف الآلي "atms" البطاقات الذكية ، والتي من صورها الموندكس "mondex" وكذلك الأوراق التجارية الإلكترونية وهي نوعان : الكمبيالات الإلكترونية ، والسند الإذني الإلكتروني "icr" ، والكمبيلات الإلكترونية نوعان: الكمبيالة الإلكترونية ذات الدعامة الورقية ، والكمبيالة الإلكترونية المغنطيسية ، وأن استخدام الكمبيالة الإلكترونية يقتضي موافقة أطراف العقد خاصة الطرف المسحوب عليه ، ويتم الدفع الإلكتروني عن طريق النقود الإلكترونية electronic money وهي نوعان: النقود الرقمية digital money ، والمحفظة الإلكترونية electronic wallet ، وهناك وسائل أخرى للسداد مثل: الذهب الإلكتروني "e-gold" والشيك الإلكتروني "e-check" د.محمود حمودة صالح ، إشكالات العقود الإلكترونية ، مجلة الشريعة والدراسات الإسلامية ، مرجع سابق ، ص 150 ، 151.

إن عملية تحويل الأموال إلكترونياً electronic fund transfer ، بين أطراف العقد الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت ؛ تتم بواسطة جمعية الاتصالات المالية بين البنوك "swift" ، أو عن طريق شبكة الاتصالات بين البنوك ، والتي يطلق عليها مشروع بوليرو "bolero project" ، وتمشياً مع طرفا الدفع الإلكتروني ظهرت مجموعة من الخدمات البنكية الإلكترونية مثل: خدمة التوكيل الإلكتروني factoring ، وخدمة الصراف الآلي automatic teller machine "atm" ، وخدمة نقاط البيع points of sales "pos" ، وخدمة الحصول علي الأعمال البنكية من المنزل ، والمكتب home&office bank ، والتي يمكن الحصول إليها عن طريق الهاتف المزود بشاشة smart ph0ne ، وخدمات المقاصة الإلكترونية automatic clearing house . د. محمود حمودة صالح ، إشكالات العقود الإلكترونية ، مجلة

الشريعة والدراسات الإسلامية ، مرجع سابق ، ص 150 ، 151

يكون الإثبات عن طريق المستند الإلكتروني: تمتاز العقود الإلكترونية علي العقود الورقية التقليدية ؛ بأن وسيلة الإثبات فيها هي الدعائم الإلكترونية الموقع عليها

إلكترونياً ، والتوقيع الإلكتروني هو الذي يضيف علي المستند حجيته ؛ لأنه مصدق به من جهة رسمية مؤذنة.(المصدر السابق ، ص151 ، 152).

وإعتماد التوقيعات الإلكترونية يحتاج لجهة رسمية تطمئن إليها جميع الأطراف التي تتعاقد عن طريق الوسائل الإلكترونية ، وقد نص قانون المعاملات الإلكترونية السوداني لسنة 2007م ( ...علي تكوين لجنة قومية تختص بالتصديقات الخاصة بإستخدام الوسائل الإلكترونية.)(م14 ، 20 ، من قانون المعاملات الإلكترونية السوداني ، لسنة 2007 م .)

#### إقتران العقد الإلكتروني بحق العدول:

تقرر القواعد العامة للنظرية العامة للعقود أنه متى ما ارتبط القبول بالإيجاب فإنه لا يحق لأحد طرفي العقد العدول عنه ، إلا عن طريق الإقالة ، ولكن مراعاةً لخصوصية العقد الإلكتروني، وخاصةً عدم قدرة المستهلك الفعلية علي رؤية السلعة ومعرفة خصائصها بدقة قبل إبرام العقد ؛ قد منح الطرف الآخر حق الرجوع عنه في بعض التشريعات.(م21، 26 ، من قانون حماية المستهلك الفرنسي ، رقم 741 ، لسنة2001).

وقد نص قانون المعاملات الإلكترونية السوداني لسنة2007م علي تطبيق أحكام قانون المعاملات المدنية لسنة 1984م ، وقانون الإجراءات المدنية 1983م ، وقانون الإثبات 1994م ؛ علي المسائل التي لم يرد فيها نص(م29 ، من قانون المعاملات الإلكترونية لسنة2007م).

وقد نص قانون المعاملات المدنية السوداني لسنة 1984م علي الأحكام الخاصة بالخيارات في المواد(103وحتى 110) حين أوجبت المادة 108 حق خيار الرؤية لمن صدر له التصرف وغيرها من الخيارات ( د.محمود حمودة صالح ، إشكالات العقود الإلكترونية ، مجلة الشريعة والدراسات الإسلامية ، مرجع سابق ، ص153.

#### المبحث الثالث

#### أركان العقد الإلكتروني

#### ركن الرضا في عقود المعاملات الالكترونية



تعريف الإيجاب الإلكتروني: القانون السوداني "تعتبر رسالة البيانات وسيلة: (م 4 ، من قانون المعاملات الإلكترونية السوداني ، لسنة 2007م. أ. للإعلان عن تقديم خدمة ، أو سلعة. ب. التعبير كلياً ، أو جزئياً عن الإرادة لإبداء الإيجاب ، والقبول بقصد إنشاء التزام تعاقدى.

التعبير عن الإيجاب الإلكتروني:

يمكن أن يكون صريحاً ، أو ضمناً.

أولاً : التعبير الصريح :

وقد حددت القوانين العامة عدد من وسائل التعبير الصريح عن الإرادة حيث أوردت: ( يكون التعبير عن الإرادة باللفظ ، وبالكتابة ، وبالإشارة المتداولة عرفاً ولو من غير الأخرس ، وبالمبادلة الفعلية الدالة على التراضي ، كما يكون باتخاذ أي موقف لاتدع ظروف الحال شكاً في دلالاته على حقيقة المقصود. )م 35 الفقرة 1 ، من قانون المعاملات المدنية السوداني ، لسنة 1984 . م 90 ، من القانون المدني المصري ، لسنة 1948.

ويمكن مناقشة هذا النص على النحو الآتي:

أ- اللفظ: يجوز إظهار الإيجاب بواسطة الكلمات المنطوقة ؛ سواء كانت هذه الكلمات مباشرة أو عن طريق أحد وسائل الإتصال الحديثة كالتلفون ، والتلفزيون والراديو ، وبرنامج المحادثة .

ب- الكتابة: يمكن التعبير عن الإيجاب بواسطة الكلمات المكتوبة ، كما في حالة الإيجاب بواسطة النص المكتوب المباشر بين الطرفين ، أو الخطاب ، أو الفاكس ، أو البريد الإلكتروني ، أو الموقع ، وغيرها من وسائل الإتصال عن طريق الكلمة المقروءة.

والتعبير عن الإيجاب عبر وسائل الإتصال الحديثة جائز ، وهو مانص عليه قانون المعاملات الإلكترونية السوداني لسنة 2007 (تكون العقود الإلكترونية صحيحة ، وناذفة عند إرتباط الإيجاب ، والقبول عبر رسالة البيانات.) م 1/4 ، من قانون المعاملات الإلكترونية السوداني ، لسنة 2007.

بل بعض العقود يشترط القانون كتابته ، وإلا كان العقد باطلاً ؛ كعقد المقاوله ، أو الشركة ، وفي الكتابة الإلكترونية عبر وسائل الاتصالات الحديثة التي ذكرناها متطلبات القانون ؛ لأنه لا تختلف الكتابة الإلكترونية عن الكتابة التقليدية ؛ إلا في الوسيلة فقط ، وهو مانص عليه قانون المعاملات المدنية السوداني لسنة 1984 (إذا اشترط القانون الكتابة فلا يعتد بأي وسيلة من وسائل التعبير عن الإرادة... ) م 35 ، من قانون المعاملات المدنية السوداني ، لسنة 1984 .

ج- الإشارة: يعتمد القانون بالإشارة ، كوسيلة للتعبير عن الإيجاب ؛ سواء صدرت من شخص أخرس ، أو من شخص سليم .

ويمكن تحقق الإشارة بوسائل إلكترونية للتعبير عن الإرادة ، مثلاً: إرسال وجه مبسم ، أو وجه غاضب ، أو إرسال صورة الشئ المباع إلى الطرف الآخر في شكل رسالة إلكترونية.

د- المبادلة الفعلية: تسمى في الفقه بالمعاطاة ، أو التعاطي ، أو المراوضة ، وفي القانون تسمى: بالمبادلة الفعلية الدالة علي التراضي ، مثل: أن يأخذ المشتري المبيع ، ويدفع للبائع الثمن ، أو يدفع البائع المبيع ، فيدفع له الآخر ثمنه من غير تكلم ، ولا إشارة.

ففي عقد البيع: لو وجد رجل سلعة مسعرة كتب عليها الثمن ، كساعة ، أو حلي ، فناول الثمن للبائع ، وأخذ السلعة دون إيجاب ، وقبول لفظي إنعقد البيع لدلالته علي التراضي في عرف الناس.

وفي الإجارة: لو ركب زيد من الناس سيارة ؛ من وسائل النقل ، ثم دفع ثمن التذكرة إلى الكمساري دون كلام متبادل صح الإيجار عرفاً.

ممكن تحقق المبادلة الفعلية الدالة علي التراضي ، بوسائل الإتصال الحديثة عبر موقع الإنترنت ، وهو النقر علي زر الموافقة ؛ الموجود في لوحة المفاتيح المتصلة ، بالكمبيوتر الشخصي أو بالضغط بالمؤشر " الفأرة " في الخانة المخصصة لذلك ، في صفحة الويب ، وتسمى هذه الطريقة "ok-box" وتستخدم من أجل التعاقد ؛ سواء بشأن المنتجات ، أو الخدمات الموجودة علي صفحات الويب ؛ حتى يختار المستهلك السلعة المنشودة ، ويضغط علي أيقونة الموافقة ، وعليه أن يحول النقود عبر الشيك

الإلكتروني ، وبذلك يكون البيع ، والشراء دون التحدث ، أو الكتابة ، أو الإشارة ، وإنما عن طريق المعاطاة الحكيمة .

هـ- باتخاذ أي موقف لاتدع ظروف الحال شكاً في دلالة علي حقيقة المقصود: فتح القانون الباب واسعاً بما تأتي ، وتستجد به التكنولوجيا الحديثة من وسائل جديدة ، وواضعي التشريع في ذلك الوقت كانت لهم النظرة البعيدة ، والعين الثاقبة التي تقرأ ما وراء الجدران ، والقوانين تحتاج إلى الديمومة ، مع المواءمة ؛ تتبنا بحدوث وسائل جديدة لم تخرج في ذلك الوقت من رحم تكنولوجيا العصر: التعبير عبر البريد الإلكتروني ، والموقع ، والمخاطبة ، والفاكس ، والتلفزيون ، والراديو ، وغيرها من الوسائل الحديثة.

#### ثانياً : التعبير الضمني عن الإيجاب:

هو الإفصاح عن الإرادة بصورة غير مباشرة ؛ حيث لا يمكن معرفة الإرادة ؛ إلا عن طريق الاستنتاج فمثلاً : إذا بقي المستأجر في العين المؤجرة بعد إنتهاء مدة الإيجار ؛ فيمكن أن يفهم من ذلك ضمناً ، رغبة المستأجر في تجديد عقد الإيجار ونص علي ذلك قانون المعاملات المدنية السوداني لسنة 1984 (...يجوز أن يكون التعبير عن الإرادة ضمناً ما لم ينص القانون ، أو يتفق الطرفان علي أن يكون صريحاً) المذكرة التفسيرية لقانون المشروع المدني ، السوداني ، لسنة 1971م ، ج1، ص91. وأرى في حدود مجهودي البسيط من غير الممكن تحقق التعبير الضمني عن الإرادة ، بالوسائل الإلكترونية إلا ما ندر.

#### التمييز بين الإيجاب الإلكتروني و الدعوة للتعاقد:

كما هو معروف أن مجرد الدعوة للتعاقد ، وعدم وجود النية الجازمة ، فلا يكون هنالك أي اثر للتعاقد د. فيصل محمد كمال عبد العزيز، الحماية القانونية لعقود التجارة الإلكترونية ، رسالة دكتوراة بكلية الحقوق جامعة القاهرة 2008، ص231. ولذلك يثور التساؤل هل يمكن إعتبار العرض الموجه إلي الجمهور عبر شبكة الإنترنت إيجاباً أم لا ؟

تعتبر بعض الأنظمة القانونية ذلك مجرد إعلان ، ولا يحتوي علي إيجاب ؛ كالقانون الكويتي ، والبعض الآخر يعتبره إيجاباً ، ورغبة في التعاقد ؛ كالقانون الفرنسي د.

مراد محمود يوسف مطلق ، التعاقد عن طريق وسائل الإتصال الإلكترونية ، رسالة دكتوراة حقوق عين شمس ، 2007 ، ص140.

وأما إتفاقية فينا بشأن البيع الدولي للبضائع لعام 1981م فقد بينت في المادة 2/14 (أنه يستلزم في الإيجاب أن يكون موجهاً إلي شخص ، أو مجموعة أشخاص) د. محمد شفيق ، إتفاقية الأمم المتحدة بشأن البيع الدولي ، دار النهضة العربية ، لسنة 1988م ، ص91.

ويصعب التمييز في الإعلانات عبر شبكة الإنترنت بين ما إذا كانت هذه الإعلانات إيجاباً بالمعنى القانوني ، أو مجرد دعوة للتعاقد ، والتفاوض ، وهو ما يثير التساؤل حول معيار الإيجاب الإلكتروني ، والتفاوض؟

فيذهب جانب من الفقه : إلى أن الفرق بين الإيجاب ، والدعوة إلى التعاقد هو فارق وظيفي ؛ فوظيفة الدعوة إلى التفاوض هي : مجرد الإعلان من صاحبها عن رغبته في التعاقد ، بقصد الكشف عن من تكون لديه رغبة مقابلة ؛ بينما يهدف الإيجاب : إلى صياغة مشروع محدد المعالم ، قابل للتحويل إلى عقد متكامل الأركان بمجرد إعلان من يوجه إليه عبر قبوله. د. رجب كريم عبد الله ، التفاوض علي العقد ، رسالة دكتوراة ، حقوق عين شمس ، لسنة 2000 ، ص89.

ويذهب الفقه كذلك: إلى أن العرض الموجه إلى الجمهور لا يعد إيجاباً ، وإنما دعوة للتفاوض ، إذا كان لا يتضمن الشروط الجوهرية للتعاقد. د. ابراهيم الدسوقي ابو الليل، العقد والإرادة المنفردة ، جامعة الكويت ، الطبعة الأولى ، 1995م ، ص104.

ويرى بعض الفقهاء: أن العرض الموجه للجمهور ، لا يمكن إعتباره إيجاباً صحيحاً، إلا إذا تضمن تحديداً دقيقاً للسلعة ، والثلث ، والعناصر الأساسية للتعاقد ، تحديداً نافياً للجهالة ، وإلا فإن الأمر لا يعدو أن يكون مجرد دعوة للتعاقد.

وخلاصة القول كما يراه البعض: أن العرض الموجه إلى الجمهور، عبر شبكة الإنترنت لا يعدو أن يكون مجرد دعوة للتعاقد ؛ وهو ما يتفق مع طبيعة عقود المعاملات الإلكترونية ، ومستلزماتها ؛ فالطرف الذي يعلن عن رغبته في طلب السلعة ، أو الخدمة بطريقة إلكترونية ينشئ من نفسه الطرف الموجب ، والبائع في المحل الافتراضي ، أو الإلكتروني بإرسال رسالة بالقبول ، ليصبح هو الطرف القابل

، فالتاجر غير ملزم قانوناً بإبرام العقد ؛ حتي يقبل هذا الإيجاب حيث أنه يمكنه إستلام مئات الرسائل الإلكترونية بالموافقة علي طلب الشراء ؛ دون أن تتوفر لديه كل الكمية المطلوبة ، أو تكون لديه ، ولكن بأسعار أعلى مما كانت عليه وقت الإعلان . زهر بن سعيد ، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية ، ص 69.

#### الشروط الواجب توافرها في الإيجاب الإلكتروني:

ويشترط في الإيجاب الإلكتروني ؛ كما هو الحال في الإيجاب التقليدي أن يكون جازماً ، ومحددًا ، أوبتاً ، ولارجعة فيه ، بمعنى أن تتجه نية الموجب إلى إبرام العقد ، بمجرد إقتران القبول به. د. ابو زر الغفاري بشير، العقد والإرادة المنفردة ، ص 14. والمصدر السابق ، ص 69.

وبذلك يجب أن يتضمن الأيجاب الإلكتروني الشروط الآتية:

1- تحديد شخصية الموجب العارض ؛ أي أن يعلم المستهلك بكافة بيانات الموجب التي تحدد شخصيته بطريقة قاطعة.

ولقد فرضت المادة (8-12) من تقنين الإستهلاك الفرنسي الصادر بمرسوم رقم (741) لسنة (2001) في 23 أغسطس من عام 2001 علي الموجب ، أو المحترف ، بأن يدلي بكافة البيانات ؛ التي تحدد شخصيته بوضوح ، لا غموض فيها للمستهلك ، مثل: إسم الشركة ، وطبيعتها القانونية ، وعنوانها ، ومقرها الرئيسي إذا كان لها فروع ، وتوضيح أنه مسؤول عن الإيجاب المعلن ، وإلإعوقب الموجب بالغرامة عند إخلاله بتنفيذ هذا الإلتزام . د. فيصل محمد كمال عبد العزيز ، الحماية القانونية لعقود التجارة الإلكترونية ، مرجع سابق ، ص 221.

2- وصف السلعة ، أو الخدمة محل التعامل:

يتعين علي الموجب وصف المنتج ، أو الخدمة محل العقد ، وصفاً دقيقاً يتحقق بموجبه علم المستهلك ؛ بمحل العقد علماً كافياً نافياً للجهالة حيث تلزم المادة (101-111) من تقنين الإستهلاك الفرنسي الموجب "التاجر" بتبصير المستهلك بالخصائص الأساسية للسلعة ، أو الخدمة محل التعامل ، و بالثمن ، و الشروط العامة للبيع ، والتاريخ المحدد للتسليم الخدمة ، أو السلعة. د. زهر بن سعيد ، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية ، مرجع سابق ، ص 70 .

## 3 - ثمن السلعة ، أو مقابل الخدمة:

يشترط في الإيجاب الإلكتروني الإعلان ، وقت صدوره أن يتضمن تحديد المقابل النقدي - الثمن - لكل منتج ، أو لكل خدمة ، وفقاً لمحل هذا الإيجاب وبيان مصاريف الشحن ، والضرائب الممكنة ، وخدمات مابعد البيع ، ومدة الضمان . د. زهر بن سعيد ، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية ، مرجع سابق ، ص 70 .

4- فترة سريان الإيجاب: في الواقع أن الحالة التي يقترن فيها الإيجاب بوقت معين هي التي نقصد بها فترة "سريان الإيجاب" وتحديد الإيجاب ، مرهون بإرادة الموجب حيث نص قانون المعاملات المدنية لسنة السوداني 1984 على ذلك: م38 فقرة1، من قانون المعاملات المدنية السوداني ، لسنة 1984م .

(إذا عين ميعاد للقبول إلّزم الموجب بالبقاء علي إيجابه إلى ، أن ينقضي هذا الميعاد) ؛ وعلي هذا النحو أيضاً نص القانون المدني المصري. م92 ، من القانون المدني المصري ، لسنة1948.

وبخصوص العقد الإلكتروني الذي يتم مباشرةً عبر الإنترنت ، فينبغي الخروج من هذه القاعدة العامة ، بأن يتم إلّزام الموجب أن يحدد الوقت اللازم لصلاحيّة إيجابه ، وأن يقوم بإعلام المستهلك بهذا الوقت ؛ وللموجب في الإيجاب الإلكتروني ، كما في الإيجاب التقليدي الرجوع عن إيجابه ، ويكون ذلك بسحبه من موقع عرضه علي شبكة الإنترنت ، بشرط أن يعلن عن رغبته في الرجوع عن الإيجاب إذا لم يكن مقترناً بأجل. د. مراد محمود يوسف مطلق ، التعاقد عن طريق وسائل الإتصال الإلكتروني ، مرجع سابق ، ص129.

## القبول الإلكتروني

نص قانون المعاملات المدنية السوداني لسنة 1984 : ( يتم التعبير عن القبول بكل الوسائل التي يعبر بها عن الإيجاب .) م 35 ، من قانون المعاملات المدنية السوداني ، لسنة 1984 .

وتذكراً لما سبق يمكن أن يكون التعبير صريحاً : ( باللفظ ، والكتابة ، والإشارة المتداولة عرفاً ولو من غير الآخرس ، وبالمبادلة الفعلية الدالة على التراض ، وأي موقف لا تدع ظروف الحال شكاً في دلالة على حقيقة المقصود)

كما يمكن أن يكون التعبير عن القبول ضمناً ، يستشف من ظروف الحال ، ومن الوقائع التي تحيط بالتعاقد ، إذا لم يشترط القانون ، أو يتفق الأطراف على غير ذلك. أما القبول في عقد المعاملات الإلكترونية ، فإنه لا يخرج عن مضمون هذا المفهوم سوى أنه يتم عبر وسائط إلكترونية ، من خلال شبكة الإنترنت ، وغيرها ، فهو قبول عن بُعد ، لذلك فهو يخضع لذات القواعد ، والأحكام العامة التي تنظم القبول التقليدي ، وإن كان يتميز ببعض الخصوصية ، التي ترجع إلى طبيعته الإلكترونية .

والفرق بين القبول الإلكتروني والقبول التقليدي: فالقبول الإلكتروني يتم باستخدام وسيط إلكتروني ، من خلال شبكة الإنترنت ، وهذه الميزة تجعله يحتاج إلى عدد كبير في جوانبه من البحث .

قانون المعاملات الإلكترونية السوداني نص ما لم يتفق طرفا العقد على غير ذلك يعتبر القبول: م ، من قانون المعاملات الإلكترونية السوداني ، لسنة 2007 .

1- قد صدر عبر رسالة البيانات وقت دخولها لنظام معلومات ، لا يخضع لسيطرة منشئ الرسالة ، أو من ينوب عنه .

2- قد أستم بواسطة المرسل إليه عند دخول رسالة البيانات لنظام معلومات سبق ، وإتفق بين طرفي العقد على استخدامه ، أو دخل نظام معلومات للمرسل إليه .

هذا النص يدل على جواز التعبير عن القبول عبر الوسائل الإلكترونية ، وأن القبول الإلكتروني لا يختلف عن القبول التقليدي ، إلا في الوسيلة المستخدمة ، وهي الوسيلة الإلكترونية .

ولا يشترط أن يصدر القبول الإلكتروني في شكل خاص ، أو وضع معين ، فيصح أن يصدر عبر وسائط إلكترونية ، أو من خلال الطرق التقليدية للقبول ، وذلك ما لم يكن الموجب قد إشتراط أن يصدر القبول في شكل معين ، ومثال على ذلك: إذا إشتراط التاجر الإلكتروني في عقد البيع ؛ أن يكون القبول عن طريق البريد الإلكتروني ، أو عن طريق ملاً الإستمارة الإلكترونية ، المعدة سلفاً ، أو المبينة على الموقع ، فإذا أرسل المستهلك قبوله في شكل آخر ، كأن يرسله بالبريد التقليدي ، أو بالفاكس ، أو بالاتصال تلفونياً ، فإن هذا القبول لا يكون صحيحاً ، ولا ينعقد به العقد ومن التشريعات التي إشتطت تقديم القبول بنفس الطريقة التي وصل بها الإيجاب القانون

التجاري الأمريكي الموحد U22 " Uniform commercial cod " حيث جاء نص المادة 2/206 على أن: ( التعبير عن الإرادة في القبول يتم بذات طريقة عرض الإيجاب) وبالتالي إذا أرسل الإيجاب عن طريق البريد الإلكتروني ، أو عبر الموقع ؛ فيجب على القابل ، إن قبل التعاقد ، أن يعبر عن القبول بذات الطريقة التي وصل بها الإيجاب. د. خالد ممدوح ، إبرام العقد الإلكتروني ، مرجع سابق ، ص 268 .

وإذا لم يحدد الموجب وسيلة لإرسال القبول ؛ فطبقاً للقانون النموذجي : فإن الرسالة الإلكترونية المتضمنة القبول ، يجب إرسالها إلى نظام المعلومات التابع للموجب ، والذي يكون عادة صندوق البريد الإلكتروني الخاص به ، أو إرسال القبول بذات الطريقة التي أرسل بها الإيجاب. د. خالد ممدوح ، إبرام العقد الإلكتروني ، مرجع سابق ، ص 268

أما في القانون السوداني "المعاملات الإلكترونية لسنة 2007 " له نصان يحملان المعنى سابق الذكر:

الأول : تعتبر رسالة البيانات وسيلة :

أ. للإعلان عن تقديم خدمة .

ب. للتعبير كلياً ، أو جزئياً عن الإرادة لإبداء الإيجاب ، والقبول بقصد إنشاء التزام تعاقدي. م3 ، من قانون المعاملات الإلكترونية السوداني ، لسنة 2007 .

الثاني : يجوز لطرفي العقد أن يتفقا على أن يكون العقد صحيحاً ، وناظراً إذا تم التعبير عن الإرادة جزئياً ، عبر رسالة البيانات .م4 فقرة 2 ، من قانون المعاملات الإلكترونية السوداني ، لسنة 2007.

هذان المعنيان يدلان على جواز القبول عبر الوسيلة الإلكترونية ، إذا صدر الإيجاب عبر الوسائل الإلكترونية ، أو كان الإيجاب عبر الوسائل التقليدية ، كما يمكن أيضاً أن يكون القبول عبر الوسائل التقليدية ، مع أن الإيجاب عبر الوسائل الإلكترونية ، ولم يضع القانون السوداني أي قيود تعيق ، أو تحد من مبدأ سلطان الإرادة ، وإنما جعل الحرية المطلقة للمتعاقدين ، أن يعبرا عن إرادتهما ، بالوسيلة التي تتناسب مع كل متعاقد ، وهذه محمودة في القانون السوداني .



وأيضاً نخلص إذا كان الإيجاب بوسيلة إلكترونية معينة ، كالبريد الإلكتروني ، هل يشترط أن يكون القبول بنفس الوسيلة عبر البريد الإلكتروني ، أم ممكن أن يكون بوسيلة إلكترونية أخرى ؟ نستنتج من النص السوداني ، الإجابة عن هذا السؤال ، حين ذكر "رسالة البيانات" ، دون أن يذكر أي وسيلة من وسائل الاتصال ، وكأنه يشير إلى جواز التعبير عن الإرادة بأي وسيلة ؛ ما لم يتفق الأطراف على تحديد وسيلة معينة يتم بها التعبير عن إرادة القبول ، وأنا اعتبر هنا أن المشرع حالفه الصواب ، أو وفق في ذلك ، والحمد لله.

### العقدان في التعاقد الإلكتروني

العقد الإلكتروني :- كغيره من العقود يجب أن تتوفر في عاقيه الأهليه حتى يكون العقد صحيحاً . وبعد إكمال التعاقد الإلكتروني ، إذا تبين أن أحد المتعاقدين ناقص الأهليه ، أو فاقدها ، فإن ذلك يؤثر علي صحة التعاقد .

وبعض شراح القوانين عرضوا بعض الحلول لمعالجة موضوع الأهلية نناقشها على النحو التالي :-

يرى بعضهم : أن الحل هو اعتماد نظام قانوني : يفيد التحقق من شخصية أطراف العقد ، عن طريق تفعيل الوسائل التي ينص عليها القانون ، للتحقق من شخصيه ، كشعار الشركه ، أو العلامة التجارية ، أو غير ذلك من الوسائل ، التي تفيد قطعاً في التحقق من الشخصيه. د .اسامة احمد بدر ، حماية المستهلك في التعاقد الإلكتروني ، دار النهضة العربية ، بدون ناشر ، ص162.

وبهذا نلاحظ تقنين الاستهلاك الفرنسي : بالنسبه للعقود عن بعد على المورد ، أن يضمن عرضه بيانات تتعلق بتحديد شخصيتهم ، مثل : اسم المنشأة ، وعنوانها ، والبريد الإلكتروني ، كما ألزم المستهلك بتغذية بيانات التعريف الشخصية.الماده2، البند 18 ، من القانون الإستهلاكي الفرنسي.

كما يرى البعض الآخر: اللجوء إلى سلطات الإشهار: التي هي عبارة عن طرف ثالث محايد ، وموثوق فيه من كلا الطرفين ، سواء كانت هيئة عامة ، أو خاصة تنظم العلاقات التعاونية بين الطرفين، فتقوم بتحديد هوية الطرفين ، وأهليتهم القانونية ، عن طريق إصدار شهادات ، تثبت حقائق معينة متعلقه بالتعاقد الإلكتروني د.عايض راشد

عايض المري ، مدى حجية الوسائل التكنولوجية الحديثة في إثبات العقود التجارية ، رسالة دكتوراة حقوق القاهرة ، 1998 ، ص100.

وهي مايعرف بمهنة الموثق الإلكتروني native - electronique وهو عبارة عن وسيط محايد ، ومستقل ، وموثوق فيه. د.عادل أبو هشيمة محمود حوته ، عقود خدمات المعلومات الإلكترونية في القانون الدولي الخاص ، مرجع سابق ، ص195. وهذا الأخير هو الرأي السديد خاصة إذا كانت جهة إقليمية ، أو عالمية على أن يكون لها فرع في كل دولة ، كل من أراد التعاقد الإلكتروني أن يكون مسجلاً لدى هذا الفرع بكل بياناته ، ومن ضمنها التعرف على أهليته ، وقانون المعاملات الإلكترونية السوداني لسنة 2007م ، لم ينص على معالجة مشكلة الأهلية ، ولكن نجد في نصوصه مايستخلص كحل لهذا الإشكال ؛ نص تحت مسمى اللجنة ، ومقرها والإشراف عليها.

تنشأ لجنة تسمى اللجنة القومية للمصادقة الإلكترونية ، وتكون لها شخصية اعتبارية. م14، من قانون المعاملات الإلكترونية السوداني ، لسنة 2007 . وحددت الفقرة (2) أعضاء اللجنة . والفقرة (3) مقر اللجنة.

هذا النص يوضح إنشاء لجنة يكون اختصاصها إعطاء الترخيص لجهات معينة ؛ هذه الجهات تقوم باعتماد التوثيق الإلكتروني . ونص أيضاً تحت مسمى اختصاص اللجنة منها مايلي (...تسهيل تبادل المعلومات ، مع أطراف أجنبيته بموجب اتفاقيات تبرمها ، مع تلك الأطراف ، بغرض تبادل الإعتراف بالشهادات الصادرة في السودان ، وفي الدول الأخرى ...) وأيضاً نص في ذات المادة (...تحديد الجهات الخارجية المماثلة ، بغرض التعامل معها في قبول الشهادات الصادرة من الجهات المحلية المرخص لها) م15، من قانون المعاملات الإلكترونية السوداني ، لسنة 2007م.

وكذلك أورد تحت مسمى واجبات الشخص ، أو الجهة المرخص لها نذكر منها بعض الفقرات (...أن يقوم ببذل العناية اللازمة لضمان دقة ، واكتمال كل مايقدمه من بيانات جوهرية ، ذات صلة بالشهادة التي يصدرها ، وأن يوفر الوسائل اللازمة التي

تمكن الطرف الذي يعتمد على خدماته من التأكد من هوية مزود خدمات التصديق وأن لديه السيطرة التامة على أداة التوقيع المشار إليها في الشهادة... وأيضاً (أن يحتفظ بكل المستندات المتعلقة بالأشخاص المتعاملين معه...) م14، من قانون المعاملات الإلكترونية السوداني ، لسنة 2007 .

هذه النصوص ، وغيرها من النصوص في هذه المواد كلها تساعد علي التحقق من الأهلية ، وهوية الطرف الآخر الذي يريد أن يجري عقود عبر الإلكترونيات . ومفادها أن كل من أراد أن يجري تعاقدات ، لابد أن يكون له شهادة تسمح له بالتعامل الإلكتروني ، وتعطى من "الجهة المرخص لها من اللجنة بإعطاء التوقيعات" بتوقيع معين ، ومخصص لا يعطى لغيره . وهذا التوقيع لا يعطى له ، إلا بعض الاستعلام من كل مستنداته ، وأهليته ، وغيرها من الأشياء التي تتعلق بضوابط التعامل عبر الإلكترونيات ، وبذلك نعتقد من هذه الاستنتاجات أن القانون قد وفق في ذلك ، وحل مسألة كبيرة ، وهي: مسألة الأهلية ، لذلك على كل من يتعامل مع أي شخص في السودان من جميع أنحاء العالم عبر الإلكترونيات ، أن يكون مطمئناً من ناحية الأهلية ، لأن أي شخص يتعامل عبر الإلكترونيات معه توقيع إلكتروني ، وشهادة بممارسة العمل الإلكتروني ، صادرة من الجهة المرخصة لها بمزاولة إصدار الشهادات ، والتواقيع ، وأي شخص ليس له توقيع ، وليست له شهادة صادرة من الجهة المرخص لها ، لايجوز التعامل معه لأنه مشكوك الأهلية.

#### عيوب الإرادة في عقود المعاملات الالكترونية

الإكراه في عقود المعاملات الإلكترونية : في اللغة هو : (حمل الغير علي أمرٍ ، لا يرضاه قهراً .) في إصطلاح الفقهاء: حمل الغير على أن يفعل ما لا يرضاه ، ولا يختار مباشرته ، لو ترك نفسه . وحكمه : أنه يعدم الرضا ، ويفسد الاختيار (ويجعل العقد باطل ، يعدم الإرادة )

يري البعض أن الإكراه مستبعد في التعاقد الإلكتروني ، والعلة في ذلك أن التعاقد الإلكتروني يتم بين طرفين يفصل بينهما مكان ، ويجمعهما مجلس عقد حكمي ، وليس حقيقيا. د. محمد حسين منصور ، المسؤولية الإلكترونية ، مرجع سابق ، ص75.

ولكن ممكن تحقق الإكراه علي عقود التجارة الإلكترونية ، وهناك أمثلة كثيرة إفتراضية يمكن أن نتصورها علي النحو التالي: مثلاً أحد الذين يعطون ، أو يملكون أداة التشفير ، أن يهدد أحد العملاء إذا لم يتم التوقيع علي عقد القرض المرسل عبر شبكة الإنترنت سيسحب جميع حسابه ، فيختار المستكره أهون الشرين ، وهو أن يمضي علي عقد الغرض اذا كانت قيمته اقل.

الغلط في عقود المعاملات الالكترونية : هو الغلط الواقع في المعقود عليه في جنسة ، أو وصفه وهو: ( وهم ينشأ في ذهن المتعاقد ويرى الأمر علي غير حقيقته كأن تكون هنالك واقعة صحيحة يتوهم عدم صحتها أو واقعة غير صحيحة يتوهم صحتها) المذكرة التفسيرية ، لمشروع القانون المدني ، السوداني ، لسنة 1971 ، ج 1 ، ص154.

وعيب الغلط في التعاقد الإلكتروني أمر متصور الحدوث ، فمثلاً : قد يتوهم أحد المتعاقدين أن الطرف الآخر معروف لديه ، والذي يقدم منتجات تصنع بطريقة يدوية وأنه يرغب في التعاقد معه لمهارته ، وخبرته، ثم يتضح أن المتعامل معه شخص غير معروف ، لتشابه الأسماء، أو لتشابه موقع الإنترنت الذي يعرض نفس السلعة فهنا يمكن المطالبة بإبطال العقد ، ومثال ذلك أيضاً: أن يطلب شخص إستئجار سيارة من أحد الشركات العالمية ، من مواقع الويب المحدد لها علي الإنترنت ، فتقوم الشركة بإرسال السيارة المطلوبة ، ومعها عقد الملكية على أساس أنه عقد بيع ، فهنا يعد العقد باطلاً للغلط في طبيعة العقدين. د. خالد ممدوح ، إبرام العقد العقد الإلكتروني ، مرجع سابق ، ص144.

وأكثر وقوعاً الغلط الذي يعيب الإرادة ، كحالة الغلط في إبلاغ الرسالة الإلكترونية ، أو في الإعلان عبر شبكة الإنترنت ، مثال :أن يعرض تاجر في إعلانه أنه يبيع سيارات من نوع معين بمبلغ (100,000ج) للسيارة الواحدة ، ولكن يقع تحريف في الرسالة الإلكترونية ، فيظهر الإعلان علي موقع الإنترنت بمبلغ (10,000) ، ونرى أن هذا الغلط حقاً في الكتابة ، وفي الأرقام ، ولا تأثير عليه حسب النصوص العامة. د. خالد ممدوح ، إبرام العقد العقد الإلكتروني ، مرجع سابق ، ص145.

فهنا الخطأ الذي وقع في النقل ، لذلك لا ينعقد العقد لعدم تطابق الإرادتين. المصدر نفسه ، ص145.

ولكن يجب تصحيح هذا الخطأ، فإذا صحح الخطأ ، وتطابقت الإرادتان جازاً أن يتم التعاقد.

التدليس في عقود المعاملات الالكترونية :هو إغراء العاقد وخديعته ، ليقدم على العقد ظاناً أنه في مصلحته ، والواقع خلاف ذلك. د. وهبه الزحيلي ، الفقه الإسلامي وأدلته ، مرجع سابق ، ج4 ، ص14.

أما التدليس في التعاقد الإلكتروني: يتمثل في الكذب في الإعلانات ، والدعاية الإلكترونية للمنتجات ، والخدمات ، إذا تجاوزت حد العرف ، وكان مؤثراً في إرادة المدلس عليه ، دافعاً إلى التعاقد ، والمدلس يكون له الحق في طلب إبطال العقد. فالمشتري في التعاقد الإلكتروني ، لا يتمكن من معاينة الشيء المبيع كما في التعاقد التقليدي ، وإنما ينظر إلى الشيء المبيع من خلال الكمبيوتر ، ولذلك يرى البعض أنه في حالة عقد البيع الإلكتروني ، إذا قام البائع بخداع المشتري ، عن طريق استخدام الحيل التكنولوجية، في عرض المنتج ، أو الخدمة ، فإنه يجب إبطال العقد للغش ، فالغش يفسد كل التصرفات. د. ممدوح محمد خيرى هاشم ، مشكلات البيع الإلكتروني عن طريق الإنترنت في القانون المدنى ، مرجع سابق ، ص143.

وكذلك القضاء الفرنسي : قد أتاح للمستخدم في مجال برامج الكمبيوتر ، أن يطلب إبطال العقد بسبب التدليس الناجم عن كتمان مورد البرامج للمعلومات ، التي كانت تتيح له حسن إختيار البرنامج ، والتعاقد ، بالتالى فى ضوء إرادة واعيه ، ومبصرة د. خالد ممدوح ، إبرام العقد الإلكتروني ، مرجع سابق ، ص141.

وكذلك ممكن أن يكون التدليس الإلكتروني سلبياً ، أى عن طريق الكتمان العمدى ، وكذلك ممكن أن يتحقق بكتمان جزء من المعلومة الكاملة . د. نبيلة إسماعيل رسلان ، المسؤولية فى مجال المعلوماتية والشبكات ، ط جامعة طنطا ، ص254.

ومثال على ذلك : إخفاء صلاحيات الأدوية ، والأغذية ، وغيرها ، فإنه يكون قد حبس جزء من المعلومة ، مما يعتبر معه تدليساً، والتدليس ، والغش في التعامل الإلكتروني أكثر شيوعاً ، ومن أهمها إستعمال العلامة التجارية لشخص آخر ، وتعتمد

نشر بيانات ، ومعلومات غير صحيحة على الموقع عن سلع ، أو خدمات ، بقصد ترويجها ، أو استخدام اسم نطاق Domain-name غير مملوك له ، وكذلك من أشهر انواع التدليس ، إنشاء موقع وهمي على الإنترنت ، وبنوك وهمية وغيرها. حازم الصمادي ، المسؤولية في العمليات المصرفية الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع الأردن ، الطبعة الأولى ، 2003 ، ص 75.

جهات التوثيق الإلكتروني ، ومقدم التوثيق هي: الجهات المنوط بها الحد من ظاهرة الغش ، والتدليس في التعاقد الإلكتروني ، والتأكد من مدا جدية هذه الإرادة ، ويكون ذلك على طريق قيام هذه الجهات ، بتعقب المواقع التجارية على الإنترنت للتحري عنها ، وعن جديتها ، ومصداقيتها في التعامل ، فإذا تبين لها عدم توافر الثقة ، والأمان في أحد المواقع ، فإنها تقوم بتوجيه رسائل تحذيرية للمتعاملين عبر الشبكة ، توضح فيها عدم مصداقية الموقع ، أو أن الموقع وهمي ، ولا وجود له ، وأن الموقع غير مسجل لدى المنظمة العالمية للملكية الفكرية wipo ، أو غير مسجل لدى إحدى شركات الإنترنت المكلفة بتسجيل أسماء النطاق Damien-name بالأسماء والأرقام icann. د.إبراهيم الدسوقي أبو الليل ، إبرام العقد الإلكتروني في ضوء أحكام القانون الإماراتي والقانون المقارن ، بحث مقدم إلي مؤتمر الجوانب القانونية والأمنية للتعاملات الإلكترونية ، المنعقد بدولة الامارات العربية المتحدة في الفترة الممتدة من 26 إلى 28 إبريل 2003 ، ص135.

قانون المعاملات الإلكترونية السوداني لسنة 2007 أغفل عن عيب التدليس ، كأغفاله عن عيوب الإرادة الأخرى ، وترك تنظيمها للقواعد العامة بخلاف ما عليه قوانين بعض الدول ؛ التي أدخلت الحماية الكافية في نصوصها لحماية المستهلك؛ كالقانون الفرنسي ، والقانون الأمريكي ، والتونسي للمعاملات الإلكترونية : نصا على أحقية المستهلك في إرجاع المنتج ، خلال المدة المحددة قانوناً. د. خالد ممدوح ، إبرام العقد الإلكتروني ، مرجع سابق ، ص143.

الغبين والغرر في عقود المعاملات الالكترونية:الغبين لغة : النقص ، والتغريير ، والخداع .وعند الفقهاء الغبن : أن يكون أحد العوضين غير متعادل مع الآخر، بأن

يكون أقل من قيمته ، أو أكثر منها . والتغريض: إيهام خلاف الواقع بوسائل مغرية .  
د. وهبه الزحيلي ، الفقه الإسلامي وأدلته ، مرجع سابق ، ص 1072.  
وعرف قانون المعاملات المدنية السوداني لسنة 1984 الغرر: (أن يخدع أحد المتعاقدين الآخر، بوسائل إحتيالية ، قولية، أو فعلية ، تحمله على الرضا ، بما لم يكن ليرضى به ، لو لا تلك الوسائل) م72، فقره1، من قانون المعاملات المدنية السوداني ، لسنة 1984م .

العقد الإلكتروني كغيره من العقود ، لا يؤثر الغبن عليه ، إلا في الإستثناءات سابقة الذكر ، ومن التشريعات العربية التي إهتمت بحماية المستهلك في هذا الصدد القانون التونسي للمعاملات الإلكترونية ونص على ذلك (يعاقب كل من إستغل ضعف ، أو جهل شخص في إطار عمليات البيع الإلكتروني، يدفعه للإلتزام حاضراً، أو أجلاً ، بأي شكل من الأشكال ، بخطية تتراوح بين 1000,1000 دينار، وذلك إذا من ظروف الواقعة ، أن هذا الشخص غير قادر على تمييز أبعاد تعهداته ، أو كشف الحيل ، أو الخداع المعتمدة بالإلتزام ، أو ثبت أنه كان تحت الضغط ، مع مراعاة أحكام المجلة الجنائية ) قانون المعاملات الإلكترونية التونسي لسنة 2000.

وما يتصور من هذا النص أن المشرع التونسي ، حاول حماية المشتري في عقد البيع الإلكتروني ، على أساس أن دفع المستهلك للتعاقد ، وإستغلال عدم مقدرته على تمييز تعهداته ، التي يلتزم بها ينطوي على غبن وفقاً للقواعد العامة ، أن الغبن يجعل العقد قابلاً للإبطال ، ألا أن المشرع التونسي قد رتب جزاءً جنائياً ، نظراً لأن الطرف الآخر إستخدم طرقاً ووسائل إحتيالية خدع بها المستهلك ، مما دفعه إلى التعاقد. د.

خالد ممدوح ، إبرام العقد الإلكتروني ، مرجع سابق ، ص 147.  
والقانون السوداني للمعاملات المدنية لسنة 1984، تناولة، وإعتبرة حالة من الحالات التي يعتبر فيها العقد موقوف النفاذ على الإجازة . م 87 ، من قانون المعاملات المدنية السوداني ، لسنة 1984م.

وهناك ثلاثة شروط من القواعد العامة إذا وجدت في العقد الإلكتروني يكون قد تم بإستغلال وتواطوء:

أولاً: أن تكون التزامات أحد الطرفين ، غير متعادلة ، مع ما حصل عليه من فائدة.

ثانياً : أن يستغل أحد المتعاقدين ، ضعفاً في المتعاقد الآخر، يؤدي به إلى إبرام العقد. ثالثاً: أن يقصد الطرف المتعاقد مع المغبون ، أن يستغل حاله ضعفه ، فلا يكفي مجرد العلم بطيش المغبون ،أو هواه ، أو حاجته ، أو عدم خبرته ، أو ضعف إدراكه بل لابد أن يكون قد إستغل هذا الضعف عمداً.

يمكن أن يكون الإستغلال على عديم الخبرة ، بالأجهزة الإلكترونية الحديثة ، وجهله بكيفية إستعمالها ، وخاصةً إذا كان مبتدئاً ، هنالك سهولة في خداعة بإستغلال هواه، وضعفه ، وعدم خبرته على الأشياء التي يجدها على مواقع الإنترنت ، إذا إنطبقت هذه الشروط سالفه الذكر، فإن العقد الإلكتروني يكون موقوف النفاذ على الإجازة للإستغلال.

ومأريد الإشارة اليه في مجمل عيوب الإرادة ، لم يتناولها قانون المعاملات الإلكترونية السوداني لسنة 2007، وإنما أحال كل ما يتعلق بها ، للقواعد العامة ، الموجودة في قانون المعاملات المدنية لسنة 1984 وشمل ذلك النص الذي أوردت قانون المعاملات الإلكترونية ، في حالة عدم وجود نص للواقعة معينة ، أحال الفصل فيها إلى ثلاثة قوانين ، من ضمنها قانون المعاملات المدنية لسنة 1984م. م 27، من قانون المعاملات الإلكترونية، السوداني، لسنة 2007م.

### ركن المحلل في عقود المعاملات الإلكترونية

محل العقد أو المعقود عليه : هو ماوقع عليه التعاقد ، وظهرت فيه أحكامه ، وآثاره ، وهو قد يكون عيناً ، غير ماليه كالمرأة في عقد الزواج ، وقد يكون منفعة ، كمنفعة الشيء المأجور في إجارة الاشياء من الدور ، والعقارات ، ومنفعة الشخص في إجارة الأعمال . د.وهبة الزحيلي ، الفقه الاسلامي وأدلته ، ج4 ، مرجع سابق ، ص 3018.

محل الإلتزام قانوناً : هو مايلتزم الطرف المدين بأدائه في العقد . المذكرة التفسيرية لمشروع القانون المدني ، لسنة 1971 ، ج1 ، ص 139 .



وتصور تطبيق الشروط المتعلقة بركن المحل في القواعد العامة علي التعاقد الإلكتروني علي النحو التالي :

1- أن يكون موجوداً ، أو قابلاً للوجود :

محل التعاقد يجب أن يكون موجوداً وقت التعاقد ، ويكفي وجود صورة له علي شبكة الإنترنت ، أو النظر إليه عبر البرامج الحديثة - كبرنامج (الواتساب) ، أو (الإسكاي بي ) ، وغيرها من برامج الفيديو - إذا لم يمكن مشاهدته ، وجب أن يوصف كتابةً ، أو شفاهةً ، وصفاً يمنع الجهالة الفاحشة ، والغرر.

2- أن يكون المحل معيناً ، أو قابلاً للتعين :

إشترطت بعض التشريعات الخاصة بالمعاملات الإلكترونية في غالب الدول بتعيين العقد المبرم ، عبر الوسائل الإلكترونية ، وهذا ما أكدته العقد النموذجي الفرنسي للتجارة الإلكترونية إلي ضرورة ذكر مسمي الأموال المعينة ، ومكوناتها ، وأبعادها ، وكمياتها ، وألوانها ، وسماتها الخاصة ، وغير ذلك من صفاتها الرئيسية ، وكذلك أشار إلي وجوب تحديد محل الخدمات المعروضة ، ومحتواها . الفقرة الأولى من البند الرابع من العقد النموذجي الفرنسي للتجارة الإلكترونية ، الفقرة الثانية من البند الرابع من العقد النموذجي الفرنسي للتجارة الإلكترونية .

وهو ما ذهب إليه كذلك قانون الإستهلاك الفرنسي ، والقانون المدني المصري ، وقانون المعاملات المدنية السوداني ، وقانون الإستهلاك المصري . م111 / 1 ، من قانون الإستهلاك الفرنسي . م419 ، من القانون المدني المصري ، لسنة 1948 . م6 ، من قانون حماية المستهلك المصري ، رقم 67 ، لسنة 2006 .

3- أن يكون مشروعاً : لا يختلف عقد المعاملات الإلكترونية عن مثيله العقد التقليدي ، وهذا يعني ضرورة أن يكون محل العقد مشروعاً ، ولا يكون مخالف للنظام العام والآداب العامة ، أو لنص قانوني . م78 ، من قانون المعاملات المدنية السوداني ، لسنة 1984.

**ركن السبب في عقود المعاملات الإلكترونية**

السبب في الفقه الإسلامي : هو المقصد الأصلي للعقد . د. سوار ، التعبير عن الإرادة ، ص534.

وعرفه القانون السوداني: هو الغرض المباشر المقصود من العقد م84 / 1، من قانون المعاملات المدنية السوداني ، لسنة 1984 .

والسبب يتحقق في العقد ، كنموذج نأخذ عقد البيع لماذا دفع المشتري الثمن ؟ السبب الحصول علي ملكية الشيء المباع ولماذا حول البائع ملكية الشيء المباع إلي المشتري ؟ السبب الحصول علي الثمن ، لا يختلف الحال في عقود المعاملات الإلكترونية ، عن عقود المعاملات التقليدية حيث يكون السبب أحد أركان العقد ، وتخلفه يؤدي إلي بطلانه ؛ ويشترط في السبب الإلكتروني نفس شروط السبب في العقد التقليدي - أن يكون موجوداً ، وصحيحاً بمعنى ألا يكون وهمياً ، أو صورياً ، كما يشترط أن يكون مباحاً ، وغير مخالف للنظام العام والاداب العامة ، وأن يكون مباحاً ؛ أي غير مخالف للقانون - لذا فإن كان طرفا العقد من جنسية واحدة ، فلا تتور مشكلة حيث أنهما يخضعان لقانون واحد ، ولكن تتور المشكلة عن اختلاف جنسية طرفي العقد ، ما هو القانون الواجب التطبيق ؟ وطبقاً لقواعد القانون الدولي الخاص ، يتم إختيار القانون الواجب التطبيق باتفاق الأطراف ، وعند عدم الاتفاق يتم اللجوء إلي قواعد الإسناد الموضوعية ، ويطبق إما قانون دولة محل تكوين العقد ، أو محل تنفيذه ، سواء كان التنفيذ خارج الخط " التسليم المادي " أو كان التنفيذ علي الخط ، كما يمكن تطبيق قانون دولة محل إقامة المدين ، ويبقى الأفضل دائماً للأطراف إختيار القانون الواجب التطبيق علي عقدهم ، حتي يمكن تجنب مشكلة تحديد القانون الواجب التطبيق . د.أحمد عبد الكريم سلامة ، القانون الدولي الخاص النوعي ، مرجع سابق ، ص16.

ويرى الباحث أن القانون لم يوفق في إختياره السبب كركن من أركان العقد ، لأن الركن هو مايعتمد عليه الشيء إعتماً كلياً ، وداخل في حقيقة الشيء ، والسبب هو الغاية المباشرة من التعاقد ... وهو اجابة سوءا لماذا دفع المشتري الثمن للبائع للحصول علي ملكية الشيء المباع ولماذا دفع البائع ملكية الشيء المباع الي المشتري للحصول علي الثمن وهذا امر يتأتى بعد تمام التعاقد وأرى أن الفقه الاسلامي وفق في إختياره لأركان العقد من الصيغة والعاقدان والمعقود عليه .

الإيجاب: (الم يتفق طرفا العقد علي غير ذلك يعتبر الإيجاب:

أ. قد صدر عبر رسالة البيانات عند إرسالها ، أو إدخاله في نظام معلومات لا يخضع لسيطرة منشئ الرسالة ، أو من ينوب عنه.

ب. قد أستملم بواسطة المرسل إليه عند دخول رسالة البيانات نظام معلومات سبق وإتفق بين طرفي العقد علي إستخدامه أو دخل نظام معلومات للمرسل إليه. م5 ، من قانون المعاملات الإلكترونية السوداني ، لسنة 2007.

يتميز العقد الإلكتروني عن العقد التقليدي في عدم الإلتقاء المادي للأطرافه ، ويتم عبر وسيلة إلكترونية سمعية بصرية ، والتباعد المكاني بين طرفي التعاقد - إذ يتواجدون في نفس الدولة ، أوفي دول مختلفه ، ويكون مثبتاً علي دعائم مادية إلكترونية ، غير ورقية.

#### النتائج:

1. لم يعرف قانون المعاملات الإلكترونية السوداني العقد الإلكتروني ، وإنما تركه للقواعد العامة ، وتوصلت إلي تعريف للعقد الإلكتروني هو : إرتباط الإيجاب بالقبول عبر رسالة البيانات التي يتبادل فيها المتعاقدان التعبير عن إرادتين متطابقتين علي وجه يثبت أثره في المعقود عليه ، ويترتب عليه إلتزام كل منهما بما وجب عليه للآخر.

2. يتميز العقد الإلكتروني عن العقد التقليدي في عدم الإلتقاء المادي للأطرافه ، ويتم عبر وسيلة إلكترونية سمعية بصرية ، والتباعد المكاني بين طرفي التعاقد — إذ يتواجدون في نفس الدولة ، أوفي دول مختلفه ، ويكون مثبتاً علي دعائم مادية إلكترونية ، غير ورقية .

3. شروط صحة التراضي في عقد المعاملات الإلكترونية هي نفسها الواردة في الفقة الإسلامي ، والقواعد العامة .

4. مجلس العقد الإلكتروني يكون بين حاضرين زماناً ، واتفق علي الزمن العالمي " قرينتس " ، وغائبين مكاناً ، إلا في حالة التعاقد غير اللحظي ؛ حيث يكون بين غائبين زماناً ، ومكاناً .

5. توصلت إلي جواز عقد الزواج عبر الإلكترونيات — عبر وسائلها المختلفة ؛ إذا وضعت الضوابط المقترحة في ثنايا البحث ، وفقاً لأراء بعض الفقهاء المعاصرين ، والقواعد الفقهية العامة للمعاملات التقليدية عند فقهاء السلف.
6. صلاحية السكوت للتعبير الإلكتروني قبولاً ، أرفضاً في التعاقد الإلكتروني حسب الأحوال إذا كانت طبيعة المعاملة ، أو العرف التجاري ، أو كان هنالك تعامل سابق بين المتعاقدين ، أو إتفاق صريح بينهم .
7. الطفرة الإلكترونية ممكن أن تؤثر علي الإرادة ، وتحدث بعض العيوب التي تؤثر علي العقد الإلكتروني ، وهي التدليس ، والغلط ، والإستغلال ، والغبن ، والإكراه بمفهوم إلكتروني . أوصي بإدخال تعريف شامل للعقد الإلكتروني في قانون المعاملات الإلكترونية السوداني يتناسب مع طبيعته الإلكترونية ، ويكون أكثر شمولاً لمعني العقد الإلكتروني ، وما يميزه عن العقد التقليدي ، مقترح تعريف هو إرتباط الإيجاب الصادر من أحد المتعاقدين بقبول الآخر علي وجه يثبت أثره في المعقود عليه بوسائل الكترونية.

#### التوصيات:

1. أوصي بإدخال نصوص واضحة تنظم صحة التراضي الإلكترونية ، وحكم التعاقد الإلكتروني ، إذا تم من ناقص الأهلية ، أو فاقدها ، أو من شخص قليل الخبرة في التعامل الإلكتروني .
2. أوصي الفنيين ، والقائمين بأعمال التطوير الإلكتروني في السودان " وزارة الاتصالات " بتدريب التجار ، والمزارعين ورجال الأعمال ، والإهتمام بهم حتي يخرجوا من الأمية الإلكترونية ، ويدخلوا في التعامل الإلكتروني ، وتصميم مواقع لهم تكون محمية من قبل الدولة ، والجهات المختصة ، لعرض المنتجات السودانية ، والترويج لها.
3. أوصي بإدخال نصوص في قانون المعاملات الإلكترونية السوداني تنظم مجلس العقد الإلكتروني ، بتكييفه الفقهي الحديث ذكرناه في ثنايا البحث .
4. إدخال نصوص تنظم متي يعتد بسكوت القابل في التعامل الإلكتروني قبول.

5. إدخال ضمانات في نظام المعاملات الالكترونية تتعلق بتنفيذ العقد الالكتروني لكسب ثقة الاطراف للاجراء التعامل الالكتروني.

### المراجع:

- 1 - د. جابر عبد الهادي سالم الشافعي ، مجلس العقد في الفقه الإسلامي والقانون الوضعي ، دار الجامعة الجديدة الإسكندرية ، 2001، ص238.
- 2- د. وهبة الزحيلي ، الفقه الاسلامي وأدلته ، دار الفكر، دمشق ، 2007، ج4 ، ص 2951.
- 3- د . وحيد سوار ، التعبير عن الإرادة في الفقه الإسلامي ، طبعة الجزائر ، ص118.
- 4- منير محمد الجنيهي ، ممدوح محمد الجنيهي ، الطبيعة القانونية للعقد الإلكتروني ، ص152.
- 5- د. محمود حمودة صالح ، إشكالات العقود الإلكترونية ، مجلة الشريعة والدراسات الإسلامية ، تصدر عن كلية الشريعة والدراسات الاسلامية بجامعة إفريقيا العالمية ، السودان ، نصف سنوية ، العدد الثامن عشر 2011 ، ص148،149.
- 6- قانون الأونسيترال النموذجي للتجارة الإلكترونية ، لسنة1996.
- 7- قانون المعاملات الإلكترونية السوداني ، لسنة 2007 .
- 8- قانون المعاملات المدنية السوداني ، لسنة 1984م.
- 9- القانون المدني المصري ، لسنة 1948.
- 10- المذكرة التفسيرية لقانون المشروع المدني ، السوداني ، لسنة 1971م.
- 11- د. فيصل محمد كمال عبد العزيز، الحماية القانونية لعقود التجارة الإلكترونية ، رسالة دكتوراة بكلية الحقوق جامعة القاهرة 2008.
- 12- د. مراد محمود يوسف مطلق ، التعاقد عن طريق وسائل الإتصال الإلكترونية ، رسالة دكتوراة حقوق عين شمس ، 2007.
- 13- د. محمد شفيق ، إتفاقية الأمم المتحدة بشأن البيع الدولي ، دار النهضة العربية ، لسنة 1988م.

- 14- د. رجب كريم عبد الله ، التفاوض علي العقد ، رسالة دكتوراة ، حقوق عين شمس ، لسنة 2000.
- 15- د.ابراهيم الدسوقي ابو الليل، العقد والإرادة المنفردة ، جامعة الكويت ، الطبعة الأولى ، 1995م.
- 16- زهر بن سعيد ، النظام القانوني لعقود التجارة الإلكترونية.
- 17- د.ابو زر الغفاري بشير، العقد والإرادة المنفردة.
- 18- د. خالد ممدوح ، إبرام العقد الإلكتروني.
- 19- د .اسامة احمد بدر، حماية المستهلك في التعاقد الالكتروني ، دار النهضة العربية ، بدون ناشر.
- 20- د.عايض راشد عايض المري ، مدى حجية الوسائل التكنولوجية الحديثة في إثبات العقود التجارية ، رسالة دكتوراة حقوق القاهرة ، 1998.
- 21- د.عادل أبو هشيمة محمود حوته ، عقود خدمات المعلومات الإلكترونية في القانون الدولي الخاص .
- 22- د. محمد حسين منصور ، المسؤولية الإلكترونية.
- 23- حازم الصمادى ، المسؤولية فى العمليات المصرفيه الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع الأردن ، الطبعة الأولى ، 2003.
- 24- د. نبيلة إسماعيل رسلان ، المسؤولية فى مجال المعلوماتية والشبكات ، ط جامعة طنطا.
- 25- د.إبراهيم الدسوقى أبو الليل ، إبرام العقد الإلكتروني في ضوء أحكام القانون الإماراتي والقانون المقارن ، بحث مقدم إلي مؤتمر الجوانب القانونية والأمنية للتعاملات الإلكترونية ، المنعقد بدولة الامارات العربية المتحدة في الفترة الممتدة من 26 إلي 28 إبريل 2003.

## محددات قياس ضريبة أرباح أعمال التجارة الالكترونية وأثرها في تحديد الوعاء الضريبي (دراسة ميدانية في ديوان الضرائب في السودان)

د. تماضر الصادق بابكر محمد

جامعة حفر الباطن - كلية الدراسات التجارية - قسم المحاسبة

د. نصرالدين حامد أحمد النور

جامعة الجوف - كلية الأعمال - قسم المحاسبة

د. عاصم حسن محمد جبرة

كلية السلام للغات والترجمة - استاذ المحاسبة المساعد

### المستخلص

هدفت الدراسة الى معرفة القصور في التشريعات الضريبية ، السلع والخدمات المتداولة في التجارة الالكترونية ، وتأثيرها في قياس وعاء ضريبة أرباح الاعمال لنشاطات التجارة الالكترونية ، تمثلت مشكلة الدراسة في وجود قصور في التشريعات الضريبية التقليدية ، صعوبة تحديد السلع والخدمات المتداولة الكترونيا ، إختبرت الدراسة الفرضيات الآتية ، الفرضية الأولى :عدم وجود تشريعات ضريبية تخص التجارة الالكترونية تؤثر في قياس وعاء ضريبة ارباح الاعمال ، الفرضية الثانية: طبيعة السلع والخدمات المتداولة في التجارة الالكترونية تؤثر في قياس وعاء ضريبة ارباح الاعمال ، إعتمدت الدراسة علي المنهج التاريخي ، التحليلي الوصفي ، والاستنباطي ، توصلت الدراسة الي نتائج أهمها : التعامل مع عمليات التجارة الالكترونية يتطلب لوائح واجراءات مختلفة عن التجارة التقليدية، صعوبة متابعة السلع والخدمات المتبادلة الكترونيا ، أوصت الدراسة بالآتي: تطوير التشريع الضريبي السوداني ليشمل التجارة الالكترونية ، إلزام المنشآت البائعة المكلفة بتحصيل ضريبة أرباح الاعمال بضرورة تقديم الإقرار الضريبي السنوي متضمنا الصفقات

الإلكترونية ، ربط الإدارة الضريبية وجميع الجهات ذات الصلة بالشبكة العالمية للإنترنت .

### Abstract

The study is aimed to examine the failure in tax legislation, current goods and services conducted by Electronic commerce as well as their effects on measuring tax base of business profit tax for Electronic commerce activities, The problem of the study indicated failure in the traditional tax legislation, hard to determine goods and services traded via e- Commerce, to deal with Electronic commerce, The following hypotheses are tested. The first hypothesis assumed lack of tax legislation concerning Electronic commerce effects on measuring tax base of business profit tax , second is related to the nature of goods and services carried out by Electronic commerce effects on measuring tax base of business profit tax , The historical method descriptive analysis and deductive approach are used by the study, The study's finding pointed out that dealing with Electronic commerce operations needs different regulation s and procedures from the traditional trade, hard to follow up goods and services traded by Electronic commerce. It is recommended to develop the Sudanese legislation tax including e- commerce and sales firms responsible for collecting business profits tax should submit annual tax declaration included Electronic commerce transactions, connected tax administration with all concerned parties via international network.

**الكلمات المفتاحية:** التجارة الإلكترونية: هي شكل من اشكال التبادل التجاري باستخدام شبكة الاتصالات بين الشركات وعملائها أو بين الشركات وبين الادارة العامة، **ضريبة أرباح الأعمال:** هي الضريبة التي تحتل الصدارة بالنسبة للضرائب المباشرة في السودان وتساهم بالجزء الأكبر من الإيرادات الضريبية وبها يتم تحقيق الأهداف الرئيسة التي من اجلها نشأ النظام الضريبي في السودان وتخضع لهذه الضريبة كل منشآت الأعمال، **وعاء الضريبة:** هو المال الذي تفرض عليه الضريبة أو هو المال الذي يحدده القانون كمصدر لضريبة معينة.



## أولاً: المقدمة:

تعتبر ضريبة ارباح الاعمال أحد أهم مظاهر التضامن الاجتماعي لما تلعبه من دورٍ أساسي في تحقيق المنفعة العامة وصولاً للعدالة الاجتماعية، كما تعتبر ضريبة ارباح الاعمال المصدر الرئيسي للإيرادات العامة للدولة. وبدأ مفهوم ضريبة ارباح الاعمال مع ظهور الروح الجماعية وتكوين المجتمعات وكانت تؤخذ من الأفراد على إنها مساهمة طوعية وليست إجبارية يقدمها الأفراد للحاكم بسبب نفع مباشر يتقاضاه دافع الضريبة وهي بذلك كأنت مقابل خدمة وثنماً لمنفعة وعند توسع رقعة المجتمعات وتزايد الخدمات التي تؤديها الحكومات للمجتمع برزت الحاجة إلى التمويل مما أدى إلى تحول ضريبة ارباح الاعمال إلى فريضة إلزامية.

ظهور التقنيات الحديثة للمعلومات والاتصالات ثم ظهور التجارة الالكترونية التي تتم عبر شبكة الإنترنت العالمية. وتطبيقاً لمبدأ العدالة درجت معظم الدراسات إلى السعي نحو تطوير التشريعات الضريبية بما يتلاءم مع التطورات التكنولوجية الحديثة وفرض ضريبة ارباح الاعمال على معاملات التجارة الالكترونية مبكراً لإتاحة الفرصة للإدارة الضريبية لاكتساب الخبرة من الواقع العملي والتعرف على المشكلات والصعوبات التي تواجههم عند تحصيل ضريبة ارباح الاعمال على المعاملات الالكترونية وعرضها حتى تتم دراستها وأيجاد الحلول لها.

## مشكلة الدراسة

تمثلت مشكلة الدراسة في وجود قصور في التشريعات الضريبية المستخدمة في ظل التجارة التقليدية مما يؤثر سلباً على قياس وعاء ضريبة أرباح الاعمال لنشاطات التجارة الالكترونية وحوجتها إلى المزيد من المراجعة والتحديث لأنها تعتمد أساساً على الوجود المادي والمستندات الورقية وحيث أنه من خلال التجارة الالكترونية تتم مزاوله التجارة عن بعد وإبرام الصفقات عبر الانترنت ، صعوبة قياس وعاء ضريبة ارباح الاعمال في التجارة الالكترونية لصعوبة تحديد السلع والخدمات المتداولة فيها بالاختصاص السلع والخدمات الغير ملموسة/ الرقمية.

كما يمكن ان تصاغ مشكلة الدراسة في التساؤلات الآتية:

- 1- هل يوجد قصور في تشريعات قياس وعاء ضريبة ارباح الاعمال ضريبة ارباح الاعمال في معالجة نشاطات التجارة الالكترونية ؟
- 2- هل هناك صعوبة في تحديد السلع والخدمات المتداولة في التجارة الالكترونية ؟

### أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة في:

#### الأهمية العلمية:

- 1- معظم الدراسات السابقة ركزت علي أهمية التجارة الالكترونية منفردة أو أهمية الضرائب بصورة منفردة وأن هذه الدراسة بالتحديد ركزت علي الجمع بين أهمية ضريبة ارباح الاعمال والتجارة الالكترونية بصورة مجتمعة.
- 2- ركزت الدراسة علي أهمية فرض ضريبة ارباح الاعمال علي التجارة الالكترونية ووضع دعائم المحاسبة الضريبية لها بالشكل الذي لايهدد الثقة أو العدالة الضريبية .

#### الأهمية العملية:

- 1- استعراض أهمية العدالة الضريبية وسط دافعي الضرائب سواء المتعاملين بالوسائل التقليدية او المستخدمين للانترنت كوسيلة للمعاملات التجارية.
- 2- معرفة أثر نوع السلع والخدمات المتداولة في التجارة الالكترونية على وعاء ضريبة ارباح الاعمال.

### أهداف الدراسة :

- تهدف الدراسة الي معرفة أثر القصور في التشريعات الضريبية على قياس وعاء ضريبة أرباح الاعمال لنشاطات التجاره الالكترونية .
- كما تسعى الدراسة الي تحقيق الأهداف التالية:
- 1- استعراض السلع والخدمات المتداولة في التجارة الالكترونية وأثرها على قياس وعاء ضريبة ارباح الاعمال.

2- معرفة أثر البنية التحتية لديوان الضرائب على عمليات قياس وعاء ضريبة ارباح الاعمال لنشاطات التجارة الالكترونية.

### فرضيات الدراسة

تختبر الدراسة الفرضيات التالية :

**الفرضية الاولى :** عدم وجود تشريعات ضريبية تخص التجارة الالكترونية تؤثر في قياس وعاء ضريبة أرباح الأعمال.

**الفرضية الثانية:** طبيعة السلع والخدمات المتداولة في التجارة الالكترونية تؤثر في عملية قياس وعاء ضريبة أرباح الأعمال .

**ثانياً: الدراسات السابقة**

### **1) S.Wenli Wang, 2000 (Control and Assurance for Electronic Commerce)**

تمثلت مشكلة الدراسة في الحاجة الماسة والمتزايدة لإيجاد طرق صارمة لتحقيق تصميم العمليات الرقمية وتطويرها لمواجهة التغيير في طريقة عمل الأسواق التجارية وتشغيلها بظهور نشاطات التجارة الالكترونية عبر الانترنت، هدفت الدراسة إلى استخدام الطرق الرياضية والحسابية لتمثيل وتحليل النظم التشغيلية، زيادة كفاءة الرقابة الداخلية التقليدية وأساليب التدقيق والتي تعتمد في معظمها على التحقق المادي واليدوي وليس التحقق الرقمي، اعتمدت الدراسة على أسلوب الاستبانة لجمع البيانات، توصلت الدراسة إلى نتائج منها أن تصميم آلية لضمان أن قواعد وسياسات أسواق التجارة الالكترونية تؤدي إلى النتائج المتوقعة من النظام. تطبيق تقنية الحوسبة الموزعة من الوكالة مثل جافا تؤكد صحة عمليات النظام في التنفيذ الفعلي. أوصت الدراسة بتطبيق الفكر الاقتصادي مثل تصميم آلية لضمان أن قواعد وسياسات أسواق التجارة الالكترونية محفزة ومتوافقة حيث تؤدي النتائج المتوقعة من النظام، تطبيق تقنيات حديثة للتأكد من صحة تصميم النظام وتنفيذه.

يتضح للباحثين بان هذه الدراسة تناولت اثر التجارة الالكترونية في تغيير طريقة عمل الاسواق التجارية بتحويلها من التقليدية الي الالكترونية بينما تختلف

دراستنا بانها تناولت الصعوبات التي تواجه فرض ضريبة ارباح الاعمال علي نشاطات التجارة الالكترونية .

## 2) Faramarz Daman Pour, 2001 (E-Business Ecommerce Evaluation Perspective and Strategy)

تمثلت مشكلة الدراسة في أن الأعمال الالكترونية تظل ظاهرة حصرياً على الأمم المتقدمة حيث تفتقر الدول النامية للنقود الالكترونية والمعرفة التكنولوجية التي تمكنها من المشاركة في هذا المجال. هدفت الدراسة إلى التعرف على أهمية التجارة الالكترونية وأنشطتها المختلفة وتطورها في السنوات الأخيرة ، توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها، أن التجارة الالكترونية تساعد في نجاح أي عمل تجاري في المستقبل، هنالك مؤسسات كثيرة قامت بتطبيق الأعمال الالكترونية دون أن تضع في الاعتبار التكاليف والمنافع المتعلقة بإستراتيجية تطبيق الانترنت حيث أن النتيجة لذلك زيادة احتمال الفشل، أوصت الدراسة بتعديل القوانين المحلية وخاصة بالنسبة للدول المنضوية تحت لواء منظمة التجارة العالمية.

يتضح للباحثين بأن هذه الدراسة تناولت أهمية التجارة الإلكترونية ودورها في نجاح الأعمال الإلكترونية والمكاسب التي تحققها الشركات التي تتعامل بها بينما تختلف دراستنا بأنها عرفت التجارة الإلكترونية من ناحية المفهوم والنشأة ومدى إمكانية فرض ضريبة ارباح الاعمال على نشاطاتها ومعرفة معوقات وكيفية معالجتها.

## 3) Sandra Henderson, 2002 (Is Auditor Participation in Developing Electronic Commerce System)

تمثلت مشكلة الدراسة في حوجة المنشآت لتطوير نظام التجارة الالكترونية لكي تظل قادرة على التنافس مع المنشآت الأخرى، حوجة نظام الرقابة الداخلية للتطوير لمواكبة التجارة الالكترونية، هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر ظهور التجارة الالكترونية على نظام المراجعة الداخلية وبالتالي الرقابة الداخلية ودور مدقي الحسابات في تطوير أنظمة التجارة الالكترونية وبالتالي تطوير نظام الرقابة الداخلية. إعتمدت الدراسة على المنهج التاريخي، الاستنباطي، الاستقرائي. توصلت الدراسة إلى أن البيانات التنظيمية تزداد ضعفاً مع التطورات الحديثة في التكنولوجيا وتزايد

استخدام نظم التجارة الالكترونية. أوصت الدراسة بضرورة تطوير إجراءات الرقابة الداخلية للمساعدة على حماية الأصول بمشاركة مراجع الحسابات في عملية تطوير النظام لضمان أن تكون إجراءات الرقابة الداخلية كافية. يتضح للباحثين بأن هذه الدراسة تناولت دور مدقق الحسابات في تطوير نظام الرقابة الداخلية لمواكبة ظهور التجارة الإلكترونية بينما تختلف دراستنا بأنها تناولت الصعوبات التي تواجه فرض ضريبة على نشاطات التجارة الإلكترونية ومعرفة أسبابها وكيفية معالجتها.

(4) دراسة، ظاهر شاھر يوسف القشي ، 2003م (مدى فاعلية نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق الأمن والتوكيدية والموثوقية في ظل التجارة الالكترونية).

تمثلت مشكلة الدراسة في فقدان السيطرة على المدخلات التي تأتي من التعامل بالتجارة الالكترونية عبر الأنترنت وتسرب بعض المعلومات المهمة يفقد المتعاملون مع الشركات ثقتهم بها، فقدان مخرجات النظام مصداقيتها إذا ما كانت مدخلات النظام غير صحيحة أو تم اختراقها من قبل الآخرين تجنب بعض الشركات من ربط أنظمتها المحاسبية بالتجارة الالكترونية بالرغم من المكاسب الكبيرة التي يمكن أن تحققها من خلال تلك الشبكة ، هدفت الدراسة إلى التعرف على المشاكل التي تواجه أنظمة المعلومات المحاسبية في ظل استخدام التجارة الالكترونية، وضع نموذج لنظام يربط بين نظام المعلومات المحاسبي والتجارة الالكترونية، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها، أن التجارة الالكترونية أثرت على جميع المجالات المهنية بشكل عام وعلى مهنتي المحاسبة والتدقيق بشكل خاص، التجارة الالكترونية تعمل في بيئة فريدة من نوعها بحيث أن جميع العمليات التي تتم من خلالها عمليات غير ملموسة، تفتقد لآلية التوثيق في أغلب مراحلها، صعوبة التحقق من الإيراد المتولد من عمليات التجارة الالكترونية، تفتقد تخصيص الضرائب على مبيعات وإيرادات عمليات التجارة الالكترونية، توفير كل من الأمن والموثوقية والتوكيدية لا يمكن تحقيقه إلا من خلال إنشاء وتطوير نظام ربط بين نظام الشركة المحاسبي وموقعها الالكتروني على شبكة الإنترنت، أوصت

الدراسة بالاعتماد على نموذج الربط بين نظام الشركة المحاسبي وموقعها الإلكتروني على شبكة الإنترنت، اعتماد جهة توثيق مؤهلة تكنولوجياً لتدقيق سياسات وإجراءات نظام الشركة المحاسبي المرتبط بالتجارة الإلكترونية، ضرورة إعادة النظر بنظرية المحاسبة وتحديث مفاهيمها لتنماشى مع التجارة الإلكترونية، إعادة هيكلة نظم التدريب والتعليم على جميع مستويات مهنتي المحاسبة والتدقيق، إعادة النظر بمعايير المحاسبة الدولية وصياغتها بشكل يتلاءم مع التغيرات التي أحدثتها التجارة الإلكترونية. يتضح للباحثين بأن هذه الدراسة عرضت المفاهيم المختلفة للتجارة الإلكترونية وتأثيرها على أنظمة المعلومات المحاسبية بينما تختلف دراستنا بأنها تناولت هيكل النظام الضريبي وإمكانية تطويره لمواكبة التطورات في التجارة الإلكترونية بالإضافة إلى تقييم النظام المحاسبي الحالي وإمكانية استيعابه لذلك التطور.

#### (5) دراسة، شمس الدين المهدي احمد ، 2013م (دور نظم المعلومات في تطوير التجارة الإلكترونية)

تمثلت مشكلة الدراسة في عدم وجود استخدام للتكنولوجيا المتطورة في مجال التجارة الخارجية في السودان ، قاعدة البيانات المتوفرة لا تلبي حاجات التجارة الإلكترونية ، هدفت الدراسة إلى معرفة العلاقة بين نظم المعلومات والتجارة الإلكترونية ، بيان دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في نشر مفهوم الثقافة الإلكترونية لتحقيق مجتمع معلوماتي متميز ، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي ، توصلت الدراسة الى نتائج منها وجود علاقة بين تطبيق نظم المعلومات وتطور التجارة الإلكترونية ، توجد علاقة بين القيود التي تفرضها الحكومة على التجارة الخارجية وفعالية تطبيق نظم التجارة الإلكترونية ، اوصت الدراسة بضرورة معرفة الاشارة السلبية والإيجابية لنظم المعلومات على التجارة الإلكترونية ، نشر مفهوم الثقافة الإلكترونية لتحقيق مجتمع معلوماتي متميز .

يتضح للباحثين بأن هذه الدراسة تناولت دور نظم المعلومات في تطوير التجارة الإلكترونية بينما تختلف دراستي بأنها تناولت أهمية وجود ربط معلوماتي جيد بين كل من ديوان الضرائب والشركات المتعاملة إلكترونياً ونقطة التجارة السودانية باعتبارها بوابة السودان الإلكترونية للنفاذ والاندماج في الأسواق العالمية وذلك

لتسهيل فرض ضريبة ارباح الاعمال على الشركات المتعاملة إلكترونياً وتحقيق مبدأ العدالة الضريبية .

### المحور الأول: ضريبة أرباح الأعمال:

#### أولاً: مفهوم ضريبة أرباح الأعمال

تطور مفهوم الضريبة عبر المراحل التالية: (فواد توفيق ياسين، احمد عبد الله درويش، 1996م، 9)

#### المرحلة الأولى: عدم الاستقرار

عندما كان الإنسان يعيش ضمن جماعات منتشرة في بقاع الأرض ومتقلة من مكان إلى آخر، ولم تكن هنالك مرافق مشتركة واحتياجات مالية تستلزم فرض الضرائب كما أن الأمن والدفاع عن القبيلة كان يقوم به أفراد القبيلة تطوعاً بدون فرض مبالغ مالية من قبل رئيس القبيلة.

#### المرحلة الثانية: الاستقرار

في هذه المرحلة تركز الإنسان ضمن جماعات في منطقة معينة وظهرت الحاجة المشتركة والمرافق المشتركة وظهرت الحاجة إلى الدفاع عن الأمن وفض الخلاف بين أفراد الجماعة الواحدة والجماعات الأخرى حينئذ اضطر رئيس الجماعة إلى الاستعانة بالهبات والأموال والتبرعات التي يقدمها الميسر من أبناء الجماعة بالإضافة إلى العمل التطوعي من أفراد الجماعة.

#### المرحلة الثالثة: الحضارة وظهور الدولة

مع ظهور الحضارة وتطورها وظهور رغبة الجماعات إلى جمع الأموال وحيازتها وضعف

الروابط الجماعية بينها أدى ذلك إلى فرض الضرائب إلزاماً على الأفراد.

#### المرحلة الرابعة: ازدياد مهام الدولة

مع ازدياد احتياجات الحكام الخاصة والعامة ومع النقص في الأموال لديهم لجأوا إلى فرض الضرائب على الرعية وتحصيلها بكل الوسائل حتى ولو لم تكن تحقق هذه الضرائب منفعة خاصة تعود على الأفراد مقابل ما يدفعونه من أموال.

#### ثانياً: تعريف الضريبة

عرفت الضريبة بأنها مورد مالي هام للدولة كما أنها أداة سياسية واقتصادية، ووسيلة لتحقيق العدالة الاجتماعية ودفع عجلة التنمية وثبات الاقتصاد القومي. (د.محمد رفعت عبد الوهاب وآخرون ، 1990م، 8) وعرفت الضريبة بأنها مبلغ من المال يدفعه المكلف جبراً بأمر من الدولة مشاركة منه في دعم التكاليف والنفقات والمستلزمات العامة بصورة قاطعة وبدون انتظار أي منفعة خاصة مقابل هذه المشاركة لكي تتمكن الدولة من تحقيق الأهداف العامة المتمثلة في المرافق الاقتصادية والاجتماعية (فواد توفيق ياسين، احمد عبد الله درويش، 1996م، 11). وعرفت الضريبة بأنها فريضة نقدية تفرضها الدولة جبراً علي الأفراد كل قدر طاقته بما لها من حقوق السيادة ويدفعونها دون مقابل بقصد تغطية النفقات العامة (محمد حامد عوض الله، 1997م، 5) . وعرفت الضريبة بأنها فريضة إلزامية تحددها الدولة ويلتزم الممول بأدائها بلا مقابل تمكيناً للدولة من القيام بتحقيق أهداف المجتمع (د.مجدي محمود شهاب، 1999م، 12). وعرفت الضريبة بانها مبلغ من المال فرضته الدولة علي المكلفين مساهمة منهم في تغطية نفقاتها العامة بصورة نهائية ودون أن يعود عليهم نفع خاص مقابل دفع الضريبة باعتبارهم أعضاء متضامنين في منظمة سياسية مشتركة تهدف للخدمات العامة (جهاد سعيد، 2002م، 23). وعرفت الضريبة بأنها فريضة من المال أو مدفوعات جبرية تفرضها الدولة علي رعاياها والمقيمين فيها حتي تستطيع مقابلة نفقاتها العامة وما يستلزمه أداء المرافق العامة من تكاليف (د.يحي الفاضل أحمد مصطفى، 2001م، 11). وعرفت الضريبة بأنها فريضة إلزامية تحددها الدولة ويلزم الممول بأدائها بلا مقابل تمكيناً للدولة من القيام بتحقيق أهداف المجتمع (حامد عبد الحميد دراز، 2002م، 115). وعرفت الضريبة بأنها فريضة نقدية يلتزم الفرد بأدائها الي الدولة وفقاً لقواعد تشريعية وبصفة نهائية لغرض تغطية النفقات العامة وبدون مقابل (عدي عفانة وآخرون، 2004م، 3). وعرفت الضريبة بأنها استقطاع نقدي تفرضه السلطة علي الأفراد (د.محمد خالد المهاني وآخرون، 2006م، 160).

إن الضريبة فريضة إجبارية من قبل السلطات العامة دون استلام أي تعويض مباشر، إن الضريبة مبلغ من المال يتم تحصيله بواسطة الحكومة أو أي سلطة أخرى جبراً من المواطنين بغض النظر عن الفائدة الخاصة التي يمكن أن تعود لدافع



الضريبة، أنها مساهمة إجبارية مفروضة بواسطة سلطة عامة بغض النظر عن كمية الخدمة الحقيقية المقدمة لدافع الضريبة في المقابل، هي التزام مالي علي الفرد يدفع للدولة حسب قوانين محددة لكونه عضواً في المجتمع والسداد دون مقابل محدد لتحقيق الرفاهية لكل أعضاء المجتمع.

يتضح للباحثين من التعريفات السابقة للضريبة ما يلي:

- أ- أن الضريبة اسقطتاع نقدي جبري.
- ب- أن الضريبة تفرض بلا مقابل وحسب المقدرة التكلفة للممول.
- ج- تفرض الضريبة بقصد تحقيق أهداف المجتمع بالإضافة إلى تغطية النفقات العامة للدولة.
- د- ليس في مقدور الممول استرجاع الضريبة بعد سدادها وإنما يكون السداد نهائياً.

هـ- تعتبر الضريبة مساهمة من الممول في تحمل الأعباء العامة. ويستطيع الباحثين أن تعرف الضريبة بأنها مبلغ من المال تستقطعه الدولة نقداً وبصورة جبرية ونهائية وبدون مقابل وفقاً للمقدرة التكلفة للممول مساهمة في تغطية النفقات العامة ولتحقيق أهداف معينة.

#### ثالثاً: تعريف ضريبة أرباح الأعمال

تعتبر ضريبة أرباح الأعمال من أقدم وأهم أنواع الضرائب المباشرة وتمثل الإيرادات الناتجة عنها الجزء الأكبر وتلعب دوراً أساسياً في ميزانية الدولة وهي أيضاً احدي الوسائل الهامة لإعادة توزيع الدخل القومي وتشجيع الاستثمار وتفرض ضريبة أرباح الأعمال علي كل الأنشطة الاقتصادية بما فيها الصناعة والتجارة والزراعة (د. عبد القادر محمد احمد، 2014م، 80).

ويستطيع الباحثين تعريف ضريبة أرباح الأعمال بأنها الضريبة التي تحتل الصدارة بالنسبة للضرائب المباشرة في السودان وتساهم بالجزء الأكبر من الإيرادات الضريبية وبها يتم تحقيق الأهداف الرئيسة التي من اجلها نشأ النظام الضريبي في السودان وتخضع لهذه الضريبة كل منشآت الأعمال.

كما يمكن للباحثين تعريف ضريبة أرباح الأعمال بأنها إحدى أنواع ضرائب الدخل وأكثرها مساهمة في تغطية النفقات العامة للدولة وأكثرها حصيلة ويقوم بتنظيمها قانون ضريبة الدخل لسنة 1986 والمعدل حتى سنة 2014 وهي تفرض على صافي الدخل الناتج عن الأعمال والأنشطة التي يمارسها الشخص.

#### رابعاً: خصائص ضريبة ارباح الاعمال

تمتاز ضريبة ارباح الاعمال با الخصائص التالية :

1- **ضريبة سنوية** : تفرض ضريبة ارباح الاعمال علي الارباح والمكاسب التي تحققت خلال فترة الاساس والتي عادة ماتكون سنة ميلادية تبدأ من اول يناير وتنتهي في الحادي والثلاثون من ديسمبر ، اما اذا كان الممول الخاضع للضريبة يعد حساباته لمدة سنة تنتهي في غير اليوم الحادي والثلاثون من ديسمبر تعتبر الفترة المحاسبية فترة اساس وتبدأ فترة التقدير مباشرة في اليوم الاول بعد نهاية فترة الاساس ، الا ان هنالك بعض الحالات التي يجوز فيها الخروج عن مبدأ سنوية الضريبة لارباح الاعمال وهذا يتفق مع ماورد في قانون ضريبة الدخل لسنة 1986 المادة (10) الفقرة (أ) حيث يقضي بفرض الضريبة عن اي عمل وعن اي مده بوشر فيها ذلك العمل ، كما يتفق مع التفسير الوارد بشأن فترة الاساس حيث عرضها القانون بانها مدة اثني عشرة شهرا السابقة لسنة التقدير او جزء من تلك المدة. (عبد الله عباس عبد الله ، 2006م، 18)

2- **تتوسع في نطاق الإيرادات الخاضعة للضريبة** : تفرض ضريبة ارباح الاعمال علي الإيرادات التي لها صفة الدورية وهي تلك الإيرادات التي تنتج عن الاستغلال العادي لوجه النشاطات المختلفة ولكن نجد ان المشرع قد توسع في مفهوم الإيراد الخاضع لضريبة ارباح الاعمال حيث تشمل :

أ- الأرباح الرأسمالية الناتجة عن بيع واحد او اكثر من اصول المشروع غير المخصصة اصلا للبيع أو الناتجة عن التعويض عن هلاك بعض هذه الاصول او الاستيلا عليها .

ب- الارباح التي تحققت عن اي عملية عرضية بخلاف الارباح الراسمالية الخاضعة للضريبة بموجب هذا القانون (ابتسام احمد موس، 2011م، 139)

- 3 - تفرض علي تفاعل راس المال والعمل : يشترك في تحقيق ارباح الاعمال عنصران هما راس المال الذي يخاطر به اصحاب المشروع والجهد الذي يبذله اصحاب ذلك المشروع (عبد الله عباس عبد الله ، 2006م، 20).
- 4 - ضريبة عينية وشخصية : تعتبر ضريبة ارباح الاعمال ضريبة عينية وشخصية في بعض الحالات كما هو با لنسبة لارباح الاعمال الافراد والشركات حيث سمح المشرع السوداني با عفا ء جزء من الدخل لمقابلة اعباء المعيشة با لنسبة للافراد وكذلك شركات المساهمة العامة والخاصة والبنوك وشركات التأمين (ابتسام احمد موس، 2011م، 139).

#### المحور الثاني: التجارة الإلكترونية:

##### أولاً: مفهوم التجارة الإلكترونية:

عرفت التجارة الإلكترونية بأنها شكل من اشكال التبادل التجاري باستخدام شبكة الاتصالات بين الشركات وعملائها أو بين الشركات وبين الادارة العامة ( ، 1996، ESPrte Electronic commerce Team ) ، وعرفت التجارة الإلكترونية بأنها منهج حديث في الاعمال موجه الي السلع والخدمات وسرعة الأداء ويشمل استخدامشبكة الاتصالات في البحث والاسترجاع للمعلومات لدعم اتخاذ قرار الافراد والمنظمات (17، 1997، [http:// www. Orca .com](http://www.Orca.com)) وعرفت التجارة الإلكترونية بأنها تنفيذ كل ما يتعلق بعمليات شراء وبيع البضائع والخدمات والمعلومات عبر شبكة الانترنت والشبكات العالمية الاخرى (د. رافت رضوان، 1999م، 116)، وعرفت التجارة الإلكترونية بأنها احد الاساليب الحديثة في اتمام وتنفيذ المعاملات والصفقات التجارية (د. رافت رضوان، 1999م، 116)، وعرفت الإلكترونية بأنها مفهوم جديد يعني بيع وشراء وتبادل المنتجات والخدمات والمعلومات عبر شبكة الانترنت (شركة مركز القرار للاستشارات، 2000م، 12).

## ثانياً: أهداف التجارة الالكترونية

تهدف التجارة الالكترونية الي تحقيق الاهداف التالية : S.Jamest, Perry, 2001, (13)

- 1- زيادة عدد الأسواق: تؤدي التجارة الالكترونية إلى زيادة عدد الأسواق وبالتالي زيادة المبيعات وتخفيض تكاليف التسويق والتوزيع.
- 2- أنتشار المعلومات بشكل واسع النطاق: موقع الشركات على شبكة الأنترنت يعطي الشركة مجال واسع لعرض وتوفير معلومات حقيقية عن المنتجات والخدمات التي توفرها الشركات عبر التجارة الالكترونية بالاضافة إلى أنها تحقق السرعة في أداء الأعمال، تحسين الخدمات المقدمة للعملاء.
- 3- خلق الوعي: يعد الإعلان على الشبكة مفيداً في خلق الوعي والتعرف على المؤسسات التجارية بصفة عامة بالاضافة إلى عروض منتجاتها وخدماتها.
- 4- جمع معلومات للأبحاث: تساعد الشبكة المؤسسات التي تمارس التجارة الالكترونية عبرها في تكوين صورة عامة عن المستخدمين ومعرفة اهتماماتهم المفضلة وعاداتهم الشرائية.

## رابعاً : المعاملة الضريبية لصفقات التجارة الالكترونية والارباح الناتجة عنها

إن المعاملة الضريبية لصفقات التجارة الالكترونية والأرباح الناتجة عنها يمكن أن تتم كما يلي: (د.جلال شافعي، 2004م، 69)

- 1- يقصد بها الصفقات التي تتم عبر شبكة الانترنت بين المتعاملين داخل الدولة وتخضع هذه الصفقات والأرباح الناتجة عنها للضرائب على الدخل واستناداً لمبدأ إقليمية الضريبة الذي يقضي بامتداد سلطة الدولة على الأشخاص المقيمين عليها والأموال المستثمرة بها.
- 2 - المعاملة الضريبية للصفقات التي تتم من خلال التجارة الالكترونية الخارجية يقصد بها تلك الصفقات التي تتم عبر شبكة الانترنت العالمية ما بين التجارة في الدولة المعينة وما بين التجارة في خارجها إما في صورة صادرات أو واردات وهي تخضع للضريبة الجمركية والضريبة العامة للمبيعات.

يتضح للباحثين من المعاملة الضريبية لصفقات التجارة الالكترونية المحلية والخارجية أن الصفقات المحلية تسري الضريبة على الشركات المتعاملة داخل الدولة الواحدة بصرف النظر عن جنسيتها طالما تحقق الإيراد/الأرباح داخل الدول من أعمال تمارس باستمرار داخل الدولة ، أما الصفقات الخارجية والتي تتم ما بين التجارة داخل الدولة وما بين التجارة خارجها في كافة أرجاء العالم وهي في صورة صادرات أو واردات ونسبة لطبيعة تعاملات التجارة الالكترونية والتي قد لا يتحقق بها كل عناصر التجارة التقليدية وبذلك تخضع للضريبة العامة على المبيعات والضريبة الجمركية.

#### خامساً: المحددات التي تواجه العلاقة بين التجارة الالكترونية والضريبة

تواجه العلاقة بين التجارة الالكترونية والضريبة عدد من المحددات:

1- الحصر الضريبي: تبرز هذه المشكلة بسبب أن جزءاً كبيراً من التجارة الالكترونية يعتبر غير منظور لأن التجارة الالكترونية تأخذ أشكالاً ومستويات عديدة حيث تتم بين المؤسسات التجارية والحكومية وذلك قد يكون داخل الدولة أو بين الدول المختلفة أو قد تتم بين دولتين اجنبيتين من خلال وسيط محلي وقد تتمثل في استثمارات إدارية أو قانونية أو محاسبية أو ضريبية أو هندسية. (توفيق حنا، 2002م، 48 )

2- العدالة الضريبية: مع تزايد إختلاف مستويات الضرائب بين دول العالم وفي إطار مرونة الحركة التي تدعمها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بدأ ظهور إختلاف في تحقيق العدالة الضريبية مبني على اساس تكنولوجيا فقد يتمكن بعض من مديروا العمال من نقل أعمالهم على المناطق ذات المعدلات الضريبية الأقل بينما لا يستطيع العامل العادي تحقيق ذلك . وبذلك قد يصبح من الصعب فرض ضريبة على المنشآت والأفراد ذوي المكاسب المرتفعة بمعدلات كبيرة لأن لهذه المنشآت والأفراد مرونة في التنقل مما يمكنها من نقل نشاطها إلى دول أقل في أعبائها الضريبية وبالتالي فإن العامل العادي سوف يتحمل عبءاً ضريبياً أكبر. (العشماوي، 2007م، 596)

3- صعوبة إثبات المعاملات والعقود غياب السجلات والمستندات الورقية بالرغم من أغلب القوانين والاتفاقات الدولية تشمل أحكاماً تشترط أن يتم إثبات

المعاملات الالكترونية كتابة أو أن تقدم معلومات معينة كتابة، ولكن في ظل التجارة الالكترونية تتم جميع المعاملات الكترونياً فلا توجد مستندات ورقية ويتم التوقيع الكترونياً كما يتم الدفع من خلال النقود الالكترونية أو بوسائل الدفع الالكترونية كما يتم التسليم في بعض الأحيان لأنواع معينة من المعلومات والبرامج الكترونياً. (طارق عبد العال حماد ، 2005 ، 697)

4- الازدواج الضريبي: أستخدمت بعض الدول فكرة المنشأة الدائمة لتحديد السيادة الضريبية بين الدول بحيث يكون من حق الدولة التي يعمل فيها المكلف من خلال وجود مادي أو عن طريق ممثل له، أن تفرض الضريبة على الدخل المحقق نتيجة مزاوله النشاط عن طريق المنشأة الدائمة ونظراً لأن هذا المبدأ أصبح مهدداً مع ظهور التجارة الالكترونية حيث صار في الامكان ممارسة المنشأة لنشاطاتها التجارية دون الحاجة لوجود كيان مادي أو ممثل مقيم لمقدم السلعة أو الخدمة مما يعني فشل فكرة المنشأة الدائمة وقد أدى هذا الوضع إلى أن كل دولة تحاول الحد من ظاهرة التهرب الضريبي عن طريق التجارة الدولية وتعطي لنفسها الحق في فرض الضريبة، مما يعني أن الصفقة الواحدة قد تفرض عليها الضريبة من دولة الموطن. ( ابراهيم عبد الحفيظ عبد الهادي، 1999م، 207 ).

يتضح للباحثين من المحددات التي تواجه العلاقة بين التجارة الالكترونية والضريبة أن خلق بيئة صالحة لنمو التجارة الالكترونية وتطورها بالاضافة الي تهيئة كل من النظام الضريبي والمحاسبي لمقابلة متطلبات ظهورها يقلل من الصعوبات التي تواجهها.

#### المحور الثالث: تحليل البيانات واختبار الفرضيات

يتناول الباحثين في هذا المحور وصفاً للطريقة والإجراءات التي أتبعها في تنفيذ هذا الدراسة، يشمل ذلك وصفاً لمجتمع الدراسة وعينته، وطريقة إعداد أدواتها، والإجراءات التي اتخذت للتأكد من صدقها وثباتها، والطريقة التي اتبعت لتطبيقها، والمعالجات الإحصائية التي تم بموجبها تحليل البيانات واستخراج النتائج، كما يشمل البحث تحديداً ووصفاً لمنهج الدراسة.

## أولاً: مجتمع وعينة الدراسة

يقصد بمجتمع الدراسة المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحثين أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة. يتكون مجتمع الدراسة الأصلي من 300 مفتش ضريبي.

أما عينة الدراسة فقد تم اختيارها بطريقة عشوائية من مجتمع الدراسة، حيث قام الباحثين بتوزيع عدد (220) استمارة استبيان على المستهدفين ، واستجاب (200) مفتش ضريبي أي ما نسبته (91%) تقريباً من المستهدفين، حيث أعادوا الاستبيانات بعد ملئها بكل المعلومات المطلوبة.

## ثانياً: تطبيق أداة الدراسة

لجأ الباحث بعد التأكد من ثبات وصدق الاستبيان إلى توزيعه على عينة الدراسة المقررة (200) فرداً، وقد تم تفريغ البيانات والمعلومات في الجداول التي أعدها الباحث لهذا الغرض، حيث تم تحويل المتغيرات الاسمية (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة) إلى متغيرات كمية (5، 4، 3، 2، 1) على الترتيب وتم تفريغ البيانات في الجداول الآتية.

## جدول رقم (11/2/4)

## المحور الاول: التشريعات الضريبية المتعلقة بالتجارة الالكترونية

ت	العبرة	التكرار والنسبة %			
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة
1	التعامل مع عمليات التجارة الالكترونية لوائح واجراءات تختلف في فرض الضريبة على التجارة التقليدية.	108 54.0	77 38.5	3 1.5	12 6.0
2	خطوات تحديد المطبقة على التجارة التقليدية لانقي بمتطلبات التجارة الالكترونية .	71 35.5	109 54.5	8 4.0	12 6.0
3	هنالك حاجة لوجود إقرار	104	82	4	10

العدد السابع - أبريل 2020م					مجلة الدراسات الإدارية والاجتماعية	
	52.0	41.0	2.0	5.0	0.0	ضريبي نموذجي لمعاملات التجارة الالكترونية .
4	87	82	32	32	7	قواعد الضريبة التقليدية بما فيها اليقين لاتلائم التجارة الالكترونية.
	23.5	41.0	16.0	16.0	3.5	
5	66	96	18	16	4	الأساليب والنظم المستخدمة في إدارة الضرائب لاتتواءم مع التطورات في علم التجارة الالكترونية .
	33.0	48.0	9.0	8.0	2.0	
6	43	88	42	25	2	عدم وضوح في المبدأ الضريبي الواجب التطبيق على التجارة الالكترونية .
	21.5	44.0	21.0	12.5	1.0	

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية، 2016م

#### جدول رقم (12/2/4)

المحور الثاني: طبيعة السلع والخدمات المتداولة في التجارة الالكترونية

ت	العبارة	التكرار والنسبة %			
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة
1	صعوبة متابعة السلع والخدمات المتداولة الكترونياً والتي تتضمن سلع وخدمات غير ملموسة لأنها لاتسري عبر المنافذ الجمركية	73	103	10	14
		36.5	51.5	5.0	7.0
2	هناك صعوبة في الاطلاع على بيانات الممولين ذات العلاقة بالسلع المتداولة في التجارة الالكترونية نتيجة لامانية إخفاء أو تعديل البيانات الكترونياً .	72	113	7	8
		36.0	56.0	4.5	4.0
3	صعوبة متابعة السلع والخدمات	71	112	9	8
					0



العدد السابع - أبريل 2020م مجلة الدراسات الإدارية والاجتماعية

0.0	4.0	4.5	56.0	35.5	المتبادلة إلكترونياً حيث يتم إبرام الكثير منها عبر شبكة الانترنت دون تسجيلها في دفاتر الممولين .	
27 13.5	57 28.5	57 28.5	69 34.5	47 23.5	هنالك حاجة لوجود الوسيط داخل القنوات البيعية التي تنقل من خلالها السلعة او الخدمة في ظل التجارة الالكترونية.	4
0 0.0	11 5.5	19 9.5	118 59.0	52 26.0	تزايد الوزن النسبي لتبادل السلع والخدمات الغير ملموسة في التجارة الالكترونية والتي يصعب تحديدها مسارها .	5

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية، 2016م

جدول رقم (15/2/4)

المتغير التابع: الوعاء الضريبي

ت	العبارة	التكرار والنسبة %			
		أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق بشدة
1	حجم العمليات التجارية الالكترونية يصعب تحديده لانها عمليات رقمية وتتم من خلال الواقع الافتراضي	54 27.0	100 50.0	12 6.0	33 16.5
2	هنالك حاجة لتحديد مصادرة الدخل المختلفة للممول المتعامل إلكترونياً.	60 30.0	116 58.0	15 7.5	8 4.0

3	هناك حاجة لوجود ربط ضريبي بين ديوان الضرائب وكل الجهات القائمة على أمر التجارة الالكترونية لتسهيل حصر العمليات التجارية الالكترونية.	88	96	12	4	0
		44.0	48.0	6.0	2.0	0.0
4	توجد صعوبة في الحصول على المعلومات المتعلقة بنشاطات التجارة الالكترونية.	57	119	10	14	0
		28.5	59.5	5.0	7.0	0.0
5	هناك حاجة للتوعية السلوكية للممولين في مجال التجارة الالكترونية.	67	114	10	8	1
		33.5	57.0	5.0	4.0	0.5
5	هناك حاجة لالمام القائمين على أمر الضرائب بأساليب التحاسب الضريبي لمعاملات التجارة الالكترونية..	86	108	5	1	0
		43.0	54.0	2.5	0.5	0.0

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية، 2016م

### عرض ومناقشة نتائج المحور الاول:

تتص الفرضية الأولى من فرضيات الدراسة على الآتي:

" عدم وجود تشريعات ضريبية تخص التجارة الالكترونية تؤثر في قياس وعاء

ضريبية ارباح الاعمال".

هدف وضع هذه الفرضية بيان أن عدم وجود تشريعات ضريبية تتعلق بالتجارة الالكترونية تؤثر علي قياس وعاء ضريبية ارباح الاعمال. وللتحقيق من صحة هذه

الفرضية، حاول الباحث معرفة اتجاه آراء عينة الدراسة بخصوص كل عبارة من العبارات المتعلقة با لمحور الاول، ويتم حساب المتوسطات الحسابية الموزونة (قوة الإجابة) والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة من عبارات المحور الاول ، وذلك على النحو الموضح في الجدول الآتي :

#### جدول رقم (16/3/4)

المتوسط والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات المحور الاول (التشريعات الضريبية )

ت	العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	التعامل مع عمليات التجارة الالكترونية يتطلب لوائح واجراءات تختلف عن تلك التي يتم التعامل بها في فرض الضريبة على التجارة التقليدية.	4.41	0.80
2	خطوات تحديد الضريبة المطبقة على التجارة التقليدية لاتفي بمتطلبات التجارة الالكترونية .	4.20	0.77
3	هنالك حاجة لوجود إقرار ضريبي نموذجي لمعاملات التجارة الالكترونية .	4.40	0.76
4	قواعد الضريبة التقليدية بما فيها اليقين لاتلائم التجارة الالكترونية.	3.65	1.11
5	الأساليب والنظم المستخدمة في إدارة الضرائب لاتتواءم مع التطورات في علم التجارة الالكترونية .	4.02	0.96
6	عدم وضوح في المبداء الضريبي الواجب التطبيق على التجارة الالكترونية .	3.73	0.97

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية، 2016م

من الجدول (16/3/4) يتبين للباحث الآتي:

1. أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات المحور الاول تراوحت بين (4.41- 3.65) وهذه المتوسطات أغلبها قريبة جداً إلى الوزن (4) وهذا يعني أن غالبية أفراد عينة الدراسة موافقون على أن عدم وجود تشريعات ضريبية تخص التجارة الالكترونية تؤثر علي قياس وعاء ضريبية ارباح الاعمال .
  2. كما تراوحت قيم الانحراف المعياري على عبارات المحور بين (1.11-0.76) وهذه القيم تشير إلى التجانس الكبير في إجابات أفراد العينة على هذه الفقرات، أي أنهم متفقون بدرجة كبيرة جداً عليها.
- للتأكد من صحة الفرضية الاولى سيتم استخدام اسلوب الانحدار الخطي البسيط في بناء النموذج حيث أن التشريعات الضريبية كمتغير مستقل ممثل بـ  $(x_1)$  و الوعاء الضريبي كمتغير تابع ممثل بـ  $(y)$  وذلك كما في الجدول الآتي:

#### جدول رقم (17/3/4)

نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس تأثير عدم وجود تشريعات ضريبية متعلقة بالتجارة الالكترونية في وعاء ضريبية ارباح الاعمال .

التفسير	القيمة الاحتمالية (Sig)	أختبار (t)	معاملات الانحدار	
معنوية	0.000	14.274	3.024	$\hat{B}_0$
معنوية	0.000	5.470	0.282	$\hat{B}_1$
			0.77	معامل الارتباط (R)
			0.59	معامل التحديد (R <sup>2</sup> )
النموذج معنوي			29.917	أختبار (F)
$\hat{y} = 3.024 + 0.282x_1$				

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية، 2016م

## ينضح من الجدول رقم (17/3/4)

1. ان نتائج التقدير اظهرت وجود ارتباط طردي قوي بين التشريعات الضريبية كمتغير مستقلة و الوعاء الضريبي كمتغير تابع، حيث بلغت قيم معامل الارتباط البسيط (0.77).

2. بلغت قيمة معامل التحديد ( $R^2$ ) (0.59)، هذه القيمة تدل على ان التشريعات الضريبية كمتغير مستقلة تساهم بـ (59%) في الوعاء الضريبي (المتغير التابع).

3. نموذج الانحدار البسيط معنوي حيث بلغت قيمة اختبار (F) (29.917) وهي دالة عن مستوى دلالة (0.000).

4. 3.024: متوسط الوعاء الضريبي عندما التشريعات الضريبية يساوي صفراً.

5. 0.282 وتعني التشريعات الضريبية وحدة واحدة يزداد الوعاء الضريبي بـ 28%

وللتأكد من صحة الفرضية الاولى سيتم أولاً تقدير الارتباط لجميع عبارات الفرضية لمعرفة مدى علاقة المتغير المستقل المحور الاول بالمتغير التابع وفق اختبار الكروس تاب والكاي سكوير وفيما يلي الجدول رقم (3/3/4) الارتباط وفق معامل (Pearson Chi-Square) بين المتغيرين لاجابات افراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الاولى:

## جدول (18/3/4)

الارتباط وفق معامل (Pearson Chi-Square) بين المتغير المستقل المحور الاول (التشريعات الضريبية) والمتغير التابع لاراء افراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الاولى

العبارة رقم المتغير المستقل المحور الاول						
	1	2	3	4	5	6

العبارة رقم المتغير التابع	1	Pearson Chi-Square	70.087	75.477	58.113	49.599	123.190	72.360
		Asymp. Sig. (2-sided)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	2	Pearson Chi-Square	47.207	85.064	65.407	64.699	106.730	59.197
		Asymp. Sig. (2-sided)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	3	Pearson Chi-Square	34.432	63.962	53.218	62.463	57.556	45.728
		Asymp. Sig. (2-sided)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	4	Pearson Chi-Square	37.621	46.180	22.965	64.286	61.561	62.513
		Asymp. Sig. (2-sided)	.000	.000	.006	.000	.000	.000
	5	Pearson Chi-Square	57.876	62.986	74.124	63.809	129.679	56.615
		Asymp. Sig. (2-sided)	.000	.000	.000	.000	.000	.000

6	Sig. (2-sided)						
	Pearson Chi-Square	54.621	69.455	119.216	41.875	117.379	43.278
	Asymp. Sig. (2-sided)	.000	.000	.000	.000	.000	.000

المصدر: اعداد الباحثين من الدراسة الميدانية ، 2016م

ويمكن تفسير نتائج الجدول رقم (18/3/4) كالآتي:

يتضح من الجدول اعلاه ان قيمة (Pearson Chi-Square) قد تحققت في كل العبارات كعلاقة تقاطعية وبمستوى معنوية اقل من (5%). مما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الأولى والتي نصت على أن: " عدم وجود تشريعات ضريبية تخص التجارة الالكترونية تؤثر في قياس وعاء ضريبة ارباح الاعمال " قد تحققت.

## 2- عرض ومناقشة نتائج الفرضية الثانية:

تنص الفرضية الثانية من فرضيات الدراسة على الآتي:

" طبيعة السلع والخدمات المتداولة في التجارة الالكترونية تؤثر في قياس وعاء ضريبة أرباح الاعمال".

هدف وضع هذه الفرضية بيان أنطبيعة السلع والخدمات المتداولة في التجارة الالكترونية تؤثر على قياس وعاء ضريبة أرباح الاعمال". . وللتحقيق من صحة الفرضية، الثانية حاول الباحث معرفة اتجاه آراء عينة الدراسة بخصوص كل عبارة من العبارات المتعلقة بالمحور الثاني، ويتم حساب المتوسطات الحسابية الموزونة (قوة الإجابة) والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة من عبارات المحور الثاني ، وذلك على النحو الموضح في الجدول الآتي :

## جدول رقم (19/3/4)

المتوسط والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات المحور الثاني (طبيعة السلع والخدمات المتداولة في التجارة الالكترونية)

ت	العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري
1	صعوبة متابعة السلع والخدمات المتبادلة الكترونياً والتي تتضمن سلع وخدمات غير ملموسة لأنها لا تسري عبر المنافذ الجمركية.	4.18	0.82
2	هناك صعوبة في الاطلاع على بيانات الممولين ذات العلاقة بالسلع المتبادلة في التجارة الالكترونية نتيجة لامكانية إخفاء أو تعديل تلك البيانات الكترونياً .	4.25	0.71
3	صعوبة متابعة السلع والخدمات المتبادلة الكترونياً حيث يتم إبرام الكثير منها عبر شبكة الانترنت دون تسجيلها في دفاتر الممولين .	4.23	0.71
4	هنالك حاجة لوجود الوسيط داخل القنوات البيعية التي تنقل من خلالها السلعة أو الخدمة في ظل التجارة الالكترونية.	3.68	0.98
5	تزايد الوزن النسبي لتبادل السلع والخدمات الغير ملموسة في التجارة الالكترونية والتي يصعب تحديد مسارها .	4.06	0.76

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية، 2016م

## من الجدول (19/3/4) يتبين للباحث الآتي:

1. أن المتوسطات الحسابية لإجابات أفراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الثانية تراوحت بين (4.25 - 3.68) وهذه المتوسطات أغلبها قريبة جداً إلى الوزن (4) وهذا يعني أن غالبية أفراد عينة الدراسة موافقون على أن تؤثر طبيعة السلع والخدمات المتداولة بالتجارة الالكترونية على قياس وعاء ضريبية أرباح الاعمال.
2. كما تراوحت قيم الانحراف المعياري على عبارات الفرضية بين (0.71-0.98) وهذه القيم تشير إلى التجانس الكبير في إجابات أفراد العينة على هذه الفقرات، أي أنهم متفقون بدرجة كبيرة جداً عليها.



لنؤكد من صحة الفرضية سيتم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط في بناء النموذج حيث أن طبيعة السلع والخدمات المتداولة كمتغير مستقل ممثل بـ (X2) و الوعاء الضريبي كمتغير تابع ممثل بـ (y) وذلك كما في الجدول الآتي:

#### جدول رقم (20/3/4)

نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لقياس تأثير طبيعة السلع والخدمات المتداولة في التجارة الالكترونية علي وعاء ضريبية ارباح الاعمال .

معاملات الانحدار	أختبار (t)	القيمة الاحتمالية (Sig)	التفسير
$\hat{B}_0$	2.685	11.371	معنوية
$\hat{B}_1$	0.364	6.340	معنوية
معامل الارتباط (R)	0.80		
معامل التحديد ( $R^2$ )	0.64		
أختبار (F)	40.192		النموذج معنوي
$\hat{y} = 3.685 + 0.364x_2$			

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية، 2016م

#### يتضح من الجدول رقم (20/3/4)

1. ان نتائج التقدير أظهرت وجود ارتباط طردي قوي بين طبيعة السلع والخدمات المتداولة كمتغير مستقلة و الوعاء الضريبي كمتغير تابع، حيث بلغت قيم معامل الارتباط البسيط (0.80).
  2. بلغت قيمة معامل التحديد ( $R^2$ ) (0.64)، هذه القيمة تدل على ان طبيعة السلع والخدمات المتداولة كمتغير مستقلة تساهم بـ (64%) في الوعاء الضريبي (المتغير التابع).
  3. نموذج الانحدار البسيط معنوي حيث بلغت قيمة أختبار (F) (40.192) وهي دالة عن مستوى دلالة (0.000).
- 3.685.4: متوسط الوعاء الضريبي عندما طبيعة السلع والخدمات المتداولة يساوي صفراً.

0.364.5: وتعني طبيعة السلع والخدمات المتداولة وحدة واحدة يزداد الوعاء الضريبي بـ 36%.

وللتأكد من صحة الفرضية الثانية سيتم أولاً تقدير الارتباط لجميع عبارات الفرضية لمعرفة مدى علاقة المتغير المستقل بالمتغير التابع وفق اختبار الكروس تاب والكاي سكوير وفيما يلي الجدول رقم (21/3/4) محور الثاني الارتباط وفق معامل (Pearson Chi-Square) بين المتغيرين لاجابات افراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الثانية:

### جدول (21/3/4)

الارتباط وفق معامل (Pearson Chi-Square) بين المتغير المستقل المحور الثاني والثاني والمتغير التابع لاراء افراد عينة الدراسة على عبارات الفرضية الثانية

			العبرة رقم المتغير المستقل المحور الثاني				
			1	2	3	4	5
العبرة رقم المتغير التابع المحور الثاني	1	Pearson Chi-Square	55.776	76.431	116.672	92.393	75.574
		Asymp. Sig. (2-sided)	.000	.000	.000	.000	.000
	2	Pearson Chi-Square	119.851	72.143	89.526	98.078	76.230
		Asymp. Sig. (2-sided)	.000	.000	.000	.000	.000
	3	Pearson Chi-Square	46.216	149.116	96.247	61.276	66.332
		Asymp. Sig. (2-sided)	.000	.000	.000	.000	.000
	4	Pearson	46.855	76.822	99.957	69.330	103.999

		Chi-Square					
		Asymp. Sig. (2-sided)	.000	.000	.000	.000	.000
	5	Pearson Chi-Square	73.142	62.924	73.420	86.198	134.731
		Asymp. Sig. (2-sided)	.000	.000	.000	.000	.000
	6	Pearson Chi-Square	115.826	31.970	54.690	74.936	50.427
		Asymp. Sig. (2-sided)	.000	.000	.000	.000	.000

المصدر: اعداد الباحثين من الدراسة الميدانية ، 2016م

ويمكن تفسير نتائج الجدول رقم (21/3/4) كآتي:

يتضح من الجدول اعلاه ان قيمة (Pearson Chi-Square) قد تحققت في كل

العبارات كعلاقة تقاطعية وبمستوى معنوية اقل من (5%).

مما تقدم نستنتج أن فرضية الدراسة الثانية والتي نصت على أن طبيعة السلع

والخدمات المتداولة في التجارة الالكترونية تؤثر على قياس وعاء ضريبة أرباح

الاعمال" قد تحققت.

#### المحور الرابع: النتائج والتوصيات

##### اولا : النتائج

توصلت الباحثين من خلال الدراسة النظرية والميدانية الى النتائج التالية:

1- التعامل مع عمليات التجارة الالكترونية يتطلب لوائح واجراءات تختلف في

فرض الضريبة على التجارة التقليدية.

2- خطوات تحديد الضريبة المطبقة على التجارة التقليدية لاتفي بمتطلبات التجارة الالكترونية .

3- هنالك حاجة لوجود إقرار ضريبي نموذجي لمعاملات التجارة الالكترونية .

#### ثانيا: التوصيات

بناءا علي النتائج المتحصل عليها توصي الباحثين بالاتي:

1- تطوير التشريع الضريبي السوداني مع ضرورة وضع نصوص خاصة تتناول القواعد الخاصة بضريبة أرباح الاعمال لنشاطات التجارة الالكترونية التي لاتعتمد في أغلب الاحيان علي الوجود المادي للمنشأة أو مبداء اقليمية الضريبة.

2- الزام المنشآت البائعة المكلفة بتحصيل ضريبة ارباح الاعمال بضرورة تقديم الاقرار الضريبي السنوي طبقا للقوانين الضريبية بحيث يتضمن هذا الاقرار الصفقات التي تمت من خلال التجارة الالكترونية.

3- تطوير الادارة الضريبية من حيث التاهيل العلمي والعملية الذي يواكب التطورات التكنولوجية والتغيرات العالمية في كافة المجالات السياسية والاقتصادية .

#### المراجع:

##### أ. المراجع العربية:

- 1) ابتسام احمد موس، اثر تغيير الطرق والسياسات المحاسبية علي وعاء ضريبة ارباح الاعمال في المنشآت التجارية ( الخرطوم : جامعة النيلن رسالة ما جستير غير منشورة 2011م)
- 2) ابراهيم عبد الحفيظ عبد الهادي، إطار مقترح للتعديلات الضريبية اللازمة للتحويل الي عالم التجارة الالكترونية، ، (القاهرة : كلية التجارة بني سويف ،مجلة الدراسات المالية والتجارية، مجلد (9) العدد (2) لسنة 1999م )
- 3) العشماوي، اقتصاديات الضرائب، (القاهرة : الدار الجامعية، 2007م)
- 4) توفيق حنا، أساليب تنفيذ عمليات التجارة الالكترونية والتحاسبات الضريبي، (الاسكندرية: جامعة الاسكندرية ، كلية التجارة، ، موتمر التجارة الالكترونية ، المجلد الأول ، يوليو 2002م )

- (5) جلال شافعي، التجارة الالكترونية والضرائب، (القاهرة :كتاب الأهرام الاقتصادي، 2004م)
- (6) جهاد سعيد، المالية العامة والتشريع الضريبي (عمان : دار وائل للنشر 2002)
- (7) حامد عبد الحميد دراز، مبادئ المالية العامة (الاسكندرية: الدار الجامعية، 2002 )
- (8) رافت رضوان ، عالم التجارة الالكترونية ، (القاهرة : المنظمة العالمية للتنمية الادارية ، 1999) .
- (9) شركة مركز القرار للاستشارات ، التجارة الالكترونية ومهارات التسويق العلمي (القاهرة : دار الامين للطباعة والنشر ، 2000).
- (10) شمس الدين المهدي احمد ، دور نظم المعلومات في تطوير التجارة الالكترونية (الخرطوم: جامعة النيلين ،رسالة دكتوراه غير منشوره 2013م).
- (11) طارق عبد العال حماد ، التحديات ، الاعداد المالية والتسويقية والقانونية ( القاهرة : الدار الجامعية ، 2005 )
- (12) ظاهر شاهر يوسف القشي “مدى فاعلية نظم المعلومات المحاسبية في تحقيق الأمن والتوكيدية والموثوقية في ظل التجارة الالكترونية (عمان: جامعة عمان العربية ، رسالة دكتوراه غير منشورة ، 2003).
- (13) عبد القادر محمد أحمد، كتاب الضرائب (الخرطوم: شركة مطابع السودان للعملة المحدودة، 2014م).
- (14) عبد الله عباس عبد الله ، محاضرات في محاسبة الضرائب والزكاة ، (د.ت 2006م،
- (15) عدي عفانة وآخرون، الجديد في المحاسبة الضريبية، (عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2004)
- (16) مجدي محمود شهاب، الاقتصاد المالي (الاسكندرية : دار الجامعة الجديدة للنشر، 1999م )

- (17) محمد حامد عوض الله، جرائم التهرب الضريبي في السودان (الخرطوم : رسالة ماجستير غير منشورة 1997م)
- (18) محمد خالد المهاني وآخرون ، اقتصاديات المالية العامة والتشريع الجمركي(سوريا: جامعة دمشق، 2006م)
- (19) يحي الفاضل أحمد مصطفى، دراسات في الزكاة والمحاسبة الضريبية (الرياض :دار المريخ للنشر، 2001م)
- ب. المراجع باللغة الإنجليزية:

1. ESPrte Electronic commerce Team ( **Electronic commerce rand in EPrit program.1996 )**
2. Faramarz Daman Pour, (**E-Business E-Commerce Evaluation Perspective and Strategy** . (Virginia : University of James Machison Research on Managerial Finance 2001)
3. [http:// www. Orcal .com](http://www.Orcal.com)(Orcal Corporation . **Electronic commerce strategs** .An Oracle whrite paper .1997).
4. [http://www ،Proquest-umi.com](http://www.Proquest-umi.com), **Sandra Henderson, is Auditor Participation In Developing Electronic Commerce System** , (PhD Thesis Published, , 2002)
5. SchnaiderJamest, Perry, **Electronic Commerce** ,(AusTralia, Course Tecchnology 2001 )
6. Wenli Wang, **Control and Assurance for Electronic Commerce** (Texas: the University of Texas, Ph.D.Thesis Published, 2000) .

**The Impact of Figures of Speech in Animal Farm as  
Allegorical Novella**  
**Bahr Mustafa Aldoma Bahr**  
**Elgaili Mhagoub Ahmed F.M**

**Abstract**

This research paper aims to investigate the figures of speech in Animal farm novel, express author to the readers through what he experienced or witness, and to present vivid rhetorical effect in novel. This inquiry reveals that this linguistic device operates in an active manner and that the decoration's view needs more reconsideration. The study used analytic method which found that: the writer conveyed his message in an implicitly and indirectly, figures of speech it's our map to better understanding, creative,

expressive and interest Orwell succeeded in sending his message at the time that impossible to write directly about the politics, So he used figures of speech which decorated Animal farm and made them a unique novel among Orwell's novels.

### المستخلص

هدفت هذه الورقة البحثية لدراسة المعاني البلاغية في رواية مزرعة الحيوان . كما هدفت لتقديم الكاتب للقراء من خلال الاحداث والخبرات التي شهدها اضافتا علي توضيح تأثير المعاني البلاغية في الرواية. هذا التحقيق كشف دور الاعجاز اللغوي في تزيين الاسلوب الادبي . استخدمت الدراسة الطريقة التحليلية والتي توصلت الي: ان الكاتب اراد ان يوصل رسالته ضمنيا المعاني البلاغية هي الخارطة للمفهوم الجيد، الابداع والاستمتاع بالتعبير الجيدة . لذلك نجح الكاتب في ارسال رسالته السياسية في زمن يستحيل فيه الافصاح مباشرة عن السياسة ، لذلك استخدم ارويل المعاني البلاغية التي اضغت روحا جماليا في رواية مزرعت الحيوان والتي اصبحت المميزة بين رواياته.

**Key words: Allegory Fable, Satire , Personification**

### 1-1 Introduction

One of the aims of literary text is to say as much as possible as briefly as possible, means to say more in few words to achieve a maximum effectiveness. Personification has long been taken for granted as an important aspect of Western narrative; Paul de Man has given it still greater prominence as "the master trope of poetic discourse Paxson,( 1994).

Personification, one of the symbolic tropes in the field of stylistics, has so far been an interesting study topic all over the world. It has both cognitive and expressive function, it is widely used in various linguistic styles: natural language style, political commentary style and literary language style. It could be seen that personification is one of the most common and vivid

stylistic devices which George Orwell uses in *Animal Farm* to beautify it. Personification, an indispensable technique could be used by writers to give their works a great value, and it allows the character to express their feelings, helps the story unfold, and makes it more enjoyable.

In this paper we will see some theories about personification which takes a big part in Animal Farm, and the analysis of some literary devices that related to personification such as: allegory and



Metaphor . On other hand, there is a number of instances when this literary element is prominently used in the book *Animal Farm*. To begin with however, personification can be defined in a general way as giving things which are not human some traits which are largely attributable to humans. These traits could include but are not in any way limited to characteristics, action, feelings as well as qualities. In *Animal Farm*, personification is a common occurrence Wikipedia,( 2013)

### **1-2 The statement of the problems**

Many students and readers reads without paying attention to the figures of speech which lay beyond it many truth and the real message of writers and the ignorance of figures of speech lead to the lack of understanding the literary works.

### **1-3 The objectives of research**

The research paper aims to:

- 1 / Investigate the figures of speech in Animal farm.
- 2 / Present vivid rhetorical effects in novels.
- 3 / Represent how modernist sent their ideology through figures of speech in novels

### **1.4 Questions of research**

- 1 / What do figures of speech add to literary works?
- 2 / How do figures of speech allow us to assess writer's purposes?
- 3 / What kinds of message lay beyond figures of speech?

### **1-5 Methodology of the research**

The research paper used descriptive analytical method and the required data collected from Animal farm novel.

### **2-1 Orwell's Life and Career (1903 - 1950)**

George Orwell, whose real name was Eric Blair, was born in 1903, in Bengal, India, the son of a minor official in the Indian Civil Service. He was brought to England at an early age, and educated at St. Cyprian's, and then at Eton, on a scholarship. At Eton, he encountered, for the first time, popular liberal and socialist ideas, which were common subjects of discussion there, especially in the period immediately following the First World War. When he graduated, instead of going to a university. 'George Orwell' as the author of this first major work. Later on, he worked as a teacher, married, and kept a village pub and a general store. His income was small, and his first book brought him very little money.

*Burmese Days* (1934), his first novel, based on his experiences in India, reflects his indignation over political injustice.

Then, he wrote two more Gissing-like novels; *A Clergyman's Daughter* (1934), about a middle-class woman's brief period of freedom among the tramps and hop-hickers, and *Keep the Aspidistra From Flying* (1936), the story of a young bookseller's assistant, whose aspirations and humiliations are closely paralleled the author's. He became a socialist during this period, and when his publisher encouraged him to visit a depressed industrial area and write about his personal reactions, he took the opportunity to put his political convictions into action, and wrote *The Road to Wigan Pier* (1937), he wrote *Homage to Catalonia* (1938), in which he describes how Stalin's tactics had succeeded in undermining the loyalist cause. Under the threat of World War II, Orwell wrote *Coming Up for Air* (1939), a novel which reflected in the person of George Bowling, an insurance clerk, many of the frustrations and political concern which preoccupied Orwell throughout his life. In 1940 and 1941 two more books, collections of essays, appeared, Orwell published the first of the two books for which he is generally known, *Animal Farm*; like *Nineteen EightyFour*, an anti-utopian novel, in the form of a political satire. The obvious subject of the satire is Soviet Russia, but more generally it deals with totalitarianism of any kind. The American Professor, Malcolm Bradbury, in his introduction to *Animal Farm* states, " It's one of the great modern political allegories, and the story it tells, of innocent and necessary revolution turning into dictatorship and betrayal, is not just a striking piece of political intelligence but a fundamental modern myth. He published *Nineteen Eighty-Four* in which he represents a society of the new future which is a protection of certain aspects of life in the contemporary world. George Orwell, English novelist, critic, journalist, essayist, socialist critic of communism, was a master of lucidity, of saying what he meant, of exposing the falsity of what he called 'double-think'. Few writers have been able to go as far as he did beyond their limitations.

## 2-2 Figures of Speech

Figures of speech are imaginative tools in both literature and ordinary communications used for explaining speech beyond its

usual usage. The Collins English Dictionary (2006) defined figure of speech as "an expression such as a simile, in which words do not have their literal meaning, but are categorized as multi-word expressions that act in the text as units" Alhasnawi, (2007: 3). The language that uses figures of speech is called 'figurative language' and "its purpose is to serve three elements of clarity, forth and beauty in the language" Tajali,( 2003: 100). However, as any figure of speech has a figurative meaning, it may cause ambiguity which influences the clarity. Figurative language has some specific features which make it different from nonfigurative language. For instance, metaphor and simile usually include an exaggeration in their comparison. One of the aims of literary text is to say as much as possible as briefly as possible, means to say more in few words to achieve a maximum effectiveness..

### **2-2-1 Metaphor:**

Metaphor comes from Greek word metaphoria which means “ to carry ” it used to compare two different things which has some similarities in commnFadaee ( 2011)

The word metaphor is derived from the Greek word ‘Metaphoria’, which meant ‘to carry’. Metaphor is a comparison of two different phenomena which share some common points. It is a kind of condensed simile that some parts of it, like topic or similarity markers are deleted to convey the meaning connotatively. The first definition of metaphor is expressed by Aristotle as

"a shift carrying over a word from its normal use to a new one" Richards, (1965: 89). In other words, metaphor is a translation among things and words that accomplished four ways: "from a living creature to another living creature; from a non-living thing to another nonliving thing; from a living creature to a non-living thing; from a non-living thing to a living creature" Paxson(1994: 20).

### **2-2-2 Simile:**

Simile is a type of figurative language; a language that does not mean exactly what it says, that makes a comparison between two otherwise unlike objects or ideas by connecting them with the words "like" or "as" (Starkey, 2004). The reader can see a similar connection with the verbs resemble, compare and liken (Wikipedia, 2013).

Drabble,( 2000) “ Simile is a figure of speech that is used in poetry to create different effects, to create an image of comparison in the reader's mind of what the writer is describing and it allows an author to emphasize a certain characteristics of an object by comparing that object to an unrelated object that is an example of that characteristic” .

Simile is much less investigated than metaphor, although it occurs as frequently in discourse. *"Like metaphor, it is a semantic figure, a mental process playing a central role in the way we think and talk about the world, which often associates different spheres"*Bredin(1998: 68). According to Fromilhague (1995), Similes has various functions: First, they serve to communicate concisely and efficiently: They are one of a set of linguistic devices which extend the linguistic resources available. Secondly, they can function as cognitive tools for thought in that they enable us to think of the world in novel, alternative ways. In discourse, they can also fulfill more specific functions depending on the textual genre in which they occur.

### 2-2-3 Symbolism

The word symbol is derived from "*symbolleîn, meaning 'to throw together', from the Greek 'symbolon' and Latin 'symbolum', which meant token, sign*" Webster ( 2003: 1190).

The word symbol is derived from the Greek verb "symbolleîn" which mean "to put together and the related noun "symbolon" which mean "mark", "taken", or "sign" (Wikipedia,2013). Conventional or traditional literary symbols work in much the same way, and because they have a previously agreed upon meaning, they can be used to suggest ideas more universal than the physical aspect itself . Symbolism in literature can be subtle or obvious, used sparingly or heavy-handedly. An author may repeatedly use the same object to convey deeper meaning or may use variations of the same object to create an overarching mood or feeling. Symbolism is often used to support a literary theme in a subtle manner (ibid.)

### 2-2-4 Allegory

Allegory is a form of imaginative literature or spoken utterance constructed in such a way that their readers or listeners are encouraged to look for meanings hidden beneath the literal surface

of the fiction. Allegoric works use symbolic fictional figures and actions to convey truths or generalizations about human conduct or experience. Like metaphor, an allegory expresses spiritual, psychological, or abstract intellectual concepts in terms of material or concrete objects. The abiding impression left by the allegorical mode is one of indirect, ambiguous, even enigmatic symbolism, which inevitably calls for interpretation. The range of allegorical literature is so wide that to consider allegory as a fixed literary genre is less useful than to regard it as a dimension or mode of controlled indirectness and double meaning. Critics usually prefer to use the term 'allegory' for works of considerable length, complexity, or unique shape. Allegory is a type of extended metaphor "one gone too far"(Quintalian, 1940, quoted in Dodson, 2008). Allegory turns its head in one direction, but turns its eyes in others (Jon Whitman, 1964). It says one thing, but means another (Kinoslita, 2004). It is a device in which characters or events in a story, poem, or picture represent or symbolize ideas and concepts. Allegory has been used widely throughout the history of art, and in all forms of art work. Reason for this is that allegory has immense power of illustrating complex ideas and concepts in a digestible, concrete way. In allegory a message is communicated by means of symbolic figures, actions or symbolic representation. Allegory is treated as a figure of rhetoric Paxson,( 1994). In more depth definition of allegory: one may safely define allegorical writing as the employment of one set of agents and images with actions and accompaniments correspondent, so as to convey, while in disguise, either moral qualities or conceptions of the mind that are not in themselves objects of the senses, or other images, agents, action, fortunes, and circumstance, so that the difference is everywhere presented to the eye or imagination while the likeness is suggested to the mind and this connectedly so that the parts to form a consistent whole (Dodson, 2008). A metaphor may consist of an allegory, so also an allegory may consist of other metaphors and personification (ibid.).

### **2-2-5 Personification**

Personification or anthropomorphism is a term that is coined in the mid 1700s Peter,(2004). It derives from the combination of the Greek (ānthrōpos) "human" and (morphē) "shape" or "form"

(ibid.). It is a figure of speech used to give a human form, to humanize inanimate objects, abstract entities, phenomena, and ideas Dodwin,( 1990). Personification is often used in poetry, prose, and song lyrics, as well as in everyday speech. It is often a form of metaphor, a method of describing something by comparing it to something more familiar. Emotions, abstract concepts and natural forces have all been given human characteristics in myth and literature (Paul De Man, 1988, quoted in Paxson, (1994).

### 2-3 Fable, allegory and satire

The essential characteristic of beast fable is irony. The form provides for the writer, the power to keep his reader conscious simultaneously of the human traits satirized and of the animal as animals. The use of this form provided an approach to art that Orwell clearly needed one that differed from the conventional socially oriented novels he had been writing. The best fable is many ways the ideal form in which to articulate attacks. The presences of beasts provide a readymade vehicle for a tenor of the hatred in the essentially metaphorical mode. The correlation of a man, or a class often, as swine or sheep allows savage hatred on the sub narrative level and concurrently provides the coolness on impersonalness in the façade of the narrator. The animal with human attributes assemble and communicate with one another, they have a respected leader and develop aspirations, and each animals has its own unique personality, and as in many fables, animals are used to expose the follies, and ills of human ,kind. Similarly Jonathan Swift fit, in like manner in the last book of his *Gulliver travels*, “ *Voyage to the Houghnhms*”,has horses, act as a foil to human pride and cruelty,. The use of animal as a reflection or representation of human condition is called Zoomorphism. Orwell furthermore, has employed another literary device to render more poignant his vision while keeping the reader entertained with a charming and artistically convincing surface reality, allegory. We may recall that Edmund Spenser’s *The Faerie Queene* is rich ion potential and religious allegory; and John Bunyan’s *The Pilgrims Progress* depicts the Christians’ struggle and victory against the background of a fascinating cast of fictional characters. Allegory then is the symbolic representation of one world for another; the

surface world is as well the portals to the intellectually more significant world with in.

*Lynette Hunter( 1963)says that The complex satire of animal Farm is greeted by the process of allegory out of a reductive satire about events in Russian history. Its positive nature is found on its broad applicability to politics and language. But it is still limited to the criticism and exposure of weaknesses, to saying what not to do rather than what to do*

What turns the writing into positive allegory is the establishment of genre conventions that are shifted and reversed. In these changes the narrator takes a positive stance and constraints sharply with the satirical voice; and the primary and most obvious reversal is that to which we are alerted in the sub title of the book. „A Fairy Story” the function of allegory depends on differences. Yet to repeat to part of the earlier discussion, what is commonly termed allegory is one-to-one use of representational emblems. Similarities: in a subtle genre. The dissatisfaction with it comes from the limited and reduced nature of stance. If acted well the movement can afford a similar pleasure to that of chess, but as with chess the more significant aspects of the game lie in the battle between the players not that between the pieces on the board. Restricting themselves to these pieces and that they are capable of the player limit the scope of their interaction and the involvement of their audience. The supposed author of this kind of reduced generic “allegory is limited by the overtly representational nature of his structure. It takes great skill to maintain the grounds of his alternative world and to avoid the sense of inevitability that arises from the associative links and habitual connotations that are established. At the same time simply destruction of these links can be just reductive; something needs to be suggested to open out the dialogue and make interaction possible.

#### **2-4 The Literary Devices Used in *Animal Farm***

In writing, some of the most commonly used structures are literary devices and they include but are not in any way limited to theme, plot, setting as well as protagonist, similes and personification. Some of the best brought out literary elements include similes as well as personification (Korf, 2008).

##### **2-4-1 Allegory**

One of the most prominent literary elements utilized in the book is allegory. In all probability, *Animal Farm* is actually an allegory of the happenings in Russia in the time period ranging between 1920 and 1940 (Coughram, 1907). The allegory in this case is delivered through old Major's speech which in basic terms presents all the key components of communism as were put down in the 1848 communist manifesto by the likes of Fredrick Engels and Karl Marx (Bloom, 2009). Further, *Animal Farm* uses Russia's tsar, Nicholas II when it comes to the use of Mr. Jones as an allusion (Rodden, 1999). George Orwell combined several of these methods in *Animal Farm*, which, under the guise of a fable, and expressed his disillusionment with the outcome of the Bolshevik Revolution and showed how one tyrannical system of government was replaced by another one. Since Orwell's 'disguise' was a 'fable', it would be rather relevant to give some information about fables which are short, simple forms of naive allegory. The fable is usually a tale about animals that are personified and behave as though they were human beings. The device of personification may be extended to trees, stones, winds, and other natural objects. The early tales included humans and Gods as characters; however, fables tend to concentrate on animating the inanimate, which is the feature that isolates them from the ordinary folk tale like Orwell's *Animal Farm*, fables tend



satire. Orwell's allegory *Animal Farm*, in the form of a beast fable has been successful since it allows us to view the rise and fall of a change in society. If the characters had been human beings, a greater emphasis would have been placed on the characters, and the reader's reactions would have focused on the human emotions rather than on the forces and activities involved in the failure of the society.

#### **2-4-2 Simile**

Simile can be taken to be a speech figure that comes up with a comparison between two things that are substantially different. Most of the words that are employed to bring out similarity include but are not in any way limited to then, as or like (Halliday, 1994). One of the instances in *Animal Farm* that have utilized simile is presented in the book's page 76. Here, the animals are likened to slaves by the phrase, "[...] the animals worked like slaves" (*Animal Farm*: 5). This seems to bring out the animals as slaves whereas in actual sense they are not.

#### **2-4-3 Personification**

There are a number of instances when this literary element is prominently used in the book *Animal Farm*. To begin with however, personification can be defined in a general way as giving things which are not human some traits which are largely attributable to humans. These traits could include, but are not in any way limited to characteristics, action, feelings as well as qualities. In *Animal Farm*, personification is a common occurrence (Goodwin, 1990).

### **The Investigation of the Use of Personification in *Animal Farm***

#### **3-1 Introduction**

This chapter discusses one of the theories of the literary device personification in *Animal Farm*. George Orwell wants to send a message indirectly about what happened during the period between 1930 -1950 by using animals. This novel *Animal Farm* was published in England on 17 August 1945. According to Orwell, the book reflects events leading up to and during the Stalin era exactly before the Second World War, and it was written at a time when the wartime alliance with the Soviet Union was at

its height and it was initially rejected by a number of British and American publishers. And this novel was a very interesting, complex, and informing novel. In the novel, George Orwell uses farm animals to portray people of power and the common people during the Russian Revolution.

The novel starts off with Major explaining to all the animals in the farm how they are being treated wrongly and how they can overthrow their owner, Mr. Jones. They finally gang up on their owner and he leaves the farm. Then they start their own farm with their own rules and commandments. Originally the two people in charge of the *Animal Farm*, which they titled it, were Napoleon and Snowball (Wikipedia, 2013).

The main literary device that is used is personification, and this last is the attribution of human characteristics to something that is not human Peters, (2004). Hence, the novel is a great masterpiece in personification and symbols. The author here wants to tell the reader about the communism and other types of government because in this story Mr. Jones the owner of the farm is in danger of losing his farm (Stephen, 1949). The animals are planning a rebellion against humans because they are treating them bad. Old major the oldest animal and the wisest organize all of it. When Old Major dies Snowball, Napoleon and Squealer take the lead of everything because the pigs are considered as the most intelligent animals in the farm. After that Napoleon takes the head of the government (ibid.).

According to Paul De Man's theory that personification is the attribution of human characteristics to any inanimate object, abstract concept, or impersonal being. In *Animal Farm* we find that the pigs play an important role in presenting human being as:

### **3-2 Personified Pigs**

#### **3-2-1 Old Major**

Old Major is the father of 'Animalism'. He represents Karl Marx, but in some ways also symbolizes the original communist leader - Vladimir Lenin. The book also says that Old Major has been exhibited at shows under the name Willingdon Beauty who is trying to instigate animals against human beings and give them reasons and proofs about the despicable of human beings to make sedition between people (between animals).

*The Old Major said: [...] why, work night and day, body and soul, for*

*the overthrow of the human race! That is my message to you, comrades:*

*Rebellion! I do not know when that Rebellion will come, it might be in a*

*week or in a hundred years (Animal Farm: 5)*

Here the Old Major is planning a rebellion against the owner of the farm Mr. Jones, so, animals act as humans especially that they had made a meeting and they decide to make a Rebellion because they see that the owner Mr. Jones does not give them their rights and this behavior is human. Old Major has lived a life of ease as a show pig. However, this kind of life has allowed him sufficient time to think and to observe other animals, while the others spent their time concentrating on hard work and survival. Orwell wants to say that the old Major is the father of 'Animalism', which represents Karl Marx, but in some ways also symbolizes the original communist leader -

Vladimir Lenin (In the book, Old major's skull is displayed in a similar manner to the way Lenin's remains were displayed to the public) The book also says that Old Major had been exhibited at shows under the name Willingdon Beauty.

### **3-2-2 Napoleon**

Napoleon is Joseph Stalin, the second leader of the Soviet Union. *Animal farm* skips the short rule of Lenin (and seems to combine Lenin with the character Old Major), and has Napoleon leading the farm from the beginning of the revolution.

*One Sunday morning when the animals assembled to receive their orders Napoleon announced that he had decided upon a new policy.*

*From now onwards Animal Farm would engage in trade with the neighbouring farms: not, of course, for any commercial purpose but*

*simply in order to obtain certain materials which were urgently necessary (Animal Farm: 42)*

The animals here wanted to engage with trade like human, and this kind of treatments is human (between people or countries) to make deals or transactions. Besides that, trade has rules, so we

understand that the animals act like humans, and Orwell's motive here is to show the Nazi- Soviet pact (Segritti, 2003).

**Napoleon** is a huge boar, quite fierce-looking and often getting his way although he does not talk much. Even before the Rebellion, these traits lead the other animals to think that he has a great depth of character compared to Snowball .

### 3-2-3 Snowball

Snowball represents Leo Trotsky. Trotsky was one of the original revolutionaries. But as Stalin rose to power he became one of Stalin's biggest enemies, and was eventually expelled from the Politburo in 1925 - one year after Stalin took control of the nation.

In the novel,

Snowball is exiled from the farm just as Trotsky had been in 1929. But Trotsky was not only exiled in body, he was also exiled from the minds of the Russian people - His historical role was altered; his face cut out of group photographs of the leaders of the revolution. In Russia he was denounced as a traitor and conspirator and in 1940 a Stalinist agent assassinated him in Mexico City (ibid.).

*One Sunday morning when the animals assembled to receive their orders Napoleon announced that he had decided upon a new policy.*

*From now onwards Animal Farm would engage in trade with the neighbouring farms: not, of course, for any commercial purpose but*

*simply in order to obtain certain materials which were urgently necessary (Animal Farm: 42)*

The animals here wanted to engage with trade like human, and this kind of treatments is human (between people or countries) to make deals or transactions. Besides that, trade has rules, so we understand that the animals act like humans, and Orwell's motive here is to show the Nazi- Soviet pact (Segritti, 2003).

### 3-3 Personified Horses

Horses in *Animal Farm* represent the middle and working class of revolutionary Russia.

#### 3-3-1 Boxer

Boxer represents the working class. Boxer is portrayed as being a dedicated worker, but as possessing a less-than-average

intelligence. In the next passage, Boxer expresses remorse after having inflicted physical harm upon a human-being while defending the farm from an impending attack (Segritti, 2003).

*He is dead, 'Boxer said sorrowfully.' I had no intention of doing that. I*

*forgot that I was wearing iron shoes. Who will believe that I did not do*

*this on purpose? (Animal Farm: 28).*

### 3-3-2 Clover

Clover represent Boxer's female counterpart. In the next passage, clover is trying to learn the alphabet A, B, C, D. But learning is a human behavior and is a classic example of the assignment of human characteristics to animals i.e. learning whereas in real life, animals cannot learn (ibid.).

*Clover learnt the whole alphabet, but could not put words together. Boxer could not get beyond the letter D. He would trace out A, B, C, D,*

*in the dust with his great hoof (Animal Farm: 21).*

### 3-4 Personified Dogs

The dogs represent the military or police. Throughout *Animal Farm*, the dogs are generally portrayed as blindly obedient, and minimal description is given in regards to the way the dogs' characteristics develop over the course of the story. However, the next passage personifies the dogs in such a way that reveals they are indeed able to read, as well as their intellectual interests or lack thereof (ibid.).

*The dogs learned to read fairly well, but were not interested in, reading anything except the Seven Commandments (Animal Farm: 21).*

### 3-5 Personified Sheep

The sheep represent the masses at large. They (like horses) are characterized in terms of their blind obedience to the pigs; however, their innocence is more accentuated as is their simplicity of mind. The next passage alludes to their ability to memorize a phrase as well as the ability to verbally recall the memorized information (Segritti, 2003).

*When they had once got it by heart the sheep developed a great*

*liking for this maxim, and often as they lay in the field they would all start bleating 'Four legs good, two legs bad! Four legs good, two legs bad!' and keep it up for hours on end, never growing tired of it (Animal Farm: 21).*

### **Conclusion**

As it is said in the abstract, the aim of this article was to find out the effect of using figures of speech on the Animal farm and understanding figures of speech used for explaining speech beyond its usual usage. The acquired result shows that the writer wants to convey his message of this novel in an implicit and indirect way, so he has used more types of figures of speech which have figurative meaning beyond their literal meaning. Many people read Animal Farm as fable novel without paying attention to figurative meaning or discover what beyond the novel so Orwell succeeded in sending his message at the time that impossible to write directly about the policy, so he used figures of speech which decorated Animal farm and made them a unique novel among Orwell's novels.

### **Findings of Research:**

- 1 / The writer used figures of speech and conveyed his message implicitly and indirectly.
- 2 / Figures of speech add flavors to literary works.
- 3 / Figures of speech help writers to escape from tyrannical government.
- 4 / The ability of writers in choosing figurative language make favor to them and make their literary works unique.

### **Recommendation of the Research:**

- 1 / Figures of speech should be used in literary works because of its magic role in communicating with special society or levels of understanding.
- 2/ Figures of speech are important for conveying the crises of society that can not be written directly.
- 3/ Animal farm is unique novel! So it needs more studies.

### **References**

- Alhasnawi A (2007). "A Cognitive Approach to Translating Metaphors". Translation J., 11: 3.3.
- Bredin H (1998). Comparisons and Similes. *Lingua*, 105: 68.
- Drabble, M., 2000, *The Oxford Companion to English Literature*: Oxford University Press.
- Dodson, J., 2008, *The Power of Personification: Rhetorical Purpose in The Book of Wisdom and The Letter to The Romans*. NY: Walter de Gruyter.
- ElahehFadaee 2011 symbol, metaphors and similes in literature
- Fromilhague C (1995). *Les Figures de Style*. Paris: Nathan
- Gibbs RW (1994). *The Poetics of Mind*. Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Kinoslita, R., 2004, *Reception Theory*. University of California Santa Barbara: Departement of Art.
- Leech, G.N., 1969, *A Linguistic Guide to English Poetry*, London, Longman.
- Wain, John. George Orwell (11).In *Essay on Literature and Ideas*.London, 1963.Hunter, Lynette. *Animal Farm: Satire into Allegory*edAs Contemporary Critical Newmark.p 1988 Atextbookof translation. London Hall international Ltd
- Paxson, J., 1994, *The Poetic of Personification*: Cambridge: University Press.
- Peters, P., 2004, *The Cambridge Guide to English Usage*, University of Leeds.
- Starkey, L., 2004, *How to Write Great Essay*. USA: Faculty of Wesleyan University.
- Tajalli G (2003). *Idioms and Metaphorical Expressions in Translation*. Tehran: Samt.
- Webster M (2003). *Collegiate Dictionary*. U.S.A: Merriam Webster Inc.
- Richards IA (1965). *The Philosophy of Rhetoric*. New York: OUP.