

مجلة الدراسات الاقتصادية والاجتماعية العدد الحادي عشر - مارس ٢٠٢٠م

جامعة دنقلا- كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية

مجلة الدراسات الاقتصادية والاجتماعية

Journal of Economic and Social Studies

مجلة علمية دورية نصف سنوية محكمة



تصدر عن كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية - جامعة دنقلا

University of Dongola – Faculty of Economics &  
Administrative Sciences

العدد الحادي عشر - السنة السادسة - مارس ٢٠٢٠ م

العدد الحادي عشر - مارس ٢٠٢٠م

## مجلة الدراسات الاقتصادية والاجتماعية

مجلة علمية دورية نصف سنوية محكمة

تصدر عن كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية - جامعة دنقلا

المشرف العام

أ.د. بدر الدين خليل أحمد خليل

رئيس هيئة التحرير

د. خنساء علي محمد صالح كبرة

نائب رئيس هيئة التحرير

د. أكرم بابكر الشريف حمد

هيئة التحرير

د. أسامة معاوية بخيت

د. الوليد مصطفى إبراهيم موسى

د. عصام عبد المطلب عثمان أحمد

د. إشراقة محمد صالح إبراهيم

أ. عثمان الصادق مختار محمد علي

أ. فاطمة الزهراء عبد المجيد أحمد

سكرتارية التحرير

هنادي محمد فضل

مستشارو التحرير

أ.د حسن علي الساعوري

أ.د حسن محمد صالح

أ.د أبو القاسم أبو النور

أ.د عبد الماجد عبد الله حسن

أ.د بكري الطيب موسى

أ.د محمد حسين ابو صالح

أ.د عمر محمد علي

أ.د علي عبد الله علي خيري

أ.د تاج الختم محمد علي نوري

أ. د أمير محمد دياب إسماعيل

### كلمة العدد

يسر أسرة كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية بجامعة دنقلا أن تضع بين أيديكم العدد الحادي عشر من مجلتها مجلة الدراسات الاقتصادية والاجتماعية والتي تقوم بنشر الدراسات العلمية الرصينة النابعة من الأقلام الجادة والمتخصصة لإثراء العلم والمعرفة. وقد استعانت المجلة بنخبة من خيرة الأساتذة المتخصصين لإجراء عملية التحكيم كان له كبير الأثر في الارتقاء بنوعية الأبحاث بتأكيد نقاط القوة فيها وتعديل ما يستوجب تعديله.

الشكر لكل من ساهم في إظهار هذا العدد آمليين أن نلتقي بكم مجدداً في عدد قادم.

### هيئة التحرير

## العدد الحادي عشر - مارس ٢٠٢٠م

مجلة الدراسات الاقتصادية والاجتماعية

مجلة علمية دورية نصف سنوية محكمة

تصدر عن كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية - جامعة دنقلا

دنقلا - السودان

### مقدمة:

مجلة الدراسات الاقتصادية والاجتماعية (مجلة علمية محكمة نصف سنوية) تصدر عن كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية - جامعة دنقلا .  
تقبل المجلة البحوث والأوراق العلمية التي تتسم بالأمانة والموضوعية والمنهجية والفائدة العلمية، وذلك باللغتين العربية والإنجليزية، وترحب المجلة بإسهامات الباحثين من داخل وخارج الجامعة والتي تتوفر فيها كل أساسيات البحث العلمي شريطة ألا تكون هذه الإسهامات قد نشرت من قبل أو تحت النشر في أي مجلة علمية أخرى.

### قواعد النشر:

١. الموضوعية والمستوى العلمي والدقة.
٢. تُقدم الدراسة أو المقال مدققاً لغوياً ومطبوعاً على ورق A٤، ومرفقاً معه قرص مدمج ٣.٥ فيما لا يزيد عن (٧٠٠٠) كلمة (٢٠ صفحة) بفراغات مزدوجة وهوامش ٢.٥ سم وترقم الصفحات في الأسفل على الجانب الأيسر بشكل متسلسل سواء باللغة العربية، أم الإنجليزية، أم الفرنسية. ويرفق ملخص للبحث لا يزيد عن (١٠٠) كلمة بإحدى اللغات المستخدمة في المجلة خلافاً للغة البحث.

٣. 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.
٤. عدم نشر المواد التي سبق نشرها أو المرسلة للنشر بأي مجلة أو دورية أخرى.
٥. تخضع المساهمات لتحكيم الهيئة الاستشارية للمجلة ولا تعاد المواد التي لم تنشر لصاحبها.
٦. تحتفظ المجلة بحقها في حذف أو إعادة صياغة بعض الكلمات بما يتلاءم وأسلوبها في النشر مع عدم الإخلال بالنسق العام للموضوع أو الأفكار أو المعلومات الواردة فيه.
٧. تُمنح الأولوية للدراسات والبحوث التي لا يتعدى عمر مصادرها ومراجعتها خمس سنوات.
٨. تتبع الطريقة الأمريكية في توثيق المصادر.
٩. 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.
١٠. بعد التحكيم يطلب من الباحث تسليم البحث في قرص مدمج (CD) أو إرسال البحث على البريد الإلكتروني للمجلة.
١١. تقبل البحوث من كافة الباحثين من داخل وخارج السودان.
١٢. الأفكار والمعلومات الواردة في البحوث تعبر عن آراء كاتبها فقط ويتحمل الباحث العلمي صاحب البحث العلمي المنشور المسؤولية القانونية لما جاء في البحث من معلومات وحقائق، وأن البحث خالي من السرقات الأدبية أو العلمية .

١٣. تمنح المجلة كاتب المقال نسخة ورقية واحدة وللمزيد من الاطلاع الدخول على موقع المجلة الالكتروني.
١٤. أصول المقالات التي ترد إلى المجلة لا تسترجع سواء نشرت أم لم تنشر.
١٥. تحتفظ المجلة بكافة حقوق النشر.
١٦. رسوم النشر للورقة (٧٠٠٠ جنيه) داخل السودان، و(٥٠ دولار) خارج السودان.

١٧. ترسل البحوث إلى المجلة على العنوان التالي:

مجلة الدراسات الاقتصادية والاجتماعية

هيئة التحرير

كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية

جامعة دنقلا - ص ب ٤٧

تلفون ٠١٢٠٣٤٢٨٦٩

البريد الإلكتروني [ecoandsoc.dog@gmail.com](mailto:ecoandsoc.dog@gmail.com)

موقع المجلة على الانترنت: <http://Journals.uofd.edu.sd>

مجلة الدراسات الاقتصادية والاجتماعية

| م | المحتويات                                                                                                                                                                                | رقم الصفحة |
|---|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| ١ | أثر الودائع والتسهيلات على سعر السهم في السوق السعودي<br>(دراسة تطبيقية على بنك الراجحي - المملكة العربية السعودية)<br>د. أمير محمد دياب إسماعيل & أ. بدر بن محمد العزيز بن نفيسة        | ١٠         |
| ٢ | دور المعرفة السوقية في اختيار الاستراتيجيات التنافسية<br>(دراسة تطبيقية على بعض المصارف التجارية السودانية)<br>د. نبوي محمد الطيب الفلح                                                  | ٣٦         |
| ٣ | أثر جودة التحاسب الضريبي في الحد من عدم تماثل المعلومات<br>(دراسة ميدانية على ديوان الضرائب بولاية الخرطوم - السودان)<br>د. محمد الرحمن البكري منصور & أ. محمد الطيب الياس               | ٧٤         |
| ٤ | أثر المشاركة الشعبية على التنمية الريفية (بالتطبيق على مشروع صندوق تنمية المجتمع - ولايات كردفان - السودان)<br>د. حسن محمد ماشا عريان & د. صلاح أحمد منيل محمد &<br>د. تماضر جابر البشير | ١٠٦        |
| ٥ | السياحة وتنمية المجتمعات المحلية - السودان<br>د. محمد الفتاح عبد العزيز محمد إبراهيم                                                                                                     | ١٣٧        |
| ٦ | تدريب القوى العاملة بمكتبات جامعة دنقلا - السودان<br>د. أميرة علاء الدين صالح محمد                                                                                                       | ١٧٨        |



|     |                                                                                                                                                                       |   |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|
| ١٩٨ | مبدأ سلطان الإرادة في الفقه الإسلامي والقانون<br>د. الغزالي محمد محمد الحسن محمد صالح                                                                                 | ٧ |
| ٢٢١ | المسؤولية المجتمعية وسبل تفعيلها لدى أعضاء هيئة التدريس<br>بجامعة الدنج - السودان<br>د. مجذوب أحمد محمد أحمد قمر & د. موسى مكي حامد أبكر<br>د. عبد القادر آدم حسن مكي | ٨ |

**أثر الودائع والتسهيلات على سعر السهم في السوق السعودي  
(دراسة تطبيقية على بنك الراجحي - المملكة العربية السعودية)**

إعداد:

د. أمير محمد دياب إسماعيل & أ. بدر بن عبدالعزيز بن نفيسة

**Abstract**

This study aimed to identify the impact of deposits and banking facilities on the share price of Al Rajhi Bank. The analytical descriptive method was used. Al Rajhi Bank publications and financial statements were adopted during the period ٢٠١٦-٢٠١١ .

The study found a general development in all financial indicators of Al Rajhi Bank during the study period (٢٠١٦-٢٠١١). It also noted that Al Rajhi Bank maintained its share price with a fluctuating high during the study period. The study showed that there is no effect of (deposits and banking facilities) on the share price in Al Rajhi Bank. Through the results, the study reached several recommendations, the most important of which is the necessity of working to maintain the market value of shares to

increase the volume of investment in banks. It also recommended the need to commit to publishing financial reports on profitability and returns on the stock and investors.

### مستخلص

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر الودائع والتسهيلات المصرفية على سعر السهم في مصرف الراجحي، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، وقد تم الاعتماد على منشورات بنك الراجحي وبياناتها المالية خلال الفترة (٢٠١١ - ٢٠١٦)، وتوصلت الدراسة إلى وجود تطور بشكل عام في كافة المؤشرات المالية لبنك الراجحي خلال فترة الدراسة (٢٠١١ - ٢٠١٦). كما أشارت إلى أن بنك الراجحي حافظ على سعر السهم مع ارتفاع متذبذب خلال فترة الدراسة. لقد بيّنت الدراسة على عدم وجود أثر لكل من (الودائع والتسهيلات المصرفية) على سعر السهم في مصرف الراجحي، ومن خلال النتائج توصلت الدراسة إلى عدة توصيات أهمها ضرورة العمل على الحفاظ على القيمة السوقية للأسهم لزيادة حجم الاستثمار في البنوك. كما أوصت بضرورة الالتزام بنشر التقارير المالية حول الربحية والعوائد على السهم وعلى المستثمرين.

### أولاً : الإطار العام للدراسة

#### المقدمة :

تعتبر البنوك من دعائم الاقتصاد السعودي لما تقوم به من عمليات مصرفية متعددة تتمثل في قبول الودائع على اختلاف أنواعها، فهي تقبل الودائع من المواطنين ومن المقيمين بالعملة السعودية أو بالعملات الأجنبية وتمنح التسهيلات على اختلاف أنواعها وتقدم الاعتمادات المستندية للمستوردين لتمويل المستوردات، كما تقدم تسهيلات

التعامل بالعملات الأجنبية وفقاً لتعليمات البنك المركزي، وغيرها من التسهيلات المباشرة وغير المباشرة (الراوي، ٢٠٠٣).

تشكل الودائع قوام وحياة البنوك اذ تعتبر من أهم المصادر للأموال التي تعتمد عليها في عملياتها المصرفية والاقرضية، لذلك تحرص على تمتيتها من خلال تنمية الوعي المصرفي والادخاري بالتوسع في فتح المزيد من الوحدات المصرفية وتبسيط إجراءات التعامل أي السحب والإيداع ورفع كفاءة الأوعية الادخارية، زيادة ثقة العملاء فكلما ازدادت الثقة كلما تمكن المصرف من جذب المزيد من الودائع الكافية لتأمين سير عمله ونموه وامتصاص أية خسائر غير متوقعة وتمكين المصرف من متابعة أعماله ونشاطاته دون أن تتأثر ثقة المودعين، ولعل سمة التغير هي سمة متلازمة لحجم الودائع نتيجة التغير المستمر في كل من الموجودات المتداولة والمطلوبات المتداولة، فالموجودات المتداولة هي رأسمال عامل يستخدم لتمويل العمليات اليومية وهي مهمة لتسهيل تشغيل أنشطة البنك، ومن الناحية المثالية فإن الموجودات المتداولة يتم تمويلها بواسطة المطلوبات المتداولة وغيرها (يحيى، ٢٠٠٩، ص ١٥).

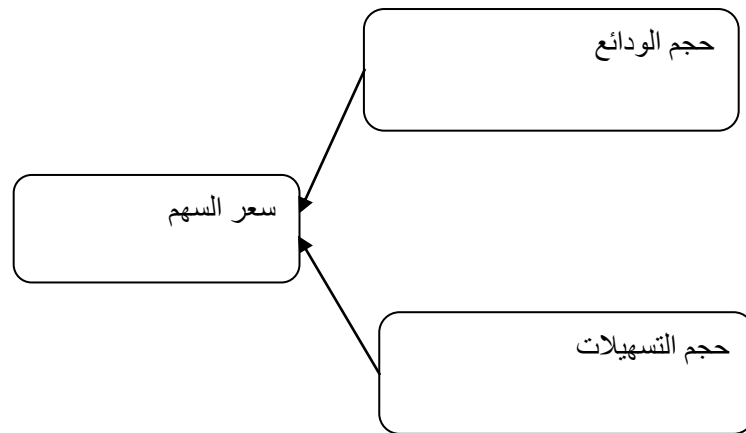
#### مشكلة وأسئلة الدراسة :

تكمن مشكلة الدراسة في أنه وعلى الرغم من أن جميع البنوك السعودية تعمل في نفس البيئة الاقتصادية إلا أنها اختلفت من حيث الكفاءة في تحقيق أهدافها، وهناك العديد من العوامل التي قد تؤثر على نسب الكفاءة لديها، ولعل من أهم تلك العوامل الودائع والتسهيلات، وبناء على ذلك يمكن تلخيص مشكلة الدراسة بالتساؤلات التالية:-

- ما أثر الودائع على سعر السهم في مصرف الراجحي؟
- ما أثر التسهيلات المصرفية على سعر السهم في مصرف الراجحي؟

**أهمية الدراسة:**

تأتي أهمية الدراسة في كونها تهتم في توضيح أثر الودائع والتسهيلات على سعر السهم لما لها من أهمية في اتخاذ القرارات الخاصة في التسهيلات الائتمانية التي تمنحها البنوك وعلى ثروة الملاك، وتفيد نتائج الدراسة الحالية كل من المستثمرين، وإدارات البنوك التجارية في إيجاد أهم العوامل التي تؤثر في سعر السهم. تكمن أهمية الدراسة من الناحية الأكاديمية في ندرة الدراسات التي تناولت موضوع الدراسة الحالية وخاصة على البنوك في المملكة العربية السعودية (على حسب علم الباحث)، كما أنها تشكل منطلقاً لبحوث مستقبلية في موضوع هام في البنوك والمالية.

**نموذج الدراسة:****فرضيات الدراسة:**

**الفرضية الأولى:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للودائع على سعر السهم في مصرف الراجحي.

**الفرضية الثانية:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتسهيلات على سعر السهم في مصرف الراجحي.  
**محددات الدراسة:**

- (١) الحدود الموضوعية: أثر الودائع والتسهيلات على سعر السهم.
- (٢) الحدود المكانية: تقتصر الدراسة في تطبيقها على مصرف الراجحي - المملكة العربية السعودية.

- (٣) الحدود الزمنية: خلال الفترة ٢٠١١ - ٢٠١٦.

#### ثانيا : الإطار النظري والدراسات السابقة

شهد العالم تطورات ضخمة يطلق عليها حاليا بالعولمة التي أثرت على عديد القطاعات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، ونتيجة لذلك أصبح للبنوك دور فعال في هذا العالم، إذ انه أصبح لا يمكن لأي بلد من البلدان الاستغناء عن خدماته بالنظر الى العمل الاستراتيجي الذي يقوم به البنك والمتمثل في منح التسهيلات (عياشة، ٢٠١٤). وإذا لم تقم البنوك بذلك الدور المطلوب منها حينها تحتاج لمراجعة سياساتها المتبعة في تقديم التسهيلات الائتمانية، وتكون عرضة للمساءلات التي يوجهها لها أصحاب الودائع والمجتمع الذي تعمل به (الفليت، ٢٠٠٤).

**الودائع المصرفية:**

دخل العمل المصرفي عهداً جديداً بقبول الناس التزامات البنوك بديلاً عن النقود في الوفاء بالديون، سواء أكان هذا في صورة ايصالات الإيداع أم في صورة أوامر الصرف المحررة من قبل المودعين لدائنيهم على البنوك. وقد ادركت البنوك في الحالتين قدرتها على تعويض تعهداتها بالدفع محل النقود فيما تزود به عملائها من قروض مما زادت بذلك قدرتها على الاقراض وبالتالي زيادة الربح، وذلك ما يعرفه الاقتصاديون بقدرة البنوك على عمل النقود (محمد، ٢٠١٣). ويتكون الجهاز المصرفي لأي دولة من مجموع المصارف العاملة حيث لكل دولة بنك مركزي يقوم بدوره كمصرف للحكومة، والذي يختلف عن غيره من المصارف في كونه لا يستهدف الربح، كما له حق الإشراف والرقابة على وحدات القطاع المصرفي . ومن المؤسسات المالية التي يتكون منها الجهاز المصرفي البنوك التجارية التي تتنوع الأنشطة التي تزاولها . وهذه البنوك من المؤسسات التي تمارس الوساطة المالية، حيث تتمثل مهمتها الأساسية والتقليدية في تلقي ودائع الافراد، والمؤسسات والسلطات الحكومية حتى سميت - بنوك الودائع - والقيام بإقراض الأموال (American Bankers Association, ٢٠١٤).

**مفهوم الودائع المصرفية:**

يمكن النظر للودائع على أنها اتفاق يدفع بمقتضاه العميل مبلغاً من المال بوسيلة من وسائل الدفع، ويلتزم بمقتضاه البنك برد هذا المبلغ للعميل عند الطلب أو حين يحل أجله، كما قد يلتزم البنك بدفع فوائد على قيمة الوديعة، وتتمثل الودائع بالمبالغ النقدية المقيمة في دفاتر البنوك التجارية والمستحقة للمودعين سواءً أفراد أو مؤسسات، وتبرز أهمية الودائع باعتبارها قوام حياة البنوك التجارية حيث أنها تشكل المصدر الرئيس لأموال البنوك وتعتبر أكثر مصادر الأموال خصوبة وأقلها تكلفة (سعيد، ٢٠٠٦). وقد عرف سعيد (٢٠٠٤) الودائع على أنها " اتفاق يدفع بمقتضاه المودع

مبلغاً من النقود بوسيلة من وسائل الدفع، يلتزم بمقتضاه المصرف برد هذا المبلغ للمودع عند الطلب أو حينما يحل أجله، كما قد يلتزم بدفع فوائد على قيمة الوديعة". كما أشار إليها على أنها "تتمثل بالمبالغ النقدية المقيدة في دفاتر المصارف التجارية والمستحقة للمودعين سواء كانوا أفراد أو مؤسسات". كما عرفها الصيغي (٢٠١٣) الودائع المصرفية على أنها "النقود التي يعهد بها الأفراد أو الهيئات إلى البنك على أن يتعهد الأخير بردها أو رد مبلغ مساو إليهم لدى الطلب أو بالشروط المتفق عليه".

**أنواع الودائع :** لقد حدد اللامي، (٢٠١٦) أنواع الودائع على النحو الآتي:-

١/ ودائع الحسابات الجارية: وتعرف بأنها اتفاق بين الزبون والبنك يودع بموجبه الزبون مبلغاً من المال لدى المصرف، ويكون له الحق في سحب المبلغ في أي وقت، ويمكن سحب الودائع بدون اشعارات مسبقة أي بمجرد تقديم الطلب ولهذا تاخذ المصارف حالة عدم الاستقرار للودائع الجارية من خلال الاحتفاظ بجزء منها واستثمار الباقي في أنشطة قابلة للتمويل.

٢/ ودائع التوفير: وتتمثل من خلال اتفاق بين البنك والزبون يودع بموجبه الزبون مبلغاً من المال لدى البنك مقابل حصوله على فائدة، بشرط أن يكون للزبون الحق في السحب من الوديعة في أي وقت دون أي إخطار سابق، ولا يجوز كشف حسابات التوفير ولا يتم منح دفاتر شيكات لأصحابها، بل يتم منحهم دفاتر توفير حيث يتم الايداع والسحب بموجبها.

٣/ الودائع الثابتة: وتمثل الودائع الثابتة النسبة الأكبر من موارد البنوك التجارية وتتكون من الايداعات الثابتة التي يتقدم بها العملاء والهيئات المختلفة وتكون على نوعين:  
أ/ الودائع لأجل: حيث لا يلتزم البنك أو المؤسسة المالية بدفعها إلا في الموعد المحدد، أي بعد مدة معينة يتفق عليها صاحب الوديعة مع البنك، وهذا يعطي الحرية للبنك في اقراضها أو استثمارها وجني العوائد.



ب/ الودائع بأخطار: حيث تشترك مع الودائع لأجل في وجود قيد على السحب منها ولكنه قيد أخف نسبياً، ويشير إلى ضرورة إخطار البنك قبل السحب بمدة معينة لجعلها قابلة للسحب، وتمكين البنك من الاحتفاظ بقدر أكبر من السيولة، ويكون للبنك حرية أقل في توظيف المال.

#### التسهيلات الائتمانية:

تشكل البنوك نقطة رئيسية لتمويل التسهيلات والتي تعتبر دافعاً أساسياً لعملية التنمية الاقتصادية في دول العالم، خاصة عند قيام الدول بتوفير مناخ استثماري مناسب للبنوك العاملة فيها. وتعمل كذلك البنوك في مختلف أنواعها في تقديم التسهيلات المتنوعة لعملائها مما يشكل رافداً أساسياً لها من ناحية استثماراتها المختلفة (Kariyawasam & Jayasiri, ٢٠١٦). وقد عرف شهاب الدين (٢٠١٦) التسهيلات على أنها "نوع من أنواع الائتمان التي تمنحها البنوك لعملائها"، حيث أن الائتمان هو "القدرة على الاقتراض، واصطلاح المفكرون في المجالات المالية على أنه التزام طرف لطرف آخر بالاقتراض أو المداينة"، بينما عرفت بأنها "عملية يقوم بها الدائن بمنح المدين أموال ضمن مهلة من الزمن يقوم بالالتزام من خلالها بدفع قيمة الأموال في وقت محدد وعند انتهاء هذا الوقت".

#### أشكال وأنواع التسهيلات المصرفية:

تعتبر التسهيلات الائتمانية ذات أهمية كبيرة للبنوك، حيث أنها المصدر الأساسي لإيرادات البنوك، فلا بد من اهتمام الإدارة العليا في البنوك بوضع السياسات الائتمانية الجيدة التي تساعد على تحقيق الأهداف، وللتسهيلات الائتمانية عدة أشكال منها (زائدة، ٢٠٠٦):

١. التسهيلات الائتمانية المباشرة وتقسّم إلى:-

**القروض والسلف:** وتشكل أكثر الأنواع استخداماً، حيث يمتاز هذا النوع من الائتمان النقدي المباشر عن الائتمان بشكل الجاري مدين، ويتم استخدام هذا النوع لتغطية احتياجات المقترضين المختلفة.

**الجاري مدين:** حيث كان يعتبر الجاري مدين الشكل الرئيس لنشاط البنوك في تقديم الائتمان النقدي المباشر إلا أن استخدامه تقلص بسبب ارتفاع نسبة المخاطرة وعدم الدقة في الرقابة على استعماله.

**الكمبيالات المخصصة:** وتعتبر من أشكال الائتمان قصير الأجل، وتستخدم لتنظيم علاقات البيع الآجل بين التجار.

٢. التسهيلات الائتمانية غير المباشرة وتقسّم إلى:

**خطابات الضمان:** وتمثل نشاطاً مصرفياً مهماً حيث تعتبر هذه الكفالات ضماناً مصرفياً لدين أو التزام معين.

**الاعتماد المستندي:** وتتنوع الاعتمادات المستندية التي تفتحها البنوك التجارية حسب الغرض منها والشروط التي تحتوي عليها.

**التأجير التمويلي:** وبعد أحد أهم التطورات التي حدثت في أنشطة البنوك التجارية، حيث أنها تعمل على الحصول على المعدات والموجودات اللازمة دون أداء كامل القيمة أو الكلفة.

ومن التسهيلات الأخرى التي تقدمها البنوك؛ الخدمات الالكترونية مثل أجهزة الصراف الآلي والخدمات المصرفية عبر الإنترنت وعبر الهاتف المحمول، إمكانية الوصول وتعني إمكانية التواصل مع الأفرع المركزية للبنوك ووجود مكاتب خدمات، الدقة والاستجابة السريعة والفعالة (Vivekanandan and Jayasena, ٢٠١٢).

**الدراسات السابقة:**

دراسة (الخوري، رتاب وبالقاسم، مسعود (٢٠٠٦)، بعنوان أثر توقيت الإفصاح عن القوائم المالية على أسعار الأسهم وحجم التداول: دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة العامة الأردنية) حيث هدفت الدراسة إلى معرفة أثر كل من أسعار الاسهم وحجم التداول للشركات التي تفصح مبكراً عن التقارير المالية السنوية، والشركات التي تتأخر بالإفصاح. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها تأثر حجم التداول في أسهمها تأثيراً إيجابياً ومعنوياً عند الإفصاح عن التقارير المالية السنوية وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام وتوجيه المشرعين إلى ضرورة إعادة النظر في الفترة القانونية للإفصاح وذلك بإلزام الشركات بإصدار تقاريرها مبكراً سعياً وراء خدمة المستثمرين بتوفير معلومات حديثة لهم.

دراسة (٢٠١٢) Vivekananda & Jayasena بعنوان *Facilities offered by the Banks and Expectations of IT Savvy Banking (Customers, Procedia – Social and Behavioral Sciences)* والمتعلقة بالتسهيلات البنكية فقد هدفت إلى التعرف على استجابة العميل للتسهيلات المصرفية التي يقدمها البنك. وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها أن أهم المرافق المطلوبة من البنك هي خدمات دقيقة وآمنة، كما تخلص الدراسة إلى أن العملاء يتوقعون أن يقدم البنك مستوى عال من الخدمة أكثر من الحلول الإلكترونية القائمة في حد ذاته.

دراسة (٢٠١٤) Al Masum بعنوان *Dividend Policy and Its Impact on Stock Price – A Study on Commercial Banks Listed in Dhaka Stock Exchange, Global Disclosure of Economics and Business* والتي تتعلق بسعر السهم فقد هدفت إلى تقدير الزيادة في عائدات سوق الأسهم المالية لجميع البنوك في بورصة دكا للأوراق المالية في الفترة من ٢٠٠٧ إلى

٢٠١١ . وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها أن هنالك علاقة ايجابية بين نسبة الاحتفاظ واسعار الأسهم إضافة إلى شرح كبير للتغيرات في أسعار السوق للأسهم، في حين أن توزيعات الأرباح العائد والربح بعد الضرائب له علاقة سلبية وغير هامة مع أسعار الأسهم. وتشير النتائج الإجمالية لهذه الدراسة إلى أن سياسة توزيع الأرباح لها تأثير إيجابي كبير على أسعار الأسهم.

**دراسة علي حسين (٢٠١٦) بعنوان (أثر الودائع في صافي دخل المصارف: بحث تطبيقي في مصرف الشرق الأوسط العراقي للاستثمار)** والتي تتعلق بالودائع فقد هدفت إلى إثبات مساهمة الودائع المصرفية في صافي دخل مصرف الشرق الأوسط العراقي. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها استطاع مصرف الشرق الأوسط العراقي الاستثمار من استغلال زمنية الودائع الثابتة وودائع التوفير لتحقيق درجة مساهمة عالية في صافي دخل المصرف في حين أن الودائع الجارية ليس لها أي مساهمة في تحقيق صافي الدخل. ولخصت الدراسة مجموعة من التوصيات أهمها أن تبوب المبالغ التي يدفعها المصرف لضمان ودائعه (في حال إنشاء هذه المؤسسة) من ضمن المصروفات التي تطرح من مجمل الدخل.

**دراسة إيتسام شهاب الدين (٢٠١٦) بعنوان (الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية وأثرها على ربحية البنوك التجارية الاردنية: دراسة اختبارية على البنوك التجارية الاردنية للفترة ٢٠١٠-٢٠١٤)** والمتعلقة بالتسهيلات فقد هدفت إلى بيان أثر الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية على ربحية البنوك التجارية المدرجة في بورصة عمان للأوراق المالية. وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها وجود علاقة طردية ما بين الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية والعائد على الأصول . ولخصت الدراسة مجموعة من التوصيات أهمها ضرورة التركيز على ملكية هيكل رأس المال في البنوك الأردنية،

والعمل على تحسين عمليات الإفصاح في البنوك ذات الحصة السوقية الأقل لجذب مستثمرين جدد.

دراسة (٢٠١٦) Makinde بعنوان ( *Effect of Interest Rate on Commercial Bank Deposits in Nigeria* (٢٠١٣-٢٠٠٠) والتي تتعلق بالودائع المصرفية إلى معرفة تأثير أسعار الفائدة على الودائع المصرفية التجارية في نيجيريا. وتوصلت الدراسة إلى أن هناك علاقة سلبية بين أسعار الفائدة والودائع المصرفية التجارية مما يشير إلى أن أسعار الفائدة لم تكن مسؤولة عن ودائع العملاء في البنوك التجارية في نيجيريا. وأوصت الدراسة بأن تقوم المصارف التجارية بتوعية كافية لجذب المزيد من الودائع خلال التثقيف بشأن قياس الفائدة التي ستحقق لهم عند إيداع أموالهم لدى المصارف التجارية.

تناولت الدراسات السابقة متغيرات الدراسة بطرق مختلفة حيث تناولت دراسة حسين (٢٠١٦) إثبات مساهمة الودائع المصرفية في صافي دخل مصرف الشرق الأوسط العراقي، أما دراسة شهاب الدين (٢٠١٦) فقد هدفت إلى بيان أثر الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية على ربحية البنوك التجارية المدرجة في بورصة عمان للأوراق المالية، وهدفت دراسة الخوري وبالقاسم (٢٠٠٦) إلى تحديد الأثر على كل من أسعار الأسهم وحجم التداول للشركات التي تفصح مبكراً عن التقارير المالية السنوية، أما دراسة (٢٠١٦) Makinde فهدفت إلى معرفة تأثير أسعار الفائدة على الودائع المصرفية التجارية في نيجيريا، وهدفت دراسة (٢٠١٢) Vivekanandan & Jayasena إلى التعرف على استجابة العميل للتسهيلات المصرفية التي يقدمها البنك وإستفاد الباحثان في أن الدراسات السابقة لم تتناول متغيرات الدراسة مجتمعة كما تناولتها هذه الدراسة، حيث تتميز الدراسة الحالية عما سبقتها من دراسات فيما يلي:

(١) في عنوانها أثر الودائع والتسهيلات على سعر السهم الذي لم تتناوله الدراسات السابقة.

(٢) في عينتها دراسة تطبيقية (بنك الراجحي).

### ثالثاً : الدراسة التحليلية

#### منهجية الدراسة :

لإجراء هذه الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي .

#### مجتمع وعينة الدراسة:

تعتبر البنوك في المملكة كافة مجتمع دراسة، وبناءً على كبر حجم المجتمع فقد تم الاعتماد على أسلوب العينة القصدية، حيث تم تحديد الدراسة على مصرف الراجحي وجمعت البيانات حول متغيرات الدراسة من خلال منشورات المصرف خلال الفترة من الأعوام (٢٠١١-٢٠١٦).

#### الأساليب الإحصائية المستخدمة:

- ١- أساليب المنهج الوصفي وتشمل المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري.
- ٢- اختبار الانحدار (Regression) لتحديد اثر المتغيرات المستقلة (الودائع، والتسهيلات) على المتغير التابع (سعر السهم).

### عرض نتائج التحليل:

يوضح الجدول رقم (١) متغيرات الدراسة المستقلة (حجم الودائع، حجم التسهيلات، مجموع الموجودات) والمتغير التابع سعر السهم لبنك الراجحي خلال الفترة (٢٠١١ - ٢٠١٦).

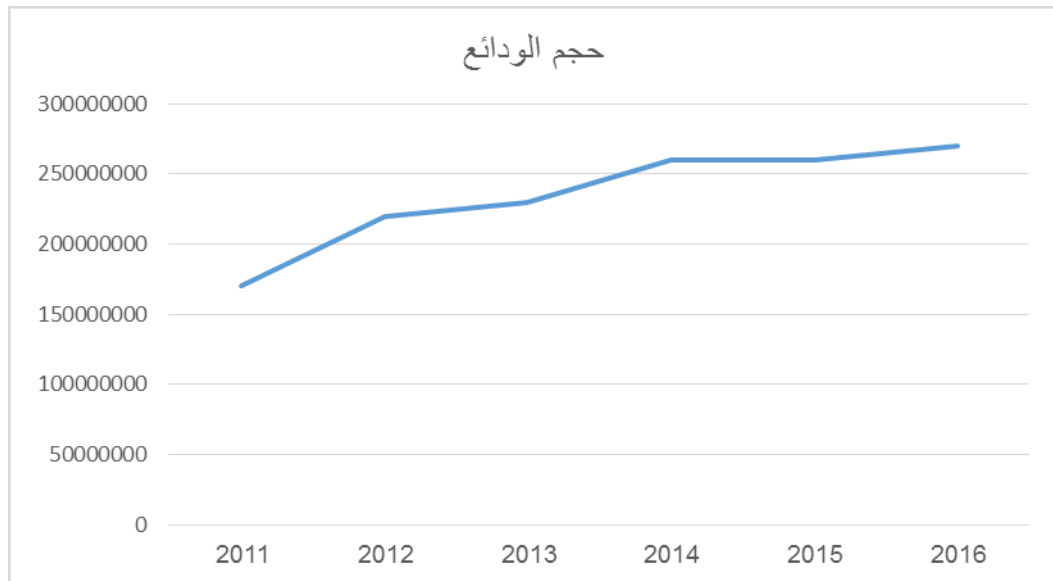
جدول رقم (١): يوضح متغيرات الدراسة المستقلة والمتغير التابع

| السنة                    | حجم الودائع | حجم التسهيلات | سعر السهم بالريال السعودي |
|--------------------------|-------------|---------------|---------------------------|
| ٢٠١١                     | ١٧٣٤٢٩٤٦٥   | ١٧٩١٩٨١١١     | ٦١.٠٠                     |
| ٢٠١٢                     | ٢٢١٣٩٤٦٣٨   | ٢١٢٨٢١٥٣٩     | ٧٨.٢٨                     |
| ٢٠١٣                     | ٢٣١٥٨٩١١٣   | ٢٢٦٣٨٦٢٨٣     | ٧٤.٢٥                     |
| ٢٠١٤                     | ٢٥٦٠٧٧٠٤٧   | ٢٤٨٤٨٩٥٨٣     | ٧٢.٥٠                     |
| ٢٠١٥                     | ٢٥٧٨٢١٦٤١   | ٢٥٠٠٩٤٧٣٢     | ٦٦.٧                      |
| ٢٠١٦                     | ٢٧٢٥٩٣١٣٦   | ٢٥٩٠٢٧٠٠٣     | ٧٧.٥                      |
| المعدل خلال فترة الدراسة | ٢٣٥٤٨٤١٧٣.٣ | ٢٢٩٣٣٦٢٠.٨.٥  | ٧١.٧٠٥                    |

المصدر : إعداد الباحثين، استناداً على منشورات بنك الراجحي

يلاحظ من خلال الجدول بالرقم (١) أن متوسط أو معدل حجم الودائع خلال فترة الدراسة بلغ (٢٣٥٤٨٤١٧٣.٣)، فيما بلغ معدل أو متوسط حجم التسهيلات قيمة أعلى وبلغت (٢٢٩٣٣٦٢٠.٨.٥) وكذلك بلغ معدل أو متوسط سعر السهم (٧١.٧٠٥)، وتوضح الأشكال التالية تلك المؤشرات:

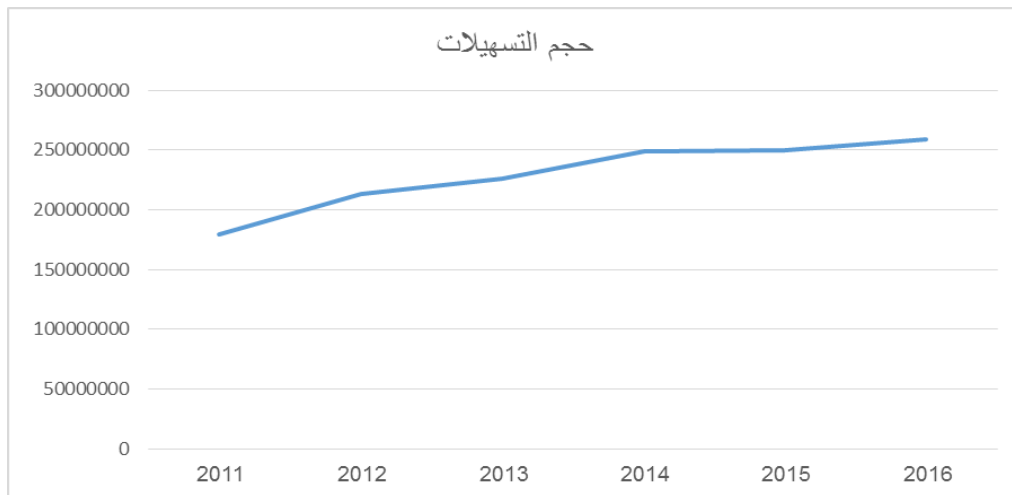
شكل رقم (١): يوضح حجم الودائع



يشير الشكل رقم (١) إلى ارتفاع في حجم الودائع في بنك الراجحي خلال فترة الدراسة حيث بلغ في العام ٢٠١١ (١٧٣٤٢٩٤٦٥)، وارتفع إلى أن بلغ في العام ٢٠١٦ (٢٧٢٥٩٣١٣٦)، مما يشير إلى تطور الودائع بشكل كبير خلال فترة الدراسة.



## شكل رقم (٢): يوضح حجم التسهيلات



يشير الشكل رقم (٢) إلى ارتفاع في حجم التسهيلات في بنك الراجحي خلال فترة الدراسة حيث بلغ في العام ٢٠١١ (١٧٩١٩٨١١١)، وارتفع الى أن بلغ في العام ٢٠١٦ (٢٥٩٠٢٧٠٠٣)، مما يشير إلى زيادة واضحة في حجم التسهيلات خلال فترة الدراسة.

## اختبار الفرضيات:

## الفرضية الأولى:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للودائع على سعر السهم في مصرف الراجحي.

ولاختبار فرضية الدراسة تم إجراء اختبار الانحدار لمدى وجود أثر ذو دلالة إحصائية للودائع على سعر السهم في مصرف الراجحي.

## إختبار قوة النموذج:

جدول رقم (٢): يوضح ملخص النموذج

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| ١     | .٥٧١ <sup>a</sup> | .٣٢٦     | .١٥٨              | ٦.١٣٦٤٧                    |

a. Predictors: (Constant), الودائع\_حجم

المصدر: إعداد الباحثين إستناداً على مخرجات برنامج التحليل الاحصائي spss

يشير الجدول (٢) أن قيمة معامل الارتباط بين المتغير المستقل والمتغير التابع بلغت قيمته (٠.٥٧١)، كما هو موضح، وبلغت قيمة معامل التحديد ( $R^2$ ) بلغ (٠.٣٢٦)، وعليه فإن المتغيرات المستقلة استطاعت أن تفسر (٣٢.٦%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع. وأن ٦٧.٤% من التغيرات ترجع لعوامل أخرى.

إختبار المعنوية الإجمالية لنموذج الانحدار:

يمثل الجدول (٣) نتائج تحليل التباين ANOVA لاختبار معنوية نموذج الإنحدار:

جدول رقم (٣): يوضح نتائج تحليل التباين<sup>b</sup>

ANOVA<sup>a</sup>

| Sig.  | F     | Mean Square | Df | Sum of Squares | Model      |   |
|-------|-------|-------------|----|----------------|------------|---|
| .٢٣٦b | ١.٩٣٧ | ٧٢.٩٤٤      | ١  | ٧٢.٩٤٤         | Regression | ١ |
|       |       | ٣٧.٦٥٦      | ٤  | ١٥٠.٦٢٥        | Residual   |   |
|       |       |             | ٥  | ٢٢٣.٥٦٩        | Total      |   |

a. Dependent Variable: السهم\_سعر

b. Predictors: (Constant), الودائع\_حجم

المصدر: إعداد الباحثين إستناداً على مخرجات برنامج التحليل الاحصائي spss

يوضح جدول (٣) تحليل التباين والذي يهدف إلى التعرف على القوة التفسيرية للنموذج أثر الودائع على سعر السهم في مصرف الراجحي عن طريق تحليل إحصائي (F)، وتم صياغة فرضياته كالآتي:

الفرضية الصفرية: نموذج الانحدار المتعدد غير معنوي (لا يوجد تأثير للمتغير المستقل على المتغير التابع).

الفرضية البديلة: نموذج الانحدار المتعدد معنوي (يوجد تأثير للمتغير المستقل على المتغير التابع).

ومن خلال ما يبيّنه جدول (٣) فإنه يتضح عدم وجود معنوية عالية لإختبار (F) مقدرة بـ (١.٩٣٧) أقل من قيمتها الجدولية (٢.١٩)، وبمستوى الدلالة قُدرت بـ  $(\text{Sig} = 0.005)$  أعلى من مستوى الدلالة  $(\alpha \leq 0.005)$  ومن هذا المنطلق يتم قبول الفرضية الصفرية أي أنه: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للودائع على سعر السهم في مصرف الراجحي. وفي رأي الباحث يعزى عدم وجود الأثر إلى طبيعة النظام المصرفي السعودي الذي يقوم على مبادئ الشريعة الإسلامية فقط حيث لا توجد أي قوانين أخرى مثلاً تلزم المقرض على سداد القروض المصرفية في مواعيدها، مما حدا بالمصارف السعودية طلب قيمة عالية للرهون تساوي أضعاف المبلغ المقترض.

#### الفرضية الثانية:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتسهيلات على سعر السهم في مصرف الراجحي.

ولاختبار فرضية الدراسة تم إجراء اختبار الانحدار لمدى وجود أثر ذو دلالة إحصائية للتسهيلات على سعر السهم في مصرف الراجحي.

## إختبار قوة النموذج:

جدول رقم (٤): يوضح ملخص النموذج

| Model | R     | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------|----------|-------------------|----------------------------|
| ١     | .٥٠٤a | .٢٥٤     | .٠٦٧              | ٦.٤٥٧٤٤                    |

a. Predictors: (Constant), التسهيلات\_حجم

المصدر: إعداد الباحثين إستناداً على مخرجات برنامج التحليل الاحصائي spss

يشير الجدول (٤) أن قيمة معامل الارتباط بين المتغير المستقل والمتغير التابع بلغت (٠.٥٠٤)، كما هو موضح، وبلغت قيمة معامل التحديد ( $R^2$ ) بلغ (٠.٢٥٤)، وعليه فإن المتغيرات المستقلة استطاعت أن تفسر (٢٥.٤%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع.

إختبار المعنوية الإجمالية لنموذج الانحدار:

يمثل الجدول (٥) نتائج تحليل التباين ANOVA لاختبار معنوية نموذج الانحدار:

جدول رقم (٥): يوضح نتائج تحليل التباين<sup>b</sup>

ANOVA<sup>a</sup>

| Model        | Sum of Squares | df | Mean Square | F     | Sig.  |
|--------------|----------------|----|-------------|-------|-------|
| 1 Regression | ٥٦.٧٧٤         | ١  | ٥٦.٧٧٤      | ١.٣٦٢ | .٣٠٨b |

|  |  |        |   |         |          |  |
|--|--|--------|---|---------|----------|--|
|  |  | ٤١.٦٩٩ | ٤ | ١٦٦.٧٩٤ | Residual |  |
|  |  |        | ٥ | ٢٢٣.٥٦٩ | Total    |  |

a. Dependent Variable: السهم\_سعر

b. Predictors: (Constant), التسهيلات\_حجم

المصدر: إعداد الباحثين إستناداً على مخرجات برنامج التحليل الاحصائي spss

يوضح جدول (٥) تحليل التباين والذي يهدف إلى التعرف على القوة التفسيرية للنموذج أثر حجم التسهيلات على سعر السهم في مصرف الراجحي عن طريق تحليل إحصائي (F)، وتم صياغة فرضياته كآتي:

**الفرضية الصفرية:** نموذج الانحدار المتعدد غير معنوي (لا يوجد تأثير للمتغير المستقل على المتغير التابع).

**الفرضية البديلة:** نموذج الانحدار المتعدد معنوي (يوجد تأثير للمتغير المستقل على المتغير التابع).

ومن خلال ما يبينه جدول (٥) فإنه يتضح عدم وجود معنوية عالية لإختبار (F) مقدرة بـ (١.٣٦٢) أقل من قيمتها الجدولية (٢.١٩)، وبمستوى الدلالة قُدرت بـ (Sig = ٣٠٨) أعلى من مستوى الدلالة (٠.٠٥ ≤ α) ومن هذا المنطلق يتم قبول الفرضية الصفرية أي أنه: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتسهيلات على سعر السهم في مصرف الراجحي.

### النتائج:

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:-

١. هناك تطور بشكل عام في حجم الودائع والتسهيلات لبنك الراجحي خلال

فترة الدراسة (٢٠١١-٢٠١٦).

٢. حافظ بنك الراجحي على سعر السهم مع ارتفاع متذبذب خلال فترة

الدراسة.

٣. أشارت الدراسة إلى أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للودائع على سعر

السهم في مصرف الراجحي.

٤. أشارت الدراسة إلى أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتسهيلات على

سعر السهم في مصرف الراجحي.

### التوصيات:

١. ضرورة العمل على الحفاظ على القيمة السوقية للأسهم لزيادة حجم

الاستثمار في البنوك.

٢. ترى الدراسة ضرورة العمل على الالتزام بنشر التقارير المالية الدقيقة بتفاصيلها حول الربحية والعوائد على السهم وعلى المستثمرين وعلى الاستثمار.

٣. ضرورة إجراء المزيد من الدراسة والبحوث حول موضوع الدراسة من خلال دراسة مؤشرات مختلفة لبيان العوامل التي تؤثر بشكل فاعل على سعر السهم.

#### المراجع:

##### ١. المراجع العربية:

- أبو سمرة، رانية (٢٠٠٧)، تطوير سياسة الودائع المصرفية في ظل نظرية ادارة الخصوم: دراسة تطبيقية على المصارف التجارية الوطنية العاملة في فلسطين، رسالة ماجستير، الجامعة الاسلامية في غزة.

- جابو، سليم (٢٠١٢)، تحليل حركة أسعار الأسهم في بورصة الأوراق المالية: دراسة حالة الأسهم المتداولة في بورصة عمان خلال الفترة الممتدة بين ٢٠٠١-٢٠١٠، رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة.



- حسين، علي (٢٠١٦)، أثر الودائع في صافي دخل المصارف: بحث تطبيقي في مصرف الشرق الاوسط العراقي للاستثمار، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، العدد ٤٨، ٢٠١٦.

- الخوري، رتاب وبالقاسم، مسعود (٢٠٠٦)، أثر توقيت الافصاح عن القوائم المالية على أسعار الأسهم وحجم التداول: دراسة تطبيقية على الشركات المساهمة العامة الأردنية، المجلة الاردنية في ادارة الاعمال، المجلد ٢، العدد ٢، ٢٠٠٦.

- زائدة، دعاء (٢٠٠٦)، التسهيلات الائتمانية المتعثرة في الجهاز المصرفي الفلسطيني: دراسة تطبيقية على المصارف الوطنية العاملة في قطاع غزة، رسالة ماجستير، الجامعة الاسلامية في غزة.

- سعيد، عبد السلام (٢٠٠٤)، تحليل الودائع المصرفية: نموذج مقترح، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، العدد ١١، ٢٠٠٦.

- شهاب الدين، ابتسام (٢٠١٦)، الحصة السوقية للتسهيلات المصرفية وأثرها على ربحية البنوك التجارية الاردنية: دراسة اختبارية على البنوك التجارية الاردنية للفترة ٢٠١٠-٢٠١٤، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الاوسط.

- الصيفي، عبد الله (٢٠١٣)، التأمين على الودائع المصرفية في البنوك الاسلامية، مجلة دراسات، علم الشريعة والقانون، العدد ٢، المجلد ٤٠، ٢٠١٣.

- عياشة، مناري (٢٠١٤)، النظام القانوني للوديعة المصرفية النقدية، رسالة ماجستير، جامعة سطيف ٢.

- الفليت، خلود (٢٠٠٤)، أثر التسهيلات المصرفية على قطاعات الاقتصاد المختلفة، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية في غزة.

- محمد، فرحي (٢٠١٣)، أحكام عقد الوديعة النقدية في النظام المصرفي الجزائري، رسالة ماجستير، جامعة وهران.

## ٢. المراجع الأجنبية

Al Masum, A. (٢٠١٤), *Dividend Policy and Its Impact on Stock Price – A Study on Commercial Banks Listed in Dhaka Stock Exchange*, Global Disclosure of Economics and Business, Volume ٣, No ١ (٢٠١٤).

American Bankers Association (٢٠١٤), *The Business of Banking: What Every Policy Maker Needs to Know*, American Bankers Association, Washington, D.C.

Kariyawasam, N. & Jayasiri, J. (٢٠١٦), *Awareness And Usage Of Internet Banking Facilities In Sri Lanka*, International Journal of

Scientific Research and Innovative Technology ,Vol. ٣ No. ٦;  
June ٢٠١٦.

Makinde, H. (٢٠١٦), *Effect of Interest Rate on Commercial Bank Deposits in Nigeria (٢٠٠٠-٢٠١٣)*, Proceeding of the First American Academic Research Conference on Global Business, Economics, Finance and Social Sciences, ٢٥-٢٨ May, ٢٠١٦.

Vivekanandan, L. & Jayasena, S. (٢٠١٢), *Facilities offered by the Banks and Expectations of IT Savvy Banking Customers*, Procedia – Social and Behavioral Sciences ٤٠ (٢٠١٢) ٥٧٦ – ٥٨٣.

## دور المعرفة السوقية في اختيار الإستراتيجيات التنافسية (دراسة تطبيقية على بعض المصارف التجارية السودانية)

إعداد:

د. نجوى محمد الطيب القلع

استاذ إدارة الاعمال المساعد

كلية الامارات للعلوم والتكنولوجيا

### Abstract

This study dealt discusses with the role of market knowledge in selecting competitive strategies and aimed to identify the nature of the relationship between them, analyze market knowledge data and competitive strategies, and reach a set of conclusions. The study problem was represented in what is the role of market knowledge in choosing competitive strategies in Sudanese commercial banks? The main hypothesis was measured: There is a statistically significant relationship between market knowledge and the choice of competitive strategies.

The study population consists of specialists consisting of department directors, department heads, and employees of the Faisal Islamic Bank and Bank of Khartoum. (١١٥) questionnaires were distributed to the predetermined and targeted sample to

verify the study hypotheses, and the descriptive analytical approach was used.

The study reached a number of results, including: Market knowledge helps to create creativity and innovation in the bank, which results in a deliberate selection of competitive strategies, and knowledge of the customer helps to understand the consumer behavior patterns of customers, as marketing research enables the bank's management to formulate marketing plans, programs and marketing policies, which helps real development of performance, the study also recommended the necessity of increasing banks' interest in market knowledge and overcoming all obstacles facing the choice of marketing strategies, and that banks' interest in choosing marketing strategies strengthens their competitive position, and banks must rely on strategic alternatives that enable them to achieve their competitive goals.

### مستخلص

تناولت الدراسة دور المعرفة السوقية في اختيار الإستراتيجيات التنافسية وهدفت للتعرف على طبيعة العلاقة بينهما وتحليل بيانات المعرفة السوقية والإستراتيجيات التنافسية والوصول إلى مجموعة من الاستنتاجات، تمثلت مشكلة الدراسة في ما دور المعرفة السوقية في اختيار الإستراتيجيات التنافسية بالمصارف التجارية السودانية؟ وتم قياس الفرضية الرئيسة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعرفة السوقية واختيار الاستراتيجيات التنافسية. يتكون مجتمع الدراسة من ذوي الاختصاص من مدراء إدارات،

ورؤساء أقسام، وموظفين ببنك فيصل الإسلامي السوداني وبنك الخرطوم، تم توزيع عدد (١١٥) استمارة على العينة المحددة مسبقاً والمستهدفة للتحقق من فرضيات الدراسة كما تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي.

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج منها: المعرفة السوقية تساعد على خلق الابداع والابتكار بالبنك مما ينتج عنه اختيار مدروس للإستراتيجيات التنافسية، كما تساعد المعرفة بالعمل على فهم الأنماط السلوكية الاستهلاكية للعملاء، حيث تمكن بحوث التسويق إدارة البنك من صياغة الخطط والبرامج والسياسات التسويقية مما يساعد على التطوير الحقيقي للأداء، كما أوصت الدراسة بضرورة زيادة اهتمام البنوك بالمعرفة السوقية وتذليل كل العقبات التي تواجه اختيار الإستراتيجيات التسويقية، وأن اهتمام البنوك باختيار إستراتيجيات تسويقية تقوي من مركزها التنافسي، وعلى البنوك أن تعتمد على البدائل الإستراتيجية التي تمكنها من تحقيق أهدافها التنافسية.

### أولاً: الإطار المنهجي

#### ١/ المقدمة:

في عالم اليوم ومع التحديات التي تواجهه منظمات الأعمال من تغييرات سريعة ومنافسة شديدة أصبحت منظمات الأعمال تدرك أهمية التسويق حيث أخذ التسويق أهمية كبيرة على مستوى المنظمات التي تسعى إلى تحقيق ميزة تنافسية مستدامة تجعلها الرائدة في السوق المستهدف التي تعمل فيه، وتحقيق تلك الريادة يتطلب من المنظمات التسلح بالمعرفة السوقية التي تساهم في تحقيق المزايا التنافسية.

للتفوق المنظمات على منافسيها لا بد لها من استثمار المعرفة السوقية في اختيار إستراتيجياتها التنافسية في المنظمات عامة وبصفة خاصة في المنظمات الخدمية كالمصارف، ولتحقق البقاء والاستمرار أصبحت هذه المنظمات تواجه تحديات كبيرة لتتكيف مع بيئة تتسم بالتغيير المستمر، وفي هذه البيئة توجهت المنظمات الخدمية

وخاصة المصارف ببناء إستراتيجياتها التسويقية اعتماداً على معرفتها بالعميل والمنافسين في سوقها المستهدف وعمل البحوث التسويقية للوصول إلى المعلومات التي تحتاجها في وضع استراتيجياتها التنافسية.

## ٢/ مشكلة الدراسة:

إن البيئة التي تعمل فيها المنظمات بيئة ديناميكية وشديدة التعقيد لذلك لابد للمنظمات من توسيع المعرفة وتطويرها بتلك البيئة حيث أن هذه المعرفة هي التي تحدد نجاح أو فشل تلك المنظمات لذلك لابد لها من الاهتمام بمعرفة العميل واحتياجاته، المنافسين وإستراتيجياتهم التنافسية ودراسة السوق من خلال البحوث التسويقية، لاحظت الباحثة في المصارف التجارية السودانية عدم اهتمام إدارتها بالمعرفة السوقية الكافية التي تؤدي إلى اختيار إستراتيجياتها التنافسية.

## تساؤلات الدراسة:

السؤال الرئيس: ما دور المعرفة السوقية في اختيار الإستراتيجيات التنافسية

بالمصارف التجارية السودانية؟

وتتفرع منه الاسئلة الآتية:

١. ما دور المعرفة بالعميل في اختيار الإستراتيجيات التنافسية بالمصارف التجارية

السودانية؟

٢. ما دور المعرفة بالمنافسة في اختيار الإستراتيجيات التنافسية بالمصارف التجارية

السودانية؟

٣. ما دور بحوث التسويق في اختيار الإستراتيجيات التنافسية بالمصارف التجارية

السودانية؟

## ٣/ فرضيات الدراسة:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعرفة السوقية واختيار الإستراتيجيات التنافسية بالمصارف التجارية السودانية. وتتفرع منها الفرضيات الآتية :

١. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعرفة بالعميل واختيار الإستراتيجيات التنافسية.

٢. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المعرفة التنافسية واختيار الإستراتيجيات التنافسية.

٣. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين بحوث التسويق واختيار الإستراتيجيات التنافسية.

## ٤/ أهمية الدراسة:

تأتي الأهمية العلمية لهذه الدراسة من أهمية القطاع المصرفي والدور الذي يلعبه في الإقتصاد الوطني ومع شدة المنافسة تستطيع المصارف من خلال التراكم المعرفي للمعرفة السوقية اختيار إستراتيجياتها التنافسية، أما الأهمية التطبيقية تتمثل في توفر قاعدة معرفية يستفيد منها القطاع المصرفي في ظل التحديات والضغوط التي يتعرض لها هذا القطاع وضرورة التكيف مع متغيرات البيئة اعتماداً على المعرفة بالعميل والمنافسة وتعزيز دور بحوث التسويق.

## ٥/ أهداف الدراسة:

١. التعرف على طبيعة العلاقة بين المعرفة السوقية واختيار الإستراتيجيات التنافسية بالمصارف التجارية السودانية.



٢. التعرف على طبيعة العلاقة بين المعرفة بالعميل والمنافسة وبحوث التسويق واختيار الإستراتيجيات التنافسية بالمصارف التجارية السودانية.

٣. تقديم عدد من التوصيات لإدارة المصارف تساهم في تحسين اختيار الإستراتيجيات التنافسية من خلال المعرفة بالعميل والمنافسة وبحوث التسويق.

#### ٦/ منهجية الدراسة:

تعتمد الدراسة على المنهج الوصفي وبرنامج التحليل الإحصائي SPSS والمنهج التاريخي. استخدام المنهج التاريخي لتوضيح لعلاقة وسد الفجوة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة ؟

#### ٧/ مصادر جمع المعلومات:

مصادر أولية: الإستبانة  
مصادر ثانوية : تتمثل في الكتب والرسائل والمجلات العلمية بالإضافة إلى الندوات والمؤتمرات والأترنت .

#### ٨. حدود البحث :

حدود مكانية : بنك فيصل الإسلامي وبنك الخرطوم

حدود زمانية : الفترة ٢٠٢٠م

حدود بشرية : الموظفين ببنك فيصل الإسلامي وبنك الخرطوم

#### ثانياً: الدراسات السابقة

١. دراسة خيرى علي أوسو ٢٠١٠م:

تناولت الدراسة دور المعرفة السوقية في تحقيق الابتكار التسويقي، وهدفت للتعرف على طبيعة العلاقة بين المتغيرين في عدد من المنظمات السياحية، تمثلت المشكلة

الدراسة في الإجابة على هل هناك تصور واضح للمنظمات المبحوثة عن المعرفة السوقية والابتكار التسويقي؟ وتمثلت الفرضية الرئيسة في أنه توجد علاقة ارتباط معنوية موجبة بين المعرفة السوقية والابتكار التسويقي، أظهرت نتائج التحليل وجود علاقة ارتباط معنوية موجبة بين المعرفة السوقية والابتكار التسويقي، كما أوصت المدراء والمعاونين ورؤساء الأقسام الاهتمام بالمعرفة السوقية وتعزيزها ونقلها لتحقيق الابتكار التسويقي ومواكبة متغيرات العصر وتقديم برامج تسويقية تلبي احتياجات الزبائن وتتفوق على المنافسين.

## ٢. دراسة يونس عبدالعزيز مقدادي وآخرون ٢٠١٢م:

تناولت الدراسة المعرفة السوقية ودورها في تحديد الاستراتيجيات التنافسية، وهدفت لتوضيح هذا الدور للبرامج الأكاديمية لعينة من الجامعات الأردنية، تمثلت المشكلة في ما أثر المعرفة السوقية في تحديد الاستراتيجيات التنافسية التي تطبقها إدارة الجامعات الأردنية الخاصة؟ تم قياس عدد من الفرضيات منها لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمعرفة السوقية التي تمتلكها إدارة الجامعات الأردنية الخاصة ممثلة في (الرؤساء، العمداء ورؤساء الأقسام) في تحديد الاستراتيجيات التنافسية (قيادة التكلفة، التميز والتركيز) للبرامج الأكاديمية، أظهرت نتائج التحليل إلى اهتمام الإداريين بالجامعات الأردنية الخاصة للمعرفة السوقية في تحديد الاستراتيجيات التنافسية، كما أوصت بضرورة تحديد الاستراتيجيات التنافسية للبرامج الأكاديمية بما يتلاءم مع طبيعة حاجات ورغبات الطلبة وضرورة أخذ آراء الطلبة بشكل دوري للتأكد من تحقيق المزايا التنافسية للبرامج الأكاديمية.

## ٣. دراسة محمد جودت ناصر ٢٠١٣م:

تناولت الدراسة أثر التحليل الاستراتيجي على الخيارات الإستراتيجية التنافسية للمنشآت الدوائية السورية هدفت الدراسة لتحليل العوامل البيئية التي تعد الركيزة الأساسية في تحديد واختيار الإستراتيجية المناسبة، حيث يتوقف نجاح الاختيار الاستراتيجي للمنشأة على نتائج التحليل الاستراتيجي لكل من بيئتها الداخلية والخارجية للوصول إلى نقاط القوة والضعف في بيئتها الداخلية واكتشاف الفرص والتهديدات التي تعيق عمل المنشأة في بيئتها الخارجية. توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج على رأسها تركيز المنشآت الدوائية على تقييم وتحليل بعض جوانب الأداء الداخلي وعدم التركيز على تحليل مكونات البيئة الخارجية، بالإضافة إلى عدم فعالية عملية التحليل البيئي الذي تقوم به المنشآت الدوائية في تحديد الخيار الاستراتيجي الذي يحقق الميزة التنافسية لها، وقدمت مجموعة من المقترحات والتوصيات التي من شأنها أن تسهم في تطوير عملية التحليل البيئي في المنشآت الدوائية بما يمكنها من تبني خيارات إستراتيجية ناجحة وفعالة وقادرة على تحقيق الميزة التنافسية لها.

## ٤. دراسة محمد علي احمد رحمة الله (٢٠١٨):

تناولت الدراسة "أثر الدور الوسيط للاستراتيجيات التنافسية على العلاقة بين الثقافة التنظيمية والتوجه الريادي" تمثلت مشكلة الدراسة في ما هي العلاقة بين الثقافة التنظيمية والتوجه الريادي من خلال الدور الوسيط للاستراتيجيات التنافسية، واختبار تلك العلاقة تم الاعتماد على المنهج التحليلي الوصفي لتحقيق أهداف الدراسة. وأظهرت النتائج وجود علاقة ارتباطية طردية (موجبة) بين الثقافة التنظيمية للمنظمة في وجود الإستراتيجية التنافسية علي التوجه الريادي للمنظمة، وهذا يعني أنه كلما توفرت ثقافة

تنظيمية قوية وداعمة أدى ذلك إلى استشعار أهمية دور التوجه الريادي، وجود علاقة ارتباطية طردية (موجبة) بين الإستراتيجيات التنافسية للشركات والتوجه الريادي لتلك الشركات، وهذا يعني أنه كلما توافرت لتلك الشركات إستراتيجيات تنافسية تتميز بها أدى ذلك إلى إن تكون من شركات ريادة الأعمال بذلك يدعم توجهها الريادي. كما أظهر التحليل وجود علاقة ارتباطية طردية (موجبة) بين الثقافة التنظيمية التي تتبعها المنظمة والإستراتيجية التنافسية.

##### ٥. دراسة عمر صالح بسلم باحميد (٢٠١٨):

تناولت الدراسة دور المعرفة السوقية في تحقيق الحصة السوقية بشركات الهاتف النقال في محافظة عدن، وهدفت لتوضيح نوع العلاقة بين المعرفة السوقية والحصة السوقية، تمثلت المشكلة في السؤال الرئيسي ما دور المعرفة السوقية في تحقيق الحصة السوقية؟ والفرضية الرئيسية متمثلة في: لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للمعرفة السوقية في تحقيق الحصة السوقية، تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي توصلت الدراسة إلى أن الشركات موضع الدراسة تمتلك معرفة سوقية مرتفعة تمكنها من رسم إستراتيجياتها التسويقية بشكل جيد، تركز تلك الشركات على المعرفة بالعمل أكثر من المعرفة بالمنافسين، كما أوصت بضرورة الاهتمام بالمعرفة السوقية كما ينبغي على الشركات رفع كفاءة استخدام تلك المعرفة في اتخاذ القرارات التسويقية المختلفة.

##### مقارنة الدراسة بالدراسات السابقة:

اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة خيري علي في متغير المعرفة السوقية واختلفتا في المتغير التابع فتم قياس دور المعرفة السوقية في تحقيق الابتكار التسويقي في تلك الدراسة والدراسة الحالية أخذت اختيار الإستراتيجيات التنافسية كمتغير تابع كما اختلفتا في البيئة التي تمت فيها الدراسة. دراسة يونس عبدالعزيز مقادي (المعرفة السوقية

ودورها في تحديد الاستراتيجيات التنافسية)، اتفقتا في المتغيرات التي تمت دراستها واختلفتا في البيئة التي تمت فيها الدراسة، دراسة محمد جودت ناصر (أثر التحليل الاستراتيجي على الخيارات الإستراتيجية التنافسية) اختلفت مع الدراسة الحالية في المتغير المستقل والبيئة التي تمت فيها الدراسة واتفقت معها في المتغير التابع (الإستراتيجية التنافسية)، أما دراسة محمد علي احمد رحمة الله (أثر الدور الوسيط للاستراتيجيات التنافسية على العلاقة بين الثقافة التنظيمية والتوجه الريادي) اختلفت مع الدراسة الحالية في أخذ الإستراتيجيات التنافسية كمتغير وسيط وأيضاً اختلفت في البيئة التي تمت فيها الدراسة، دراسة عمر صالح (دور المعرفة السوقية في تحقيق الحصة السوقية) اتفقت مع الدراسة الحالية في المتغير المستقل واختلفت في المتغير التابع والبيئة التي تمت فيها الدراسة .

### ثالثاً: الإطار النظري

#### ١. المعرفة السوقية:

اكتشفت العديد من المنظمات أن المعرفة على مختلف المستويات تشكل مصدر للابتكار والأفكار المحققة للربح، لذا بدأت منظمات اليوم تغير وجه الممارسة الإدارية، وتعتمد فلسفة مفادها إطلاق الطاقات الكامنة لدى العاملين على الأصعدة كافة من أجل إخراج أفضل ما لديهم (عبيد نغم، ٢٠٠، ص ١٩).

فالمعرفة: هي المزيج السائل من الخبرة والقيم والمعلومات السابقة والرؤى الخبيرة التي تقدم إطار لتقييم وتقرير الخبرات والمعلومات الجيدة (نجم عبود، ٢٠٠٨، ص ٢٥)

**مفهوم المعرفة السوقية:**

هي المؤشرات المنضبطة للأفراد العاملين في المنظمة لتطوير الممارسات والتطبيقات في المجال التسويقي المتعدد للاتجاهات ويتجلى ذلك بقدر المنافسة للتكيف والتعامل معها (البكري، ٢٠٠٤، ص ٥).

المعرفة السوقية هي جمع وتحليل البيانات حول الأسواق المستهدفة من خلال تحديد حجم السوق والحصة السوقية المتوقعة القادرة على خدمتها، وكذلك التنبؤ بمعدلات النمو للأسواق التي تخدمها المنظمة وتمكنها من تحديد حاجات ورغبات العملاء، وطبيعة المنافسة، ومعرفة الميزة التنافسية المناسبة (Kotler, ٢٠٠٠, p. ٤١٢).

تكمن أهمية المعرفة السوقية في الجوانب الآتية: (الصميدعي، ٢٠١٠م، ص ٥٦)

١. تؤدي دوراً مهماً في عملية إبداع السوق من خلال الحوار المتواصل بين المعرفة الصريحة والمعرفة الضمنية.

٢. زيادة قدرة المنظمة على إيجاد طرق جديدة لحل مشاكل التسويق.

٣. تساعد المنظمة على معرفة الزبائن الحاليين بشكل أفضل، وأن تعمل بشكل أدق لاستهداف الزبائن المرتقبين.

٤. التنبؤ بالحاجات للزبائن الجدد.

٥. تشجيع المنظمة للبحث عن المنتجات المتفوقة بهدف جذب المزيد من الزبائن الجدد والحد من خطورة فقدان الزبائن الحاليين.

٦. تمكن المنظمة على تحديد شركاء أفضل من أجل بناء القدرات.

٧. تكون واحدة من الخطوات المسبقة التي تؤدي إلى المزيد من الإبداع.

أشار كوتلر إلى أن الحصول على المعرفة السوقية تتطلب معرفة ثلاثة عناصر أساسية: المعرفة بالعملاء، المعرفة بالمنافسين وبحوث وتطوير السوق (Kotler, ٢٠٠٠, p. ٢٥٧).

## ٢. معرفة العميل:

يعد مفهوم معرفة العميل من المفاهيم المعاصرة نسبياً في مجال إدارة المعرفة، وتحاول الكثير من منظمات الأعمال جاهدة للحصول على هذه المعرفة، إذ أن هناك بعض المنظمات التي تعمل على عمل تحالفات مع نظيراتها من أجل تبادل هذه المعرفة، وتعمل المنظمات على نحوٍ عام على توجيه جهودها للزبائن، وبالتالي ترغب في إشباع هذه الرغبات بتوفيرها سلعاً وخدمات بأسعار تتناسب دخولهم وجودة تشبع رغباتهم بشكل أفضل من الآخرين (كوتلر، فليب وأرمسترونك، ٢٠٠٩م، ص ٤٥٦)، كما تعمل المنظمات على تقديم منتجات يكون العميل بحاجة لها وتؤدي إلى تحسين الصورة الذهنية لديه عن المنظمة ومنتجاتها ويتطلب ذلك تحليل الأنماط السلوكية الاستهلاكية لأفراد السوق (جواد، ٢٠٠٣، ص ١٦٣). وهذا يقود المنظمة لوضع إستراتيجيات تسويقية تتضمن وضع رؤية للمنظمة وتطويرها وتحديد الأهداف وتنفيذها وإعداد وإدارة البرامج التسويقية لتلبية متطلبات العملاء في الأسواق المستهدفة (Cravens & Piercy, ٢٠٠٦, p. ٢٩).

## ٣. المعرفة بالمنافسة:

تمثل مصدر القدرة على مواجهة المنافسين، ومع أن المنافسين يسعون إلى جعل معرفتهم صعبة التقليد، إلا أن أعمال ومنتجات وخدمات المنافسين تقدم فرصاً لتعلم المنظمات منها من خلال تحليل نقاط القوة والضعف لديهم. (Blythe, ٢٠٠٣.p.٢٥) . إن الميزات التنافسية في الإطار القديم يمكن أن تستنسخ وتقلد من قبل المنافسين أو أنها تختفي أو تزول سريعاً بحكم وجود منافسين أقوى ومتابعين لعمل المنظمة ولكن الميزات التنافسية المستندة إلى المعرفة ورأس المال المعرفي يمكن أن تخرج من إطار هذه الإشكالية بحكم كون المعرفة التي تستند إليها تمثل خصائص إستراتيجية للمنظمة لا يمكن تقليدها بسهولة من قبل الآخرين (حسين عجلان، ٢٠٠٨، ص ١٤١).

## ٤. بحوث التسويق:

هي عملية جمع وتحليل وتوزيع المعلومات بغرض دعم القرارات المتعلقة بالمشاكل والفرص التسويقية التي تواجه المنظمة في تحقيق أهدافها (طارق طه، ٢٠٠٨، ص ٥١٥).

هي عملية تصميم وجمع وتفسير وتوصيل المعلومات للمسوقين بهدف حل المشاكل التي يواجهونها في عملية الوصول إلى الزبائن والتأثير عليهم لشراء سلعة أو خدمة معينة (محمد قاسم القريوتي، ٢٠٠١، ص ١٢٢).



**٥. الإستراتيجيات التنافسية:**

الإستراتيجية: هي إطار عام يحكم السياسات الخاصة بالمنظمة في مختلف المجالات الإستراتيجية وهي الإطار العام الذي تتبلور فيه الرسالة (عبدالمعطي أبو الرب، ٢٠٠٩، ص ٨٨).

الإستراتيجيات التنافسية: هي البدائل الإستراتيجية التنافسية التي يتم اعتمادها من بين البدائل المتاحة والتي تمكن المنظمة من تحقيق أهدافها وتقوية مركزها التنافسي في السوق (شاكر الخشالي، ٢٠٠٣، ص ٢٧).

**رابعاً: نتائج التحليل واختبار فروض الدراسة  
مجتمع وعينة الدراسة :**

تم تحديد العينة بمواصفاتها العلمية التي تحقق أغراض الدراسة (دور المعرفة السوقية في اختيار الإستراتيجيات التنافسية) من ذوي الاختصاص من مدراء إدارات ، ورؤساء أقسام، وموظفين ببنك فيصل الإسلامي السوداني وبنك الخرطوم. تم توزيع عدد (١١٥) استمارة على العينة المحددة مسبقاً والمستهدفة للتحقق من فرضيات الدراسة وتم جمع عدد (١٠٠) استمارة لتحليلها، أي بنسبة (٨٧%).

**ثبات وصدق أداة البحث:****الثبات والصدق الإحصائي:**

تم توزيع الاستبيان على عينة مكونة من (٢٠) فرد من مجتمع البحث ومن خارج عينة البحث متفقة في خواصها مع عينة البحث وذلك لحساب معامل الثبات، ولتحديد درجة استجابة المبحوثين للاستبيان والتعرف على الأسئلة الغامضة وإتاحة الاختبار المبدئي للفرضيات، وإيضاح بعض مشاكل التصميم والمنهجية.

وأجري اختبار الثبات لأسئلة الاستبيان باستخدام معامل ألفا كرونباخ وكانت النتيجة (٠.٨٨) وهو يعني أن هنالك ثبات في البيانات كما مبين في الجدول (١) أدناه :

### جدول رقم (١)

#### معامل ألفا كرونباخ لعبارات الاستبيان

| الفرضيات        | عدد العبارات | معامل الثبات | معامل الصدق الذاتي |
|-----------------|--------------|--------------|--------------------|
| المحور الاول    | ٥            | ٠.٦٠٦        | ٠.٧٧٨              |
| المحور الثاني   | ٥            | ٠.٥٧٥        | ٠.٧٥٨              |
| المحور الثالث   | ٥            | ٠.٥٦٩        | ٠.٧٥٥              |
| المحور الرابع   | ٥            | ٠.٧١٧        | ٠.٨٤٧              |
| المحور الخامس   | ٥            | ٠.٥٠٢        | ٠.٧٠٨              |
| الاستبانة كاملة | ٢٥           | ٠.٧٨٩        | ٠.٨٨٨              |

المصدر: إعداد الباحثة من بيانات الدراسة الميدانية، ٢٠٢٠م

يتضح للباحثة من الجدول رقم (١) أن نسبة معامل الثبات ومعامل الصدق الذاتي باستخدام معادلة كرونباخ ألفا للعبارات لكامل استبانة جميعها عالية جداً مما يعطى مؤشر جيد لقوة وصدق الاستبانة وفهم عباراتها من قبل المبحوثين، ومن ثم الاعتماد عليها في اختبار فرضيات الدراسة.

#### الأساليب الإحصائية المستخدمة:

لتحقيق أهداف البحث وللتحقق من فرضياتها، تم استخدام الأساليب الإحصائية التالية:

- الأشكال البيانية.
- التوزيع التكراري للإجابات والنسب المئوية.
- معادلة كرونباخ ألفا - لحساب معامل الثبات.
- الوسط الحسابي والانحراف المعياري.

- اختبار (t) لإثبات صحة الفرضيات.

- معامل الارتباط.

### تحليل البيانات واختبار الفرضيات

#### التحليل الوصفي لعينة الدراسة الميدانية:

لتطبيق أداة الدراسة لجأت الباحثة بعد تحكيم الاستبانة إلى توزيعها على عينة الدراسة المقررة. بعد استلام استمارات الاستبانة من أفراد عينة الدراسة وقد تم تفرغ البيانات في الجداول توطئة إدخالها في البرنامج الإحصائي (SPSS)، حيث تم تحويل المتغيرات الاسمية (موافق بشدة، موافق، محايد، غير موافق، غير موافق بشدة) إلى متغيرات كمية (٣، ٤، ٥، ١، ٢) على الترتيب.

#### تحليل ومناقشة المحور الأول: المعرفة السوقية

يهدف هذا المحور لمعرفة المعرفة السوقية ولاختبار هذا المحور لابد من بيان اتجاه آراء أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عباراته .

#### جدول رقم (٢)

##### التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارة المحور الأول

| العبارة                                                | لا موافق بشدة | لا موافق | محايد   | موافق  | موافق بشدة | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | درجة الموافقة |
|--------------------------------------------------------|---------------|----------|---------|--------|------------|---------------|-------------------|---------------|
|                                                        |               |          |         |        |            |               |                   |               |
|                                                        | التكرار       | النسبة   | التكرار | النسبة | التكرار    |               |                   |               |
| تساعد المعرفة السوقية على خلق الإبداع والابتكار بالبنك | ١             | ١.٠%     | ١       | ١.٠%   | ٢٥         | ٤.٦٦          | ٦٥٥               | أوافق بشدة    |
|                                                        | ١             | ١.٠%     | ١       | ١.٠%   | ٧٢         |               |                   |               |

مجلة الدراسات الاقتصادية والاجتماعية العدد الحادي عشر - مارس ٢٠٢٠م

|            |     |      |       |       |       |      |      |                                                                                   |
|------------|-----|------|-------|-------|-------|------|------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| أوافق بشدة | ٥٧٧ | ٤.٥٠ | ٥٤    | ٤٢    | ٤     | ٠    | ٠    | تساعد المعرفة السوقية المؤسسة عليم عرفة العملاء الحاليين بشكل أفضل                |
|            |     |      | ٥٤.٠% | ٤٢.٠% | ٤.٠%  | ٠.٠% | ٠.٠% |                                                                                   |
| أوافق بشدة | ٦٠٦ | ٤.٤٢ | ٤٧    | ٤٩    | ٣     | ١    | ٠    | تساعد المعرفة السوقية في زيادة قدرة المؤسسة علي إيجاد طرق جديدة لحل مشاكل التسويق |
|            |     |      | ٤٧.٠% | ٤٩.٠% | ٣.٠%  | ١.٠% | ٠.٠% |                                                                                   |
| أوافق بشدة | ٦٧٤ | ٤.٤٧ | ٥٦    | ٣٦    | ٧     | ١    | ٠    | تساعد المعرفة السوقية للبحث عن الخدمات المتفوقة بهدف جذب المزيد من العملاء        |
|            |     |      | ٥٦.٠% | ٣٦.٠% | ٧.٠%  | ١.٠% | ٠.٠% |                                                                                   |
| أوافق      | ٧٤٢ | ٤.٣٤ | ٤٨    | ٤٠    | ١٠    | ٢    | ٠    | تساعد المعرفة السوقية في التطوير الحقيقي للأداء من أجل بناء القدرات               |
|            |     |      | ٤٨.٠% | ٤٠.٠% | ١٠.٠% | ٢.٠% | ٠.٠% |                                                                                   |
| أوافق بشدة | ٤٠٧ | ٤.٤٨ | ٢٧٧   | ١٩٢   | ٢٥    | ٥    | ١    | المعرفة السوقية                                                                   |
|            |     |      | ٥٥.٤% | ٣٨.٤% | ٥.٠%  | ١.٠% | ٢.٠% |                                                                                   |

المصدر: إعداد الباحثة من بيانات الدراسة الميدانية، ٢٠٢٠م

يتبين من الجدول رقم (٢) الخاص بنتائج المحور الأول (المعرفة السوقية) نجد أنه حصل على وسط حسابي (٤.٤٨) أي موافق بشدة حسب مقياس ليكارت الخماسي. أي أن غالبية المبحوثين موافقون بشدة على ما جاء بعبارات المحور الأول المعرفة السوقية.

### ثانياً تحليل ومناقشة عبارات المحور الثاني: المعرفة بالعميل

يهدف هذا المحور لمعرفة المعرفة بالعميل، ولاختبار هذا المحور لا بد من بيان اتجاه آراء أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات هذا المحور.

### جدول رقم (٣)

#### التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارات المحور الثاني

| العبارة                                                                     | لا<br>أوافق بشدة | لا<br>أوافق | محايد   | أوافق  | أوافق<br>بشدة | الوسط<br>الحسابي | الانحراف<br>المعياري | درجة<br>الموافقة |
|-----------------------------------------------------------------------------|------------------|-------------|---------|--------|---------------|------------------|----------------------|------------------|
|                                                                             |                  |             |         |        |               |                  |                      |                  |
|                                                                             | التكرار          | النسبة      | التكرار | النسبة | التكرار       | النسبة           |                      |                  |
| يمتلك البنك قاعدة بيانات توفر معلومات عن سوق العملاء                        | ٠                | ٥           | ٨       | ٥١     | ٣٦            | ٤.١٨             | .٧٨٣                 | أوافق            |
|                                                                             | ٠.٠%             | ٥.٠%        | ٨.٠%    | ٥١.٠%  | ٣٦.٠%         |                  |                      |                  |
| يسعى البنك لفهم حاجات العملاء وتوفير المعلومات عنها لترجمتها إلى سلع وخدمات | ٠                | ٠           | ٧       | ٦١     | ٣٢            | ٤.٢٥             | .٥٧٥                 | أوافق بشدة       |
|                                                                             | ٠.٠%             | ٠.٠%        | ٧.٠%    | ٦١.٠%  | ٣٢.٠%         |                  |                      |                  |

|                                                                                    |      |      |       |       |       |      |     |            |
|------------------------------------------------------------------------------------|------|------|-------|-------|-------|------|-----|------------|
| يسعى البنك إلى مواكبة التغيرات في حاجات ورغبات العملاء                             | ٠    | ٠    | ٩     | ٣٨    | ٥٣    | ٤.٤٤ | ٦٥٦ | أوافق بشدة |
|                                                                                    | ٠.٠% | ٠.٠% | ٩.٠%  | ٣٨.٠% | ٥٣.٠% |      |     |            |
| يقوم البنك بالتنبؤ بمعدلات النمو للأسواق التي يخدمها                               | ٠    | ٣    | ١٥    | ٣٤    | ٤٨    | ٤.٢٧ | ٨٢٧ | أوافق بشدة |
|                                                                                    | ٠.٠% | ٣.٠% | ١٥.٠% | ٣٤.٠% | ٤٨.٠% |      |     |            |
| يقوم البنك بتحليل الأنماط السلوكية الاستهلاكية للعملاء لتحسين الصورة الذهنية لديهم | ٠    | ٤    | ٢٥    | ٤٢    | ٢٩    | ٣.٩٦ | ٨٤٠ | أوافق بشدة |
|                                                                                    | ٠.٠% | ٤.٠% | ٢٥.٠% | ٤٢.٠% | ٢٩.٠% |      |     |            |
| المعرفة بالعميل                                                                    | ٠    | ١٢   | ٦٤    | ٢٢٦   | ١٩٨   | ٤.٢٢ | ٤٥٣ | أوافق بشدة |
|                                                                                    | ٠.٠% | ٢.٤% | ١٢.٨% | ٤٥.٢% | ٣٩.٦% |      |     |            |

المصدر: إعداد الباحثة من بيانات الدراسة الميدانية، ٢٠٢٠م

يتبين من الجدول رقم (٣) الخاص بنتائج المحور الثاني (المعرفة بالعميل) نجد أنه حصل على وسط حسابي (٤.٢٢) أي أوافق بشدة حسب مقياس ليكارت الخماسي. أي أن غالبية المبحوثين يوافقون بشدة ما جاء بعبارات المحور الثاني المعرفة بالعميل. ثالثاً. تحليل ومناقشة نتائج عبارات المحور الثالث: المعرفة التنافسية يهدف هذا المحور لمعرفة المعرفة التنافسية، واختبار هذا المحور لابد من بيان اتجاه آراء أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عباراته.

جدول رقم (٤)

التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارة المحور الثالث

| العبارة                                                                     | لا اوافق بشدة | لا اوافق | محاييد | اوافق | اوافق بشدة | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | درجة الموافقة |
|-----------------------------------------------------------------------------|---------------|----------|--------|-------|------------|---------------|-------------------|---------------|
|                                                                             |               |          |        |       |            |               |                   |               |
|                                                                             |               |          |        |       |            |               |                   |               |
| يسعي البنك لتحقيق فرص تسويقية بالاستفادة من نقاط الضعف لدى المنافسين        | ٠             | ١        | ١٠     | ٢٩    | ٦٠         | ٤.٤٨          | .٧١٧              | أوافق بشدة    |
|                                                                             | ٠.٠%          | ١.٠%     | ١٠.٠%  | ٢٩.٠% | ٦٠.٠%      |               |                   |               |
| يسعي البنك لتحديد ومعرفة أشكال السلوكيات المختلفة للمنافسين                 | ٠             | ١        | ٢٠     | ٣٩    | ٤٠         | ٤.١٨          | .٧٨٣              | أوافق         |
|                                                                             | ٠.٠%          | ١.٠%     | ٢٠.٠%  | ٣٩.٠% | ٤٠.٠%      |               |                   |               |
| يقوم البنك باختيار لمنافسين الذين سيتم التعامل معهم                         | ٣             | ٥        | ١٨     | ٣٥    | ٣٩         | ٤.٠٢          | ١.٠٢٥             | أوافق         |
|                                                                             | ٣.٠%          | ٥.٠%     | ١٨.٠%  | ٣٥.٠% | ٣٩.٠%      |               |                   |               |
| البنك قادر على مواجهة تهديدات دخول منافسين جدد                              | ٠             | ٠        | ١٥     | ٣٥    | ٥٠         | ٤.٣٥          | .٧٣٠              | أوافق         |
|                                                                             | ٠.٠%          | ٠.٠%     | ١٥.٠%  | ٣٥.٠% | ٥٠.٠%      |               |                   |               |
| يساعد نظم المعلومات الإدارية في تمليك المعلومات عن البنك للعملاء المستهدفين | ٠             | ١        | ٢٢     | ٥٣    | ٢٤         | ٤.٠٠          | .٧١١              | أوافق         |
|                                                                             | ٠.٠%          | ١.٠%     | ٢٢.٠%  | ٥٣.٠% | ٢٤.٠%      |               |                   |               |
| المعرفة التنافسية                                                           | ٣             | ٨        | ٨٥     | ١٩١   | ٢١٣        | ٤.٢١          | .٤٨٦              | أوافق         |
|                                                                             | ٦.٠%          | ١.٦%     | ١٧.٠%  | ٣٨.٢% | ٤٢.٦%      |               |                   |               |

المصدر: إعداد الباحثة من بيانات الدراسة الميدانية، ٢٠٢٠م

وبشكل عام يتبين من الجدول رقم (٤) الخاص بنتائج المحور الثالث (المعرفة التنافسية) نجد أنه حصل على وسط حسابي (٤.٢١) أي موافق حسب مقياس ليكارت

الخماسي أي أن غالبية المبحوثين (موافقون) على ما جاء بعبارات المحور الثالث المعرفة التنافسية.

#### رابعاً. تحليل ومناقشة نتائج عبارات المحور الرابع: بحوث التسويق

يهدف هذا المحور لمعرفة بحوث التسويق واختبار هذا المحور لابد من بيان اتجاه اراء افراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات هذا المحور .

#### جدول رقم (٥)

#### التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارة المحور الرابع

| العبارة                                                                            | لا أوافق بشدة | لا أوافق | محايد | أوافق | أوافق بشدة | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | درجة الموافقة |
|------------------------------------------------------------------------------------|---------------|----------|-------|-------|------------|---------------|-------------------|---------------|
|                                                                                    |               |          |       |       |            |               |                   |               |
|                                                                                    |               |          |       |       |            |               |                   |               |
| تساعد البحوث التسويقية مديري التسويق في تحقيق الأهداف التسويقية                    | ٠             | ١        | ٩     | ٢٥    | ٦٥         | ٤.٥٤          | .٧٠٢              | أوافق         |
|                                                                                    | ٠.٠%          | ١.٠%     | ٩.٠%  | ٢٥.٠% | ٦٥.٠%      |               |                   |               |
| تمكن بحوث التسويق البنك من صياغة الخطط والبرامج والسياسات التسويقية                | ٠             | ١        | ١٣    | ٤٤    | ٤٢         | ٤.٢٧          | .٧٢٣              | أوافق         |
|                                                                                    | ٠.٠%          | ١.٠%     | ١٣.٠% | ٤٤.٠% | ٤٢.٠%      |               |                   |               |
| تساهم أبحاث التسويق في التقليل من التكاليف المهدرة المتعلقة بالتسويق وغير الضرورية | ٠             | ٠        | ٢١    | ٣١    | ٤٨         | ٤.٢٨          | .٧٨٣              | أوافق         |
|                                                                                    | ٠.٠%          | ٠.٠%     | ٢١.٠% | ٣١.٠% | ٤٨.٠%      |               |                   |               |



مجلة الدراسات الاقتصادية والاجتماعية العدد الحادي عش - مارس ٢٠٢٠م

|            |     |     |       |       |       |      |      |                                                                                                |
|------------|-----|-----|-------|-------|-------|------|------|------------------------------------------------------------------------------------------------|
| أوافق      | ٧١٢ | ٤٠٩ | ٣٠    | ٤٩    | ٢١    | ٠    | ٠    | تهدف بحوث التسويق إلى مساعدة المنتجين علي تحديد العملاء المستهدفين                             |
|            |     |     | ٣٠.٠% | ٤٩.٠% | ٢١.٠% | ٠.٠% | ٠.٠% |                                                                                                |
| أوافق بشدة | ٧٠٣ | ٤٠١ | ٢٥    | ٥١    | ٢٤    | ٠    | ٠    | بحوث التسويق توفر معلومات تساعد إدارة البنك علي التنبؤ بمعدلات النمو للأسواق التي يخدمها البنك |
|            |     |     | ٢٥.٠% | ٥١.٠% | ٢٤.٠% | ٠.٠% | ٠.٠% |                                                                                                |
| أوافق      | ٤٩٧ | ٤٢٤ | ٢١٠   | ٢٠٠   | ٨٧    | ٢    | ٠    | بحوث التسويق                                                                                   |
|            |     |     | ٤٢.١% | ٤٠.١% | ١٧.٤% | ٠.٤% | ٠.٠% |                                                                                                |

المصدر: إعداد الباحثة من بيانات الدراسة الميدانية، ٢٠٢٠م

يتبين من الجدول رقم (٥) الخاص بنتائج المحور الرابع (بحوث التسويق) نجد أنه حصل على وسط حسابي (٤.٢٤) أي موافقون حسب مقياس ليكارت الخماسي. أي أن غالبية المبحوثين موافقون على ما جاء بعبارات المحور الرابع بحوث التسويق. خامساً. تحليل ومناقشة نتائج عبارات المحور الخامس: الإستراتيجية التنافسية يهدف هذا المحور لمعرفة الإستراتيجية التنافسية واختبار هذا المحور لا بد من بيان اتجاه آراء أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات هذا المحور.

جدول رقم (٦)

التوزيع التكراري لإجابات أفراد عينة الدراسة لعبارة المحور الخامس

| العبارة                                                                                       | لا<br>أوافق بشدة | لا<br>أوافق | محايد   | أوافق   | أوافق<br>بشدة | الوسط<br>الحسابي | الانحراف<br>المعياري | درجة<br>الموافقة |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|-------------|---------|---------|---------------|------------------|----------------------|------------------|
|                                                                                               | التكرار          | التكرار     | التكرار | التكرار | التكرار       |                  |                      |                  |
|                                                                                               | النسبة           | النسبة      | النسبة  | النسبة  | النسبة        |                  |                      |                  |
| يعمل البنك علي اختيار<br>الاستراتيجيات التنافسية<br>التي ترضي العملاء                         | ٠                | ٠           | ١١      | ٥٠      | ٣٩            | ٤.٢٨             | .٦٥٣                 | أوافق<br>بشدة    |
|                                                                                               | ٠.٠%             | ٠.٠%        | ١١.٠%   | ٥٠.٠%   | ٣٩.٠%         |                  |                      |                  |
| يسعي البنك للاعتماد<br>على البدائل<br>الإستراتيجية التي تمكنه<br>من تحقيق أهدافه<br>التنافسية | ٠                | ٦           | ١٣      | ٣٧      | ٤٤            | ٤.١٩             | .٨٨٤                 | أوافق            |
|                                                                                               | ٠.٠%             | ٦.٠%        | ١٣.٠%   | ٣٧.٠%   | ٤٤.٠%         |                  |                      |                  |
| يختار البنك<br>استراتيجيات تساعد<br>على تقديم خدمات<br>تميزه عن باقي خدمات<br>المنافسين       | ٠                | ٠           | ١٨      | ٤٩      | ٣٣            | ٤.١٥             | .٧٠٢                 | أوافق            |
|                                                                                               | ٠.٠%             | ٠.٠%        | ١٨.٠%   | ٤٩.٠%   | ٣٣.٠%         |                  |                      |                  |
| يختار البنك<br>استراتيجيات تقوي<br>مركزه التنافسي في<br>السوق وتعمل على<br>جذب العملاء        | ٠                | ١           | ١٥      | ٥٧      | ٢٧            | ٤.١٠             | .٦٧٤                 | أوافق            |
|                                                                                               | ٠.٠%             | ١.٠%        | ١٥.٠%   | ٥٧.٠%   | ٢٧.٠%         |                  |                      |                  |

مجلة الدراسات الاقتصادية والاجتماعية العدد الحادي عش - مارس ٢٠٢٠م

| يضع البنك<br>استراتيجيات تركيز<br>علي قطاع معين من<br>السوق او مجموعة من<br>العملاء | ٠    | ٤    | ٢١    | ٥٠    | ٢٥    | ٣.٩٦ | .٧٩٠ | أوافق |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------|------|-------|-------|-------|------|------|-------|
|                                                                                     | ٠.٠% | ٤.٠% | ٢١.٠% | ٥٠.٠% | ٢٥.٠% |      |      |       |
| الاستراتيجية التنافسية                                                              | ٠    | ١١   | ٧٨    | ٢٤٣   | ١٦٨   | ٤.١٤ | .٤٣١ | أوافق |
|                                                                                     | ٠.٠% | ٢.٢% | ١٥.٦% | ٤٨.٦% | ٣٣.٦% |      |      |       |

المصدر: إعداد الباحثة من بيانات الدراسة الميدانية، ٢٠٢٠م

يتبين من الجدول رقم (٦) الخاص بنتائج المحور الخامس (الإستراتيجية التنافسية) نجد أنه حصل على وسط حسابي (٤.١٤) أي موافقون حسب مقياس ليكرت الخماسي أي أن غالبية المبحوثين موافقون على ما جاء بعبارات المحور الخامس الإستراتيجية التنافسية.

الإحصاءات الوصفية لعبارات محاور عينة الدراسة:

١. تحليل ومناقشة نتائج المحور الأول: المعرفة السوقية

يهدف هذا المحور لمعرفة المعرفة السوقية. ولاختبار هذا المحور، أستخدم اختبار (ت - للعينة الواحدة) لإجابات أفراد عينة الدراسة.

الجدول رقم (٧)

الوسط واختبار العينة الواحدة (One- Sample Test) لإجابات المعرفة السوقية

| م | العبارة                                                                           | ت .<br>المحسوبة | درجات<br>الحرية | المعد<br>وية | الاهمية<br>النسبية | القرار       |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|--------------|--------------------|--------------|
| ١ | تساعد المعرفة السوقية على خلق الإبداع والابتكار بالبنك                            | ٧١.١٧٣          | ٩٩              | .٠٠          | ٩٣.٢%              | دالة إحصائية |
| ٢ | تساعد المعرفة السوقية المؤسسة علي معرفة العملاء الحاليين بشكل أفضل                | ٧٧.٩٤٢          | ٩٩              | .٠٠          | ٩٠.٠%              | دالة إحصائية |
| ٣ | تساعد المعرفة السوقية في زيادة قدرة المؤسسة علي إيجاد طرق جديدة لحل مشاكل التسويق | ٧٢.٩٣٤          | ٩٩              | .٠٠          | ٨٨.٤%              | دالة إحصائية |
| ٤ | تساعد المعرفة السوقية للبحث عن الخدمات المتفوقة بهدف جذب المزيد من العملاء        | ٦٦.٣٦٧          | ٩٩              | .٠٠          | ٨٩.٤%              | دالة إحصائية |
| ٥ | تساعدا لمعرفة السوقية المؤسسة في التطوير الحقيقي للأداء من أجل بناء القدرات       | ٥٨.٥٢٦          | ٩٩              | .٠٠          | ٨٦.٨%              | دالة إحصائية |

المصدر: إعداد الباحثة من بيانات الدراسة الميدانية ٢٠٢٠م

بلغت قيمة متغيرات الدراسة المعنوية (٠.٠٠٠) وهي اقل من مستوى دلالة (٠.٠٠٥) عند درجة حرية (٩٩) ومستوى دلالة ٥% مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على ما جاء بالمحور الأول المعرفة السوقية.

## ٢- تحليل ومناقشة نتائج المحور الثاني : المعرفة بالعميل

يهدف هذا المحور لمعرفة المعرفة بالعميل واختبار هذا المحور لا بد من بيان اتجاه آراء أفراد عينة الدراسة لكل عبارة من عبارات هذا المحور، استخدم لاختبار العينة الواحدة ( One- Sample Test ) لإجابات أفراد عينة الدراسة لمحور المعرفة بالعميل

### جدول رقم (٨)

الوسط الحسابي واختبار العينة الواحدة ( One- Sample Test ) لإجابات أفراد عينة الدراسة لمحور المعرفة بالعميل

| م | العبارة                                                                            | ت .<br>المحسوبة | درجات<br>الحرية | المعنوية | الاهمية<br>النسبية | القرار       |
|---|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|----------|--------------------|--------------|
| ١ | يملك البنك قاعدة معلومات حول سوق العملاء                                           | ٥٣.٣٥٦          | ٩٩              | .٠٠٠     | ٨٣.٦%              | دالة إحصائية |
| ٢ | يسعى البنك لفهم حاجات العملاء وتوفيراً لمعلومات عنها لترجمتها إلى سلع وخدمات       | ٧٣.٨٩٣          | ٩٩              | .٠٠٠     | ٨٥.٠%              | دالة إحصائية |
| ٣ | يسعى البنك إلى مواكبة التغييرات في حاجات ورغبات العملاء                            | ٦٧.٦٥٤          | ٩٩              | .٠٠٠     | ٨٨.٨%              | دالة إحصائية |
| ٤ | يقوم البنك بالتنبؤ بمعدلات النمو للأسواق التي يخدمها                               | ٥١.٦٣٢          | ٩٩              | .٠٠٠     | ٨٥.٤%              | دالة إحصائية |
| ٥ | يقوم البنك بتحليل الأنماط السلوكية الاستهلاكية للعملاء لتحسين الصورة الذهنية لديهم | ٤٧.١٤٨          | ٩٩              | .٠٠٠     | ٧٩.٢%              | دالة إحصائية |

المصدر: إعداد الباحثة من بيانات الدراسة الميدانية، ٢٠٢٠م

بلغت قيمة متغيرات الدراسة المعنوية (٠.٠٠٠) وهي أقل من مستوى دلالة (٠.٠٠٥) عند درجة حرية (٩٩) ومستوى دلالة ٥% مما يدل على وجود فروق ذات

دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على ما جاء بالمحور الثاني المعرفة بالعمل.

### ٣ - تحليل ومناقشة نتائج المحور الثالث: المعرفة التنافسية

يهدف هذا المحور لمعرفة المعرفة التنافسية. وللتحقق من ذلك، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة الدراسة بخصوص كل عبارة من العبارات المحور الثالث، ويتم اختبار العينة الواحدة ( One- Sample Test ) لإجابات أفراد عينة الدراسة لمحور المعرفة التنافسية.

#### جدول رقم (٩)

اختبار العينة الواحدة ( One- Sample Test ) لإجابات أفراد عينة الدراسة لمحور المعرفة التنافسية

| م | العبارة                                                                     | ت .<br>المحسوبة | درجات<br>الحرية | المعنوية | الأهمية<br>النسبية | القرار           |
|---|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|----------|--------------------|------------------|
| ١ | يسعى البنك لتحقيق فرص تسويقية بالاستفادة من نقاط الضعف لدى المنافسين        | ٦٢.٤٤٣          | ٩٩              | ٠.٠٠٠    | ٨٩.٦٪              | دالة<br>إحصائياً |
| ٢ | يسعى البنك لتحديد تقدير أشكال السلوكيات المختلفة للمنافسين                  | ٥٣.٣٥٦          | ٩٩              | ٠.٠٠٠    | ٨٣.٦٪              | دالة<br>إحصائياً |
| ٣ | يقوم البنك باختيار المنافسين الذين سيتم التعامل معهم                        | ٣٩.٢٢٩          | ٩٩              | ٠.٠٠٠    | ٨٠.٤٪              | دالة<br>إحصائياً |
| ٤ | يساهم استخدام نظم المعلومات الإدارية في دعم المراكز التنافسية للمؤسسة       | ٥٩.٥٩٣          | ٩٩              | ٠.٠٠٠    | ٨٧.٠٪              | دالة<br>إحصائياً |
| ٥ | يساعد نظم المعلومات الإدارية في تمليك المعلومات عن البنك للعملاء المستهدفين | ٥٦.٢٨٥          | ٩٩              | ٠.٠٠٠    | ٨٠.٠٪              | دالة<br>إحصائياً |

المصدر: إعداد الباحثة من بيانات الدراسة الميدانية، ٢٠٢٠م

بلغت قيمة متغيرات الدراسة المعنوية (٠.٠٠٠) وهى اقل من مستوى دلالة (٠.٠٠٥) عند درجة حرية (٩٩) ومستوى دلالة ٥% مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على ما جاء بالمحور الثالث المعرفة التنافسية.

#### ٤-: عرض ومناقشة نتائج المحور الرابع: بحوث التسويق

يهدف هذا المحور لمعرفة بحوث التسويق. وللتحقق من ذلك، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة الدراسة بخصوص كل عبارة من العبارات المحور الرابع، ويتم اختبار العينة الواحدة (One- Sample Test) لإجابات أفراد عينة الدراسة لبعده بحوث التسويق.

#### جدول رقم (١٠)

الوسط الحسابي اختبار العينة الواحدة (One- Sample Test) لإجابات أفراد

عينة الدراسة لمحور بحوث التسويق

| م | العبارة                                                                            | ت .<br>المحسوبة | درجات<br>الحرية | المعنوية | الاهمية<br>النسبية | القرار       |
|---|------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|----------|--------------------|--------------|
| ١ | تساعد البحوث التسويقية مديري التسويق في تحقيق الأهداف التسويقية                    | ٦٤.٦٣٨          | ٩٩              | ٠.٠٠٠    | ٩٠.٨%              | دالة إحصائية |
| ٢ | تمكن بحوث التسويق البنك من صياغة الخطط والبرامج والسياسات التسويقية                | ٥٩.٠٨٢          | ٩٩              | ٠.٠٠٠    | ٨٥.٤%              | دالة إحصائية |
| ٣ | تساهم أبحاث التسويق في التقليل من التكاليف المهدرة المتعلقة بالتسويق وغير الضرورية | ٥٤.٤٢٤          | ٩٨              | ٠.٠٠٠    | ٨٥.٧%              | دالة إحصائية |
| ٤ | تهدف بحوث التسويق إلى مساعدة المنتجين على تحديد العملاء المستهدفين                 | ٥٧.٤٤٢          | ٩٩              | ٠.٠٠٠    | ٨١.٨%              | دالة إحصائية |
| ٥ | بحوث التسويق توفر معلومات                                                          | ٥٧.٠٠٤          | ٩٩              | ٠.٠٠٠    | ٨٠.٢%              | دالة إحصائية |

|         |  |  |  |  |                                                          |
|---------|--|--|--|--|----------------------------------------------------------|
| إحصائيا |  |  |  |  | تساعد البنك على التنبؤ بمعدلات النمو للأسواق التي يخدمها |
|---------|--|--|--|--|----------------------------------------------------------|

المصدر: إعداد الباحثة من بيانات الدراسة الميدانية، ٢٠٢٠م

بلغت قيمة متغيرات الدراسة المعنوية (٠.٠٠٠) وهي اقل من مستوى دلالة (٠.٠٠٥) عند درجة حرية (٩٩) ومستوى دلالة ٥% مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على ما جاء بالمحور الرابع بحوث التسويق.

#### ٥- عرض ومناقشة نتائج المحور الخامس: الإستراتيجية التنافسية

يهدف هذا المحور لمعرفة الإستراتيجية التنافسية. ولتحقق من ذلك، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة الدراسة بخصوص كل عبارة من عبارات المحور الخامس، ويتم اختبار العينة الواحدة (One- Sample Test) لإجابات أفراد عينة الدراسة لمحور الإستراتيجية التنافسية كما في الجدول الآتي:

#### جدول رقم (١١)

اختبار العينة الواحدة (One- Sample Test) لإجابات أفراد عينة الدراسة لمحور الإستراتيجية التنافسية

| م | العبارة                                                          | ت .<br>المحسوبة | درجات<br>الحرية | المعنوية | الأهمية<br>النسبية | القرار       |
|---|------------------------------------------------------------------|-----------------|-----------------|----------|--------------------|--------------|
| ١ | يعمل البنك علي اختيار الاستراتيجيات التي ترضي العملاء            | ٦٥.٥٨٦          | ٩٩              | ٠.٠٠٠    | ٨٥.٦%              | دالة إحصائيا |
| ٢ | يسعي البنك للاعتماد على البدائل الإستراتيجية التي تمكنه من تحقيق | ٤٧.٣٩٠          | ٩٩              | ٠.٠٠٠    | ٨٣.٨%              | دالة         |



| إحصائيا      |       |      |    |        | أهدافه التنافسية                                                            |   |
|--------------|-------|------|----|--------|-----------------------------------------------------------------------------|---|
| دالة إحصائية | ٨٣.٠% | .٠٠٠ | ٩٩ | ٥٩.١٤٠ | يختار البنك استراتيجيات تساعد على تقديم خدمات تميزه عن باقي خدمات المنافسين | ٣ |
| دالة إحصائية | ٨٢.٠% | .٠٠٠ | ٩٩ | ٦٠.٨١٣ | يختار البنك استراتيجيات تقوي مركزه التنافسي في السوق وتعمل على جذب العملاء  | ٤ |
| دالة إحصائية | ٧٩.٢% | .٠٠٠ | ٩٩ | ٥٠.١٠٥ | يضع البنك استراتيجيات تركز على قطاع معين من السوق او مجموعة من العملاء      | ٥ |

المصدر: إعداد الباحثة من بيانات الدراسة الميدانية، ٢٠٢٠م

بلغت قيمة متغيرات الدراسة المعنوية (٠.٠٠٠) وهي اقل من مستوى دلالة (٠.٠٠٥) عند درجة حرية (٩٩) ومستوى دلالة ٥% مما يدل على وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة ولصالح الموافقين على ما جاء بالمحور الخامس الإستراتيجية التنافسية.

اختبار وإثبات صحة الفرضيات: تحليل الارتباط البسيط:

تحليل الارتباط بين المتغيرات (المعرفة السوقية والإستراتيجية التنافسية):

جدول رقم (١٢)

نتائج تحليل الارتباط الخطي لقياس العلاقة بين المعرفة السوقية واختيار

الاستراتيجيات التنافسية

| المتغيرات المستقلة | معامل الارتباط      | المتغير التابع: الإستراتيجية التنافسية | الاستنتاج        |
|--------------------|---------------------|----------------------------------------|------------------|
| المعرفة السوقية    | معامل ارتباط بيرسون | .١٢٨                                   | ارتباط غير معنوي |
|                    | المعنوية            | .٢٠٥                                   |                  |
|                    | حجم العينة          | ١٠٠                                    |                  |
| المعرفة بالعميل    | معامل ارتباط بيرسون | .١٦٠                                   | ارتباط غير معنوي |
|                    | المعنوية            | .١١٢                                   |                  |
|                    | حجم العينة          | ١٠٠                                    |                  |
| المعرفة التنافسية  | معامل ارتباط بيرسون | .٢٢٠*                                  | ارتباط معنوي     |
|                    | المعنوية            | .٠٢٨                                   |                  |
|                    | حجم العينة          | ١٠٠                                    |                  |
| بحوث التسويق       | معامل ارتباط بيرسون | .٣٤٨**                                 | ارتباط معنوي     |
|                    | المعنوية            | .٠٠٠                                   |                  |
|                    | حجم العينة          | ١٠٠                                    |                  |

المصدر: إعداد الباحثة من الدراسة الميدانية، ٢٠٢٠م

يتضح من الجدول رقم (١٢)

١. أظهرت نتائج التقدير وجود ارتباط طردي بين المعرفة السوقية كمتغير مستقل

والإستراتيجية التنافسية كمتغير تابع، وذلك من خلال قيمة معامل الارتباط البسيط التي

بلغ (٠.١٢٨)، كما بلغت قيمة المعنوية (٠.٢٠٥) وهي اكبر من مستوى دلالة (٠.٠٥) وهذا يدل على عدم وجود علاقة معنوية بين المعرفة السوقية والإستراتيجية التنافسية .

مما تقدم تستنتج الباحثة أن فرضية الدراسة الأولى والتي نصت على أن: **هناك علاقة بين المعرفة السوقية و الإستراتيجية التنافسية قد تحققت.**

٢. أظهرت نتائج التقدير وجود ارتباط طردي بين المعرفة بالعميل كمتغير مستقل و الإستراتيجية التنافسية كمتغير تابع، وذلك من خلال قيمة معامل الارتباط البسيط التي بلغت (٠.١٦٠)، كما بلغت قيمة المعنوية (٠.١١٢) وهي اكبر من مستوى دلالة (٠.٠٥) وهذا يدل على عدم وجود علاقة معنوية بين المعرفة بالعميل والإستراتيجية التنافسية.

مما تقدم تستنتج الباحثة أن فرضية الدراسة الثانية والتي نصت على أن: **"هناك علاقة بين المعرفة بالعميل والإستراتيجية التنافسية قد تحققت**

٣. أظهرت نتائج التقدير وجود ارتباط طردي بين قياس المعرفة التنافسية كمتغير مستقل والإستراتيجية التنافسية كمتغير تابع، وذلك من خلال قيمة معامل الارتباط البسيط التي بلغت (٠.٢٢٠\*)، كما بلغت قيمة المعنوية (٠.٠٢٨) وهي اقل من مستوى دلالة (٠.٥) وهذا يدل على وجود علاقة معنوية بين المعرفة التنافسية والإستراتيجية التنافسية.

مما تقدم تستنتج الباحثة أن فرضية الدراسة الثالثة والتي نصت على أن: **"هناك علاقة بين المعرفة التنافسية والإستراتيجية التنافسية قد تحققت**

٤. أظهرت نتائج التقدير وجود ارتباط طردي بين بحوث التسويق كمتغير مستقل و الاسراتيجية التنافسية كمتغير تابع، وذلك من خلال قيمة معامل الارتباط البسيط التي

بلغت (٠.٣٤٨\*)، كما بلغت قيمة المعنوية (٠.٠٠٠) وهي اقل (٠.٠٥) وهذا يدل على وجود علاقة معنوية بين بحوث التسويق والإستراتيجية التنافسية. مما تقدم تستنتج الباحثة أن فرضية الدراسة الرابعة والتي نصت على أن: "هناك علاقة بين بحوث التسويق والإستراتيجية التنافسية قد تحققت

#### نتائج اختبار الفرضيات:

مما تقدم نستنتج أن:

١. هناك عدم وجود علاقة معنوية بين المعرفة بالعمل كمتغير مستقل والإستراتيجية التنافسية كمتغير تابع وهذا يعني أن المصارف التجارية موضع الدراسة لا تستخدم المعرفة بالعمل المكونة لديها في تحليل الأنماط السلوكية الاستهلاكية للعملاء مما ينعكس سلباً على اختيار إستراتيجياتها التنافسية.

٢. وجود علاقة معنوية بين المعرفة التنافسية كمتغير مستقل والإستراتيجية التنافسية كمتغير تابع وهذا يعني أن المصارف التجارية موضع الدراسة تستخدم المعرفة التنافسية للدخول إلى الأسواق مما ينعكس ايجابياً على إستراتيجياتها التنافسية.

٣. وجود علاقة معنوية بين بحوث التسويق كمتغير مستقل والإستراتيجية التنافسية كمتغير تابع وهذا يعني أن المصارف التجارية موضع الدراسة تستخدم بحوث التسويق في عملية جمع وتحليل وتوزيع المعلومات بغرض دعم القرارات المتعلقة بالمشاكل والفرص التسويقية التي تواجهها مما ينعكس ايجابياً على إستراتيجياتها التنافسية.

وبناءً على ما تقدم وبعد قبول الفرضية الرئيسية والفرضيات الفرعية يتضح بأن للمعرفة السوقية لها تأثير معنوي في اختيار الإستراتيجيات التنافسية.

**النتائج والتوصيات:****أولاً: النتائج**

أظهرت نتائج الدراسة أن:

١. المعرفة السوقية تساعد على خلق الابداع والابتكار بالبنك مما ينتج عنه اختيار مدروس للإستراتيجيات التنافسية.
٢. المعرفة السوقية تساعد في زيادة قدرة البنك على إيجاد طرق جديدة لحل مشاكل التسويق.
٣. المعرفة السوقية تساعد البنك على معرفة العملاء الحاليين بشكل أفضل.
٤. البنك يسعى لمواكبة التغييرات في حاجات ورغبات العملاء لفهمها وترجمتها إلى سلع وخدمات.
٥. البنك يسعى لتحقيق فرص تسويقية بالاستفادة من نقاط الضعف لدى المنافسين.
٦. المعرفة بالعميل تساعد على فهم الأنماط السلوكية الاستهلاكية للعملاء مما يجعل المنظمات تقدم منتجات يكون العميل بحاجة لها وتؤدي إلى تحسين الصورة الذهنية لديه.
٧. بحوث التسويق تمكن إدارة البنك من صياغة الخطط والبرامج والسياسات التسويقية مما يساعد على التطوير الحقيقي للأداء في البنك.
٨. بحوث التسويق توفر معلومات تساعد إدارة البنك على التنبؤ بمعدلات النمو للأسواق التي يخدمها البنك.
٩. البنك يعمل على اختيار الإستراتيجيات التنافسية التي ترضي العملاء.

## ثانياً: التوصيات

١. ضرورة زيادة اهتمام البنوك بالمعرفة السوقية وتذليل كل العقبات التي تواجه اختيار الإستراتيجيات التسويقية.
٢. اهتمام البنوك باختيار إستراتيجيات تسويقية تقوي مركزها التنافسي في السوق وتعمل على جذب العملاء.
٣. على البنوك أن تمتلك قاعدة بيانات لتوفير معلومات عن سوق العملاء.
٤. ضرورة أن تقوم البنوك بتحديد حجم السوق والحصة السوقية المتوقعة القادرة على خدمتها.
٥. على البنوك تحديد ومعرفة أشكال السلوكيات المختلفة للمنافسين.
٦. ضرورة تطوير نظم المعلومات الإدارية لتمليك العملاء المستهدفين معلومات عن البنك.
٧. ضرورة أن تعتمد البنوك على البدائل الإستراتيجية التي تمكنها من تحقيق أهدافها التنافسية.
٨. ضرورة التركيز علي قطاع معين من السوق أو مجموعة من العملاء والاستجابة لحاجاتهم ورغباتهم.
٩. نوصي البنك بالاهتمام ببناء علاقات مع العملاء والاستجابة لمتطلباتهم مما يحسن الصورة الذهنية لديهم.

### المصادر و المراجع:

١. البكري ثامر، إدارة المعرفة التسويقية باعتماد إستراتيجية العلاقة مع الزبون، المؤتمر السنوي الدولي الرابع ٢٦-٢٨ نيسان، جامعة الزيتونة، الأردن، ٢٠٠٤م.
٢. الصميدعي، محمود جاسم، استراتيجيات التسويق: مدخل كمي وتحليلي، (عمان:، دار الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠١٠).
٣. جواد، عدنان كاظم، أثر المعرفة السوقية في اختيار الاستراتيجيات التنافسية، والتميز في الأداء، دراسة استطلاعية في قطاع السلع المعمرة في الأردن، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، المجلد السادس، العدد الثاني، ٢٠٠٣م.
٤. حسين عجلان حسن، إستراتيجيات الإدارة المعرفية في منظمات الأعمال، عمان، الاردن، دار إثراء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٨م).
٥. خيرى علي أوسو، دور المعرفة السوقية في تحقيق الابتكار التسويقي، مجلة كلية الإدارة والاقتصاد جامعة الموصل، تنمية الرافدين، المجلد (٣٢)، العدد (٩٧)، ٢٠١٠م.
٦. شاكركم الخشالي جاد الله، علاقة قيم العمل الإدارية بالخيار الإستراتيجي للمديرين، المجلة الأردنية للعلوم التطبيقية، المجلد السادس، العدد الثاني، ٢٠٠٣م.
٧. طارق طه، إدارة التسويق، (الإسكندرية: دار الفكر الجامعي، ٢٠٠٨م).
٨. عبد المعطي ابو الرب، الإدارة الإستراتيجية، (الإسكندرية : الدار الجامعية للنشر ، ٢٠٠٩م).
٩. عبيد نغم حسين، أثر استثمار رأس المال الفكري في الأداء، دراسة على عينة من شركات القطاع الصناعي المختلط، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد، ٢٠٠٠م.

١٠. عمر صالح بسلم باحميد، دور المعرفة السوقية في تحقيق الحصة السوقية بشركات الهاتف النقال في محافظة عدن، المجلد (٥)، العدد (٣٠)، ٢٠١٨م.
١١. كوئلر، فليب وأرمسترونك، كاري "أساسيات التسويق"، تعريب د.سرور علي إبراهيم سرور، (الرياض: دار المريخ للنشر، ٢٠٠٩م).
١٢. محمد جودت ناصر، أثر التحليل الاستراتيجي على الخيارات الإستراتيجية التنافسية للمنشآت الدوائية السورية، مجلة جامعة تشرين، للبحوث والدراسات العلمية، سلسلة علوم الاقتصاد والعلوم القانونية، المجلد (٣)، العدد (٣٥)، ٢٠١٣م.
١٣. محمد علي احمد رحمة الله، أثر الدور الوسيط للاستراتيجيات التنافسية في العلاقة بين الثقافة التنظيمية والتوجه الريادي ، دراسة على عينة من الشركات الصناعية العاملة في السودان ،دراسة مقدمة لنيل درجة دكتوراه الفلسفة في إدارة الأعمال، قسم إدارة الأعمال، جامعة النيلين، الخرطوم ،السودان، ٢٠١٨م.
١٤. محمد قاسم القريوتي، مبادئ التسويق الحديث، (عمان، الاردن، دار وائل للطباعة والنشر، ٢٠٠١م).
١٥. يونس عبدالعزيز مقدادي وآخرون، المعرفة السوقية ودورها في تحديد الاستراتيجيات التنافسية، المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، العدد (١٠)، المجلد الخامس، ٢٠١٢م.
١٦. نجم عبود نجم، إدارة المعرفة المفاهيم والاستراتيجيات والعمليات، ط٢، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠٠٨م.



١٧. Kotler, Philip, Marketing Management, Prentice Hall Inc, ٢٠٠٠.
١٨. Cravens, D.W., & Piercy, N., F., Strategic Marketing, ٨<sup>th</sup> ed. McGraw, HILL, ٢٠٠٦.
١٩. Blythe, Jim. Marketing Strategy McGraw Hill, ٢٠٠٣.

**أثر جودة التحاسب الضريبي في الحد من عدم تماثل المعلومات**  
**(دراسة ميدانية على ديوان الضرائب بولاية الخرطوم - السودان)**  
**إعداد:**

د. عبد الرحمن البكري منصور & د. محمد الطيب الياس  
أستاذ المحاسبة المشارك  
جامعة النيلين

### **Abstract**

The study aimed to study the impact of the quality of tax accounting in reducing information asymmetry, which benefits and benefits some users at the expense of others and those who use the Sudanese tax office. To achieve this goal, the researchers developed and tested a number of hypotheses related to the requirements of the quality of tax accounting and the phenomenon of asymmetry of information. The study reached a number of results, including a significant relationship between the quality of tax accounting and reducing the case of asymmetry of information and to achieve the quality of tax accounting. The study recommended the need for continuous professional development and qualification of the employees of the Taxation Department , should be ensured appropriate environment for the work. Should be provided.

**Keywords :** quality of tax accounting, information asymmetry.

**مستخلص**

هدفت الدراسة بصورة أساسية دراسة أثر جودة التحاسب الضريبي في الحد من عدم تماثل المعلومات ، والتي تحقق مزايا وفوائد لبعض المستخدمين على حساب البعض الآخر ومن هؤلاء المستخدمين ديوان الضرائب السوداني، ولتحقيق هذا الهدف قام الباحثان بوضع وإختبار مجموعة من الفرضيات ترتبط بمتطلبات جودة التحاسب الضريبي وظاهرة عدم تماثل المعلومات . وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها وجود علاقة معنوية بين جودة التحاسب الضريبي وتقليل حالة عدم تماثل المعلومات ولتحقيق جودة التحاسب الضريبي أوصت الدراسة بضرورة التطوير والتأهيل المهني المستمر للعاملين بإدارة التفتيش والمراجعة بديوان الضرائب وتوفير بيئة عمل ملائمة لعملية التحاسب الضريبي .

الكلمات المفتاحية: جودة التحاسب الضريبي ، عدم تماثل المعلومات .

**أولاً : الاطار المنهجي للدراسة****تمهيد:**

تعاني الجهات الخارجية والمستخدمة لمعلومات التقارير المالية والمستفيدة منها من ظاهرة عدم تماثل المعلومات ومن هذه الجهات ديوان الضرائب، فقد تقوم الإدارات بممارسة هذه الظاهرة والتي قد تترك تأثيراً على قرارات مستخدمي التقارير المالية بما فيهم الإدارة الضريبية، حيث تقوم الإدارة الضريبية بعملية التحاسب الضريبي لكافة الممولين، فلا بد أن تكون هذه العملية الخاصة باتحاسب الضريبي تتصف بالجودة وذلك لأن جودة التحاسب الضريبي تسهم في فرض ضريبة عادلة تتناسب ومراكز الممولين المالية .

**مشكلة الدراسة :**

تلعب المعلومات المحاسبية دوراً مهماً في عملية التحاسب الضريبي، فالمعلومات الموثوق بها تؤدي إلى تحاسب ضريبي جيد وعادل ، ولكن بعض الإدارات تمارس ظاهرة عدم تماثل المعلومات مما يؤثر سلباً على ربط الضريبة وبالتالي الضريبة المدفوعة للديوان ، لذا لزم على إدارة ديوان الضرائب رفع كفاءة الفاحص الضريبي ليقوم بتحاسب ضريبي ذي جودة عالية يمكن من الحد من ظاهرة عدم تماثل المعلومات، عليه يمكن تحديد مشكلة الدراسة من خلال إثارة التساؤلات التالية :

- هل توجد علاقة بين جودة التحاسب الضريبي والحد من ظاهرة عدم تماثل المعلومات؟
- هل لدى العاملين بإدارة المراجعة والتفتيش بديوان الضرائب السوداني القدرة على تحقيق جودة التحاسب الضريبي؟

**أهمية الدراسة :**

تتبع أهمية الدراسة من الآتي :

- بيان ما إذا كانت التقارير المالية المقدمة لأغراض التحاسب الضريبي تحتوي على ممارسة ظاهرة عدم تماثل المعلومات .
- ندرة البحوث التي تطرقت لموضوع جودة التحاسب الضريبي في الحد من ممارسة ظاهرة عدم تماثل المعلومات .
- من المتوقع أن تسهم نتائج هذه الدراسة في تقليل ظاهرة عدم تماثل المعلومات في القوائم المالية.

**أهداف الدراسة :**

هدفت الدراسة إلى تحقيق الأهداف الآتية:-

- تحديد ظاهرة عدم تماثل المعلومات في التقارير المالية لأغراض التحاسب الضريبي .

- معرفة ما إذا كان العاملون بإدارة الضرائب من مفتشون ومراجعون لديهم القدرة على تحقيق جودة التحاسب الضريبي.
- بيان طبيعة العلاقة بين جودة التحاسب الضريبي وظاهرة عدم تماثل المعلومات

### فرضيات الدراسة :

- تسعى هذه الدراسة لإختبار الفرضيات التالية:
- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة التحاسب الضريبي ودرجة تماثل المعلومات المحاسبية .
  - هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة التحاسب الضريبي وموثوقية المعلومات المحاسبية .

### منهج الدراسة :

- سوف يستخدم في هذه الدراسة المناهج الآتية:
١. المنهج الاستنباطي لتحديد طبيعة المشكلة وصياغة فرضياتها .
  ٢. المنهج الاستقرائي لإختيار فرضيات الدراسة .
  ٣. المنهج التاريخي لتتبع الدراسات السابقة .
  ٤. المنهج الوصفي التحليلي لتحليل دراسة الحالة وإختبار الفرضيات .

### ثانياً : الدراسات السابقة

١. ياسر ( ٢٠٠٦ ) :

تناولت الدراسة إطار مقترح للإفصاح المحاسبي للحد من ظاهرة عدم تماثل المعلومات. وهدفت الدراسة إلى عرض وتحليل ظاهرة عدم تماثل المعلومات والمضاربة باستخدامها وأيضاً تقديم إطار مقترح شامل للإفصاح يشمل حجم الإفصاح وتوقيته للحد من مشكلة عدم تماثل المعلومات. وخلصت الدراسة إلى أن مشكلة عدم تماثل

المعلومات لها جانبين هي : عدم تماثل المعلومات بين الإدارة والمستثمرين ( مشكلة المعلومات الداخلية ) وعدم تماثل المعلومات بين المستثمرين أنفسهم (مشكلة تسريب المعلومات ) وهذا ما يؤدي إلى المضاربة في المعلومات من قبل الإدارة .

٢. السيد ( ٢٠٠٨ ) :

تناولت الدراسة دور التقارير المالية المنشورة في تخفيض حالة عدم تماثل المعلومات في سوق رأس المال. كما هدفت الدراسة بصفة أساسية إلى الإختبار الميداني لدور التقارير المالية المنشورة للشركات المصرية في تخفيض حالة عدم تماثل المعلومات في السوق ، وتوصلت الدراسة للنتائج التالية :

- نشر التقارير المالية للشركات المصرية وما تحويه من معلومات لايؤدي إلى انخفاض حالة عدم تماثل المعلومات في السوق بعد النشر عما كانت عليه من قبل النشر
- تزايد احتمال وجود هذه النوعية من المعلومات في السوق المصري في حدود انخفاض الشفافيه للإفصاح في التقارير المالية المنشورة نتيجة لعدم الإلتزام بحوكمة الشركات .

٣. هالة ( ٢٠١٣ ):

تناولت الدراسة أثر تخفيض عدم تماثل المعلومات على كفاءة سوق رأس المال وقد هدفت الدراسة إلى تحليل الإطار المفاهيمي لعدم تماثل المعلومات ومعرفة وسائل الحد من تلك الظاهرة وإجراء دراسة على عينة من الشركات العاملة بسوق الأوراق المالية المصري .

وتوصلت الدراسة الى العديد من النتائج منها :

- إن عدم تماثل المعلومات هو سلوك متعمد من قبل أطراف تمتلك ميزة معلومات بهدف تحقيق عائد غير عادي على حساب أطراف أخرى لا تمتلك تلك الميزة .

إن الحد من عدم تماثل المعلومات في سوق الأوراق المالية يقود إلى الوصول إلى الأسعار الحقيقية للأسهم وزيادة حجم التداول مما يحقق درجة عالية من السيولة ومن ثم تخفيض تكلفة رأس المال مما ينعكس بالإيجاب على كفاءة السوق .

٤. محمود ( ٢٠١٣ ) :

تناولت الدراسة دور الإفصاح الإلكتروني في الحد من عدم تماثل المعلومات وانعكاس ذلك على كفاءة سوق رأس المال المصري وقد هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على طبيعة الإفصاح الإلكتروني ومتطلبات تطبيقه ومراحل تطوره وأهميته ، ودوره في الحد من ظاهرة عدم تماثل المعلومات في سوق رأس المال ، وانعكاس ذلك على كفاءة سوق رأس المال المصري . وتوصلت الدراسة لنتائج أهمها :

- إن ظاهرة عدم تماثل المعلومات ، هو وجود ميزة معلوماتية لأحد طرفي التعامل ، وهذا يؤدي إلى عدم تحقيق العدالة في إتمام الصفقات .
- إن ظاهرة عدم تماثل المعلومات تخلق بعض السلبيات ، أهمها زيادة تكلفة رأس المال وانخفاض كفاءة سوق رأس المال بسبب المتاجرة في المعلومات الداخلية .

٥. محمد ( ٢٠١٦ ) :

تناولت الدراسة نموذج مقترح للحاسب الضريبي لتحفيز تمويل التنمية بنظام (B.O.T) ،

- وهدفَت الدراسة إلى عدد من الأهداف تمثلت في :
- معرفة الإطار المفاهيمي لنظام (B.O.T) من حيث التعريف ، أطرافه ، وخصائصه ، ومزاياه .

- التعريف بعملية التحاسب الضريبي كمرشد التحاسب عن نظام (B.O.T) .
  - تطوير نموذج ملائم للتحاسب الضريبي للمشروعات الممولة بنظام (B.O.T) .
- وتوصلت الدراسة إلى نتيجة مفادها أن المعالجة التي يتبناها النموذج المقترح تتمشى مع عملية التحاسب الضريبي التي يركز عليها تحديد العبء الضريبي ، مما يجعلها وسيلة تتفوق في مجال جذب الإستثمارات لتمويل التنمية بنظام (B.O.T) .

٦. عبد الرحمن (٢٠١٧ م) :

- تناولت الدراسة أثر خصائص المراجعة الداخلية في تحقيق كفاءة التحاسب الضريبي وهدفت الدراسة إلى التعرف على دور خصائص المراجعة الداخلية في التحاسب الضريبي والتعرف على مدى إستقلالية المراجع الداخلي في عمليات التحاسب الضريبي .وتوصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها :
- قياس الإيرادات الخاضعة للضريبة يؤدي إلى كفاءة التحاسب الضريبي .
  - إلمام المراجع الداخلي بالتطورات في معايير المراجعة يؤدي إلى توفير معلومات تساعد في دقة التحاسب الضريبي .

### ثالثاً: الإطار النظري

#### مفهوم التحاسب الضريبي :

هناك عدة تعريفات للتحاسب الضريبي وفيما يلي يستعرض الباحثان أهم تلك التعاريف على النحو التالي :-

عرف على أنه عملية يقصد بها بشكل عام التنظيم الفني للضريبة والذي يتناول كيفية قياس الدخل الخاضع للضريبة، وربط الضريبة وتحصيلها نتيجة هذا القياس . (سعود ،٢٠١١، ص ٢٤١).



كما عرف ايضاً: هو عبارة عن تسوية الحسابات بين مصلحة الضرائب والممولين وبذلك يشمل التحاسب الضريبي عمل مصلحة الضرائب منذ تقديم الإقرارات الضريبية وحتى ربط الضريبة نهائياً. (كمال ، ١٩٧٥، ص ٦) ويرى آخر أن التحاسب الضريبي تتضمن نطاق الدراسة فيه وقائع معينة يقوم المحاسب الضريبي بدراستها بوصفه متخصصاً مكلفاً من قبل الإدارة الضريبية وتتمثل هذه الوقائع في فحص سجلات ودفاتر ممولي الضرائب والإطلاع على المستندات المؤيدة للعمليات التي تمت خلال الفترة محل الفحص والحصول على أدلة وقرائن الإثبات .وبصفة عامة يهدف التحاسب الضريبي الذي يقوم به الفاحص الضريبي إلى التحقق من سلامة تطبيق أحكام التشريع الضريبي ومتابعة محاولات التهرب الضريبي من أداء الضريبة كما يهدف إلى التحقق من سلامة وأمانة إقرارات الممولين ويرى إن عملية التحاسب الضريبي لا تتم إلا بتحقيق الموافقة للمنشأة على الضريبة ولا تقتصر على فحص إقرارات الممولين الذين يلزمون بمسك دفاتر وسجلات منتظمة وتحدد نتائج أعمالهم على أساس الحسابات الختامية التي يعدونها بل تشمل إلى جوار هؤلاء جمهور الممولين الذين لا يحتفظون بسجلات ودفاتر أو يمسون مجموعة غير كاملة من الدفاتر و السجلات فتقدر الضرائب عليهم وفقاً لأسس متعارف عليها تختلف بالطبع باختلاف طبيعة النشاط الذي يزاوله الممول .(متولي ، ١٩٨٣، ص ٢١).

كما عرف التحاسب الضريبي بأنه الشق الفني التطبيقي الذي يتفاعل في سبيل إنجازه الخبرة الفنية والمحاسبية والقانونية لترجمة أهداف المشرع الضريبي . (أبوتبل ، ١٩٧٩، ص، ١٥٢).

ومن خلال التعريف السابق يرى الباحثان أن التحاسب الضريبي ما هو إلا تطبيق لإجراءات وقواعد المحاسبة الضريبية وهذا التطبيق لا بد أن يكون في ظل وجود الخبرة الفنية والمحاسبية لمتحصلي الضريبة. ويمكن تعريف التحاسب الضريبي بأنه الخطوات

التي تزيد طمأنينة الفاحص الضريبي في صحة ما أورده الممول من بيانات وحسابات للديوان .

### أهمية التحاسب الضريبي :

تتبع أهمية التحاسب الضريبي من أنه يلزم الادارة بالإستقلال الأمثل للموارد المتاحة بصورة كفوة ويجبرها أيضاً على عمل تحليل للانحرافات الناتجة عن تطبيق الخطة إن وجدت، وتحديد الأسباب التي أدت إلى عدم تحقيق أهداف الخطة والعمل على معالجتها بصورة سريعة وكفوة ( علي ، د: ن، ص ١٢ ).

كما أن التحاسب الضريبي يمكن شركات المساهمة العامة بشكل عام والشركات المدرجة في السوق المالي بشكل خاص، من العمل على توجيه إستثماراتها في المجالات التي تحقق لها وفورات ضريبية . وأيضاً من أهميته أنه يعمل على تحقيق الأهداف التي وضعت من قبل الدولة بخصوص تشجيع الإستثمار وتحقيق التنمية الإقتصادية. (الحاج ، ٢٠١٥ ، ص ٣٥ )

### إجراءات التحاسب الضريبي

التحاسب الضريبي يعتبر جوهر العمل في ديوان الضرائب ولا تتم عملية التحاسب الضريبي إلا بتوفر المستندات والدفاتر المنتظمة ، فمعني التحاسب هو حسب المال أو عده أو أحصاه أي بمعنى تسوية الحساب مع شخص آخر وعلى هذا يمكن القول بأن التحاسب الضريبي هو تسوية الحساب بين ديوان الضرائب و المكلفين . (حسن، د: ت ، ص ص ٣- ٤ )

إن الارتباط القائم بين المحاسبة الضريبية والنظرية العامة للمحاسبة ومجالات المعرفة المحاسبية المرتبطة بها لم يأتي بمجرد الصدفة لكن هذا الارتباط قد ساهم في حل المشاكل التي تعجز النصوص عن إبداء الرأي فيها، مثلاً التحاسب الضريبي، فالمحاسب الضريبي يقع عليه عبء تجميع وتحليل البيانات التي تساهم في حصر

المكلفين داخل المجتمع الضريبي وقياس الدخل والتصرفات الخاضعة للضريبة، بالإضافة إلى هذا فإن المحاسب الضريبي قد ويوكل إليه مهمة تنظيم دفاتر المكلفين واختبار المجموعة الدفترية والدورات المستندية التي تناسب وطبيعة النشاط الذي يزاوله المشروع ويرى المحاسب الضريبي عند اختياره السجلات والدورات المستندية ما يتطلبه قانون الدفاتر التجارية والتشريعات الضريبية ولا يقف دور المحاسب الضريبي عند هذا الحد بل يقوم بإعداد إقرارات المكلفين واعتمادها ويقصد بإعتماد الإقرار الضريبي من محاسب الضرائب الاعتراف الصريح منه بأن صافي الربح أو صافي الإيراد الخاضع للضريبة قد تم بما يتفق مع أحكام التشريع الضريبي ومبادئ المحاسبة المتعارف عليها. (متولي ، ١٩٨٣ ، ص ١٨ )

أما أ. د عيسى أبو طبل فيرى أن الأصل أن تتم عملية التحاسب الضريبي سنوياً بالنسبة للمكلفين الخاضعين للضرائب على الإيرادات التي تفرض على ما يحققه المكلف من أرباح أو إيرادات سنوية ، وقد تتم كلما تحققت الواقعة المنشأة للضريبة، وهنا تنشأ عملية التحاسب الضريبي بين ديوان الضرائب وبين المكلفين بالضريبة على الأرباح التجارية والصناعية، (أبو طبل ، ١٩٧٩ ، ص ص ١٥٢-١٥٣ ) .

يرى الباحثان أنه مما تقدم يمكن تلخيص إجراءات التحاسب الضريبي للضريبة في

الآتي :-

- ١- فحص الإقرارات الضريبية للمكلفين .
- ٢- تحديد الدخل الخاضع للضريبة .
- ٣- تحديد مقدار الضريبة .
- ٤- تحصيل الضريبة من المكلفين بدفعها .

**أهداف التحاسب الضريبي :**

- تستهدف عملية التحاسب الضريبي تحقيق أهداف عديدة منها مايلي:-  
التحقق من أن السجلات والدفاتر سواءً آلياً أو يدوياً منتظمة من حيث الشكل وحصره وفقاً للقواعد والأصول القانونية والمحاسبية والتي تنظم طريقة الحفظ والقيّد.
- التحقق من صحة دقة وصدق البيانات المحاسبية المسجلة والقيّد بالدفاتر والكشوفات والسجلات ومدى الإعتماد عليها للوصول إلى الأرباح الحقيقية أو الخسائر.
- التأكد أن هذه السجلات أو الكشوفات خالية من أي أخطاء أو تلاعب أو تزوير.
- معالجة كل ما جاء بالدفاتر والسجلات وتصحيحها من وجهة النظر الضريبية كأن يراعى فعلاً مبدأ إستقلال السنوات الضريبية وتحديد الإيرادات المتنوعة التي تدخل في وعاء الضريبة وفقاً للقانون. ( السباقي ، ٢٠٠٥ ، ص ٩ ) .
- ورأى آخر يرى أن التحاسب الضريبي يهدف إلى التحقق من سلامة وأمانة إقرارات المكلفين كما يهدف إلى التحقق من سلامة تطبيق أحكام التشريع الضريبي وتتبع محاولات التهرب من أداء الضريبة ويقوم المحاسب الضريبي بمتابعة ما ينشأ من خلاف بين المكلف وديوان الضرائب وفي مثل هذه الأحوال يقدم المحاسب الضريبي مذكرات الإعتراض والطعن في التعديلات التي يجريها الفاحص الضريبي على إقرار المكلف وما قد يجريه من ربط قد يكون مخالفاً للحقيقة. (متولي ، وآخرون ، د: ت ، ص ٩ - ١٠).

**مفهوم ومقاييس وآثار عدم تماثل المعلومات :****مفهوم عدم تماثل المعلومات :**

شاع مصطلح عدم تماثل المعلومات Information Asymmetry بصورة كبيرة في الآونة الأخيرة وخاصة دراسة Akerlof في العام ١٩٧٠م والذي فاز بجائزة نوبل، حيث قام بتأصيل مفهوم عدم تماثل المعلومات بين البائعين والمشتريين في السوق بالتطبيق على سوق السيارات المستعملة .

وعرف Akerlof عدم تماثل المعلومات بأنها الحالة التي تتميز بإمتلاك الأشخاص المختلفة لمعلومات مختلفة بخصوص شئ معبر ، فالعاملين في الشركة لديهم معلومات بخصوص قدراتهم أكثر من تلك التي تمتلكها إدارة الشركة. (عبيد ، ٢٠٠٨، ص ، ١٣٠).

وعرفها آخر بأنها مقدار الاختلاف في حجم المعلومات المتاحة للأطراف المتنوعة المختلفة بشأن المعاملات والتي لا تجعلهم على قدم المساواة في اتمام الصفقات (يسن ، ٢٠١٣ ، ص ٥٢).

وعرفت أيضا بأنها حيازة مستمرة أو أكثر على معلومات خاصة حول قيمة الشركة بينما يوجد مستثمرون آخرون لم تصل إليهم تلك المعلومات بعد ، وإن درجة استفادتهم تقف عند المعلومات العامة فقط مما يؤثر على قدرتهم بشأن التمييز بوضوح بين الأرباح الحقيقية والأرباح المحاسبية المقدرة عنها. ( السيد ، ٢٠٠٥ ، ص ٧ ) . وهي أيضا حيازة أحد أطراف التعاملات التجارية لمعلومات إما غير متوفرة أو أفضل أو أكثر تفصيلا عن المعلومات المتوفرة للطرف الآخر. ( الدهراوي ، ص ٤٣ )

كما تم تعريفها أيضا بأنها مقدار الاختلاف من حجم المعلومات المتاحة للأطراف المتنوعة المختلفة بشأن المعاملات ، والتي لا تجعلهم على قدم المساواة في إتمام الصفقات . (يسن ، ٢٠١٣ ، ص ٥٢ .

من خلال التعريفات السابقة يرى الباحثان أن عدم تماثل المعلومات يعني وصول معلومات للجهات الخارجية كل على حده، أي تؤثر هذه المعلومة على قرارات تلك الجهاز كل حسب ما تتوفر لديه من معلومة. ولذلك لا تصدر قرارات حتى وصول تلك المعلومات والتي لا تصل لكل الأفراد في ذات التوقيت. ويمكن القول بأن المساواة بامتلاك أي معلومة بين إدارة المنشأة والأطراف الخارجية هذه حالة أما الحالة الثانية عدم المساواة في المعلومات بين الإدارة والأطراف الخارجية وهنا يظهر عدم التماثل في المعلومات .

### مقاييس ظاهرة عدم تماثل المعلومات :

يتم قياس ظاهرة عدم تماثل المعلومات وفق مقاييس محددة والتي تعطي مؤشراً حول معرفة مدى ممارسة المنشأة لهذه الظاهرة وتتمثل تلك المقاييس في الآتي :-

#### ١- حجم التداول في المعلومات :

يعتبر حجم التداول في المعلومات من المؤشرات التي يستدل منها على درجة عدم تماثل المعلومات . حيث يرتبط حجم التداول بعلاقة عكسية مع عدم تماثل المعلومات. مفهوم وصول المعلومات الى كل المتعاملين داخل سوق الأوراق المالية يعني إما انسجامهم من السوق نهائياً أو انخفاض حجم المتعاملين ذوي المعلومات في السوق . ( ناجي ، ٢٠١٥ ، ص ٩٦ )

هنا يرى الباحثان أن عدم وصول المعلومات الى الإدارة الضريبية وممارسة عدم التماثل في المعلومات يؤثر على قرار ربط الضريبة .

**٢- ربحية التداول الداخلي :**

ويقوم هذا المقياس على فكرة أن الأرباح الداخلية ذات صلة بالمعلومات حيث أرباح التداول الداخلي بدرجة التباين في المعلومات بين الإدارة والأطراف الخارجية ( ناجي ، ٢٠١٥ ، ص ٩٦ )

**٣- تنبؤات المحللين الماليين :**

ويقوم هذا المقياس على وجود علاقة عكسية بين دقة وتطابق تنبؤات المحللين الماليين وعدم تماثل المعلومات ، فكلما زادت درجة عدم تماثل المعلومات كلما انخفضت دقة تنبؤات المحللين وزادت درجة الاختلاف بين تنبؤات مجموعة من المحللين بشأن بند معين ، أيضا كلما انخفضت درجة عدم التماثل زادت دقة التنبؤات وادى ذلك الى تطابق تام بين تنبؤات المحللين في هذا البند. ( السيد ، ٢٠٠٥ ، ص ١٢ )

من خلال ما سبق يرى الباحثان أن هنالك علاقة عكسية بين ربط وتقدير الضريبة وعدم تماثل المعلومات فيكون ربط الضريبة وتقديرها جيد في حال إنخفاض أو أنعدام عدم تماثل المعلومات ، بينما يكون الربط بعيد عن الحقيقة إذا كان هنالك زيادة في عدم تماثل المعلومات .

**الآثار المترتبة على عدم تماثل المعلومات :**

إن عدم تماثل المعلومات عندما يكون لدى أحد الأطراف معلومات أكثر وأفضل من المعلومات المتاحة للأطراف الأخرى ، ويؤدي عدم التماثل إلى المخاطر التالية :-

- سوء الفهم .
- سوء التفسير .
- سوء الاستنتاج والاستدلال .

إذاً في حالة عدم تماثل المعلومات فإن هذا سوف يؤدي إلى مخاطر غير مرغوب فيها  
مثل :

- ١- زيادة تكاليف العمليات .
  - ٢- تخفيض درجة السيولة للأوراق المالية .
  - ٣- إنخفاض حجم العمليات .
- كل ما سبق ينتج عن عدم كفاءة بسوق رأس المال مما ينعكس ذلك على الإقتصاد القومي كله. (يسن، ٢٠١٣م، ص ٥٥)
- مما سبق يخلص الباحثان إلى أن سوء الفهم أو سوء التفسير أو سوء الأستنتاج يأتي نتيجة لغياب المعلومات من حيث الكمية والجودة والتوقيت مما ينعكس سلباً على المفتش الضريبي الذي يبني قراره على المعلومات المقدمة من الممول.
- ويرى احد الكتاب أن هذه الآثار المترتبة على عدم تماثل المعلومات يمكن تقسيمها إلى إتجاهين :-

**الإتجاه الأول :** ويرى أن عدم تماثل المعلومات بأشكالها المختلفة تؤدي إلى تحقيق عائد غير عادي لبعض الأطراف على حساب أطراف أخرى من خلال معرفتهم المبكرة بمعلومات عن أداء الشركة، وأن ما سبق يترك تأثيراً سلبياً على كل المتعاملين الخارجين والإقتصاد القومي .

**الإتجاه الثاني:** ويرى إمكانية معرفة السوق للمعلومات الخاصة وإستيعابها ، وهنا يجعل من الصعب تحقيق عائد غير عادي للمتعاملين وذوي المعلومات على حساب غيرهم .(الدهراوي، ص ٤٩).

كما أن وجود حالة عدم التماثل للمعلومات في سوق رأس المال سواء كان بين إدارة الشركة والمستثمرين أو بين المستثمرين أنفسهم يمكن أن يترتب عليها عدداً من الآثار



غير المرغوب فيها سواءاً على مستوى الشركة ذاتها أو مستوى سوق رأس المال الذي تعمل فيه .

### طرق ووسائل الحد من عدم تماثل المعلومات :

تعتبر ظاهرة عدم تماثل المعلومات من الظواهر التي نالت إهتماماً ملحوظاً من قبل المهتمين لذلك بحثت جهات عديدة عن وسائل للحد من هذه الظاهرة فنجد أن وسائل الحد من عدم تماثل المعلومات تقسم إلى نوعين هما :-

- الإختيار غير الملائم .
- التخلخل الأخلاقي .

### أولاً : الإختيار غير الملائم

تتمثل تلك المشكلة في حيازة الإدارة والأطراف الداخلية الأخرى لمعلومات حول الأداء المالي الحالي والمستقبلي للشركة لم تصل إلى الأطراف الخارجية، حيث يمتلك ذلك الطرف تلك المعلومات لتحقيق ميزة نسبية على حساب الطرف الثاني بالشكل الذي يترك أثراً وتأثيراً واضحاً على قدرة هؤلاء على إتخاذ قرارات جيدة، ومن ثم يصبح إختيارهم غير ملائم لذلك تلعب المحاسبة دوراً هاماً في الحد من تلك المشكلة من خلال دورها في تحويل المعلومات الخاصة إلى معلومات عامة وذلك خلال وسيلتين هما :-

- أ. التوسيع في الإفصاح المحاسبي.
- ب. تفعيل دور إدارة المعرفة المحاسبية.

### ثانياً : التخلخل الأخلاقي

تظهر هذه المشكلة واضحة في ظل صعوبة رقابة أداء الإدارة والتأكد من قيامها بواجباتها على أكمل وجه، ولذلك نجد أن تحفيز الإدارة بشأن توفير معلومات تترك تأثيراً إيجابياً على قيمة الشركة فمثلاً زيادة كمية المعلومات الموثوق فيها سوف تزيد من ثقة

المستثمرين مما يعود بالزيادة على أسعار الأسهم وإنخفاض تكلفة رأس المال ، وهذا يؤدي إلى دعم ربحية الشركة وقيمتها ثم دعم القيمة السوقية للمديرين. ( أحمد ، ٢٠١٣ ، ص ١٩٥ )

يرى الباحثان أن هذين النوعين يلقيان بظلالهما على قرارات الإدارة الضريبية حيث أن هنالك علاقة طردية بين عدم تماثل المعلومات وثقة الأطراف الخارجية مثل الضرائب في قوائم تلك الشركة فكلما زادت ظاهرة عدم التماثل للمعلومات زادت عدم ثقة الأطراف الخارجية بالشركة الشيء الذي سوف يؤثر سلباً على الشركة في مقلب الأيام من ناحية تقدير وربط الضريبة.

### إجراءات الدراسة الميدانية:

#### نبذة تعريفية عن مجتمع الدراسة:

#### نشأة ديوان الضرائب:

أنشئ ديوان الضرائب كقسم صغير بوزارة المالية في العام ١٩٥٤م ليقوم بأعباء إدارة ضريبة أرباح الأعمال للشركات والأفراد، وكان إختصاص القسم تقدير الضريبة لمن يزيد دخله عن ألف جنيه، ومن قل دخله عن ذلك يتم تقديره بواسطة لجان تشكلها الحكومة المحلية وهو ما أطلق عليه كشف الوزير والكشف المحلي.

وفي عام ١٩٦٧م أنشئت إدارة للضرائب خارج مبنى وزارة المالية ثم تلي ذلك التوسع التدريجي لهذه الإدارة نتيجة للتوسع في الوعاء الضريبي ، والذي أصبح يشمل إلى جانب أرباح الأعمال دخل إيجار العقارات والدخل الشخصي وكان ذلك في العام ١٩٦٤م.

وفي عام ١٩٦٨م جاء رسم الدمغة ومن ثم الأرباح الرأسمالية في عام ١٩٧٤م ثم المبيعات ١٩٨٠م وقانون ضريبة المغتربين في ١٩٨١م ونتيجة لذلك أصبحت

الضرائب مصلحة لها مدير وتتبع لوزارة المالية، ومن ثم وكيل واخيراً أصبح ديواناً له أمين عام ويتبع راساً لوزير المالية، وكان من اسباب التوسع الإداري للجهاز الضريبي صدور قانون ضريبة الدخل لسنة ١٩٧١م والذي وجد خضوع الممولين للضريبة المركزية دون إعتبار لمستويات دخولهم المختلفة . وفي عام ١٩٨٤م تحولت مصلحة الضرائب الى ديوان الزكاة والضرائب. (دائرة التخطيط الاستراتيجي، الإدارة العامة للإحصاء والبحوث، ٢٠٠٩م، ص ٢).

وفي عام ١٩٨٦م صدر قرار مجلس الوزراء يفصل الزكاة عن الضرائب ، وأصبحت للزكاة ديواناً مستقلاً، وأصبح لديوان الضرائب وكيلاً ثم اميناً عاماً يتبع لوزير المالية، وادخل قانون الضريبة على القيمة المضافة في عام ٢٠٠١م وتم تطبيقها في العام ٢٠٠٠م بمرسوم مؤقت بأمر الطواري لعام ١٩٩٩م.

يتناول الباحثان في هذا الدراسة وصفاً للطريقة والإجراءات التي اتبعاها في تنفيذ الدراسة، يشمل ذلك وصفاً لمجتمع وعينة الدراسة وبيان الأساليب والمعالجات الإحصائية المستخدمة لاختبار فرضيات الدراسة وصولاً إلى تحليل البيانات والتحقق من فرضيات الدراسة.

**مجتمع وعينة الدراسة :** يتمثل مجتمع الدراسة في ديوان الضرائب ولاية الخرطوم، أما عينة الدراسة تتمثل في العاملين بديوان الضرائب بمختلف مكاتبها العاملة بولاية الخرطوم تم تحديد عينة الدراسة بمواصفاتها العلمية التي تحقق أغراض الدراسة من ذوي الاختصاص من مدير مالي، مراجع داخلي، محاسب مالي، محاسب تكاليف، أكاديميين، أخرى تم تحديد العينة لتحقيق أغراض الدراسة. لما

لديهم من صلة وثيقة وإهتمام بموضوع الدراسة (أثر جودة التحاسب الضريبي في الحد من عدم تماثل المعلومات). وتم إختيار العينة بصورة عشوائية.  
**جمع البيانات:**

تم توزيع عدد (٢٠٠) إستمارة على العينة المحددة مسبقاً والمستهدفة للتحقق من فرضيات الدراسة وتم جمع عدد (١٩٠) استمارة لتحليلها، أي بنسبة (٩٣%).  
**١. المؤهل العلمي:**

#### جدول رقم (١)

التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المؤهل العلمي:

| المؤهل العلمي | العدد | النسبة المئوية |
|---------------|-------|----------------|
| بكالوريوس     | ٧٥    | ٣٩.٥%          |
| دبلوم عالي    | ٢٧    | ١٤.٢%          |
| ماجستير       | ٤٧    | ٢٤.٧%          |
| دكتوراه       | ١٧    | ٨.٩%           |
| أخرى          | ٢٤    | ١٢.٦%          |
| المجموع       | ١٩٠   | ١٠٠%           |

المصدر: إعداد الباحثين ، بالإعتماد على بيانات الدراسة الميدانية ، ٢٠١٧م

من خلال الجدول (١) يلاحظ الباحثان أن توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المؤهل العلمي، نجد أن بكالوريوس (٧٥) مبحوث وبنسبة بلغت (٣٩.٥%) و(٢٧) مبحوث وبنسبة (١٤.٢%) دبلوم عالي، و (٤٧) مبحوث ماجستير وبنسبة (٢٤.٧%)، و دكتوراه (١٧) مبحوث و بنسبة بلغت (٨.٩%)، ويوجد (٢٤) مبحوث من حملة مؤهلات أخرى من العينة المبحوثة بنسبة (١٢.٦%).

يتضح مما سبق أن معظم أفراد العينة المبحوثة هم من حملة البكالوريوس حيث بلغ عددهم ٧٥ مبحوث وبنسبة ٣٩.٥% وهو ما يعادل نصف العينة المبحوثة.

٢. التخصص العلمي:

## جدول رقم (٢)

التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة الدراسة وفق متغير التخصص العلمي:

| التخصص العلمي         | العدد | النسبة المئوية |
|-----------------------|-------|----------------|
| محاسبة                | ٥٣    | ٢٧.٩%          |
| إدارة أعمال           | ٤٢    | ٢٢.١%          |
| اقتصاد                | ٢٣    | ١٢.١%          |
| تكاليف ومحاسبة إدارية | ٢٥    | ١٣.٢%          |
| نظم معلومات محاسبية   | ٢٩    | ١٥.٣%          |
| دراسات مالية ومصرفية  | ٨     | ٤.٢%           |
| أخرى                  | ١٠    | ٥.٣%           |
| المجموع               | ١٩٠   | ١٠٠%           |

المصدر: إعداد الباحثين، بالإعتماد على بيانات الدراسة الميدانية، ٢٠١٧م.

من خلال الجدول (٢) يلاحظ الباحثان أن أفراد العينة حسب متغير التخصص العلمي، عدد (٥٣) مبحوث تخصص محاسبة وبنسبة (٢٧.٩%)، وعدد (٤٢) مبحوث و بنسبة (٢٢.١%) تخصص إدارة أعمال، وعدد (٢٣) مبحوث و بنسبة (١٢.١%) تخصص اقتصاد ، وعدد (٢٥) مبحوث وبنسبة (١٣.٢%) تخصص تكاليف ومحاسبة إدارية، وعدد (٢٩) مبحوث وبنسبة (١٥.٣%) تخصص نظم معلومات محاسبية، وعدد (٨) مبحوث وبنسبة

(٤.٢%) تخصص دراسات مالية ومصرفية، كما يوجد من العينة المبحوثة (١٠) مبحوث من التخصصات أخرى ونسبة (٥.٣%).

يتضح مما سبق أن أغلبية أفراد عينة الدراسة هم من تخصص محاسبة حيث بلغ عدد المبحوثين (٥٣) مبحوث ونسبة بلغت (٢٧.٩%) من العينة المبحوثة، مما يدل على التخصصية الأمر الذي يساعد على فهم أسئلة الاستبانة.

٣. المؤهل المهني:

### جدول رقم (٣)

التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المؤهل المهني:

| النسبة المئوية | العدد | المهني                                |
|----------------|-------|---------------------------------------|
| ٣٠%            | ٥٧    | زمالة المحاسبين القانونيين السودانية  |
| ٧.٤%           | ١٤    | زمالة المحاسبين القانونيين العربية    |
| ٦.٨%           | ١٣    | زمالة المحاسبين القانونيين الأمريكية  |
| ٤.٢%           | ٨     | زمالة المحاسبين القانونيين البريطانية |
| ٣٥.٣%          | ٦٧    | لا يوجد مؤهل                          |
| ١٦.٣%          | ٣١    | أخرى                                  |
| ١٠٠%           | ١٩٠   | المجموع                               |

المصدر: إعداد الباحثين، بالاعتماد على بيانات الدراسة الميدانية، ٢٠١٧م.

من خلال الجدول رقم (٣) يلاحظ الباحثان أن توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المؤهل المهني، (٥٧) مبحوث حاصلين على زمالة المحاسبين القانونيين السودانية ونسبة (٣٠%)، و (١٤) مبحوث حاصلين على زمالة المحاسبين القانونيين العربية ونسبة (٧.٤%)، و (١٣) مبحوث حاصلين على زمالة المحاسبين القانونيين الأمريكية

وينسبة (٦.٨%)، ولا (٨) مبحوث حاصلين على زمالة المحاسبين القانونيين البريطانية وينسبة (٤.٢)، وعدد (٦٧) مبحوث ليست لديهم مؤهلات مهنية وينسبة (٣٥.٣%)، وعدد (٣١) مبحوث حاصلين على زمالة أخرى وينسبة (١٦.٣%).  
يتضح مما سبق أن معظم المبحوثين هم من المحاسبين، مما يؤكد صدق الإجابة على الأسئلة المطروحة في الاستبانة.

#### ٤. المسمى الوظيفي:

##### جدول رقم (٤)

التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة الدراسة وفق متغير المسمى الوظيفي:

| النسبة المئوية | العدد | الوظيفة      |
|----------------|-------|--------------|
| ٢٣.٢%          | ٤٤    | محاسب عام    |
| ٨.٩%           | ١٧    | مراجع داخلي  |
| ٥.٨%           | ١١    | محاسب تكاليف |
| ٧.٤%           | ١٤    | رئيس قسم     |
| ٣٨.٤%          | ٧٣    | مدير مالي    |
| ٤.٧%           | ٩     | مراجع خارجي  |
| ١١.٦%          | ٢٢    | أخرى         |
| ١٠٠%           | ١٩٠   | المجموع      |

المصدر: إعداد الباحثين، بالاعتماد على بيانات الدراسة الميدانية، ٢٠١٧م.

من خلال الجدول رقم (٤) يلاحظ الباحث أن توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المسمى الوظيفي، (٤٤) مبحوث محاسب عام وينسبة (٢٣.٢%)، و (١٧) مبحوث مراجع داخلي وينسبة (٨.٩%)، و (١١) مبحوث محاسب تكاليف وينسبة (٥.٨%)، وعدد (١٤) مبحوث رئيس قسم وينسبة (٧.٤%)، وعدد (٧٣) مبحوث مدير مالي وينسبة (٣٨.٤%)، وعدد (٩) مبحوث وينسبة (٤.٧%) مراجع خارجي ، وعدد (٢٢) مبحوث وينسبة (١١.٦%) أخرى من العينة المبحوثة.

يتضح مما سبق أن معظم المبحوثين هم من المحاسبين، مما يؤكد صدق الإجابة على الأسئلة المطروحة في الاستبانة.

٥. سنوات الخبرة:

### جدول رقم (٥)

التكرارات والنسب المئوية لأفراد عينة الدراسة وفق متغير سنوات الخبرة:

| سنوات الخبرة      | العدد | النسبة المئوية |
|-------------------|-------|----------------|
| أقل من ٥ سنوات    | ٢٦    | ١٣.٧%          |
| من ٦ إلى ١٠ سنوات | ٢٤    | ١٢.٦%          |
| من ١١ إلى ١٥ سنة  | ٥٦    | ٢٩.٥%          |
| من ١٦ إلى ٢٠ سنة  | ٢٥    | ١٣.٢%          |
| ٢١ سنة فأكثر      | ٥٩    | ٣١.١%          |
| المجموع           | ١٩٠   | ١٠٠%           |

المصدر : إعداد الباحثين، بالاعتماد على بيانات الدراسة الميدانية ،  
٢٠١٧م.

من خلال الجدول (٥) يتبين أن توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير سنوات خبرة كالآتي:-

(٢٦) مبحوث خبرتهم أقل من ٥ سنوات وبنسبة (١٣.٧%)، وعدد (٢٤) مبحوث وبنسبة (١٢.٦%) خبرتهم (من ٦ إلى ١٠ سنة)، وعدد (٥٦) مبحوث وبنسبة (٢٩.٥%) خبرتهم (من ١١ إلى ١٥ سنة)، و(٢٥) مبحوث وبنسبة (١٣.٢%) خبرتهم (من ١٦ إلى ٢٠ سنة) ، وعدد (٥٩) مبحوث وبنسبة (٣١.١%) خبرتهم فوق ٢١ سنة.



يتضح أن أغلبية المبحوثين خبرتهم تفوق ٢١ سنة حيث بلغت نسبتهم في العينة (٣١.١%) ويليه من خبرتهم تتراوح بين (١١-١٥) سنة حيث بلغت نسبتهم (٢٩.٥%) من العينة المبحوثة ، مما يؤكد صدق النتائج التي يتم التوصل إليها بناء على الأسئلة المطروحة عليهم.

#### العرض والتحليل الإحصائي لعبارات الدراسة :

**الفرضية الأولى :** "هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة التحاسب الضريبي ودرجة تماثل المعلومات المحاسبية "

وللتحقق من صحة هذه الفرضية، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة الدراسة بخصوص كل عبارة من العبارات المتعلقة بالفرضية الأولى، تم استخدام الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومربع كاي للعينة الواحدة للتأكد من مدى موافقة افراد عينة الدراسة على جميع العبارات ويتم توضيحها كما في الجدول التالي:

**جدول رقم (٦): الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومربع كاي والدلالة الإحصائية**

#### لإجابات أفراد عينة الدراسة

| ت | العبارات                                                                                   | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | مربع كاي | الدلالة الإحصائية |
|---|--------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------------|----------|-------------------|
| ١ | جودة التحاسب الضريبي تؤدي إلى احتفاظ الإدارة بمعلومات مالية خاصة بها ولا تقصص عنها للآخرين | ٤.٠٢          | ١.٢١              | ١١٧.٦٨   | .٠٠٠              |
| ٢ | جودة التحاسب الضريبي تؤدي إلى المحافظة على الحياد عند إعداد القوائم والتقارير المالية      | ٣.٧٧          | ١.١١              | ٧٤.٨٤    | .٠٠٠              |
| ٣ | جودة التحاسب الضريبي يؤدي إلى                                                              | ٤.٥٥          | ٠.٦٠              | ٨٥.٤٠    | .٠٠٠              |

|    |                                                                                                       |      |      | زيادة إمكانية الاتصال بالمكلفين |      |
|----|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|---------------------------------|------|
| ٤  | جودة التحاسب الضريبي تلزم إدارة الشركات علي إعداد تقارير تخدم المستخدم الوسيط للمعلومات المحاسبية     | ٤.٤٦ | ٠.٧٢ | ١٤٨.١٥                          | .٠٠٠ |
| ٥  | جودة التحاسب الضريبي تحسن من كمية معلومات التقارير المالية.                                           | ٤.٤٧ | ٠.٧٥ | ١٦٠.٠٢                          | .٠٠٠ |
| ٦  | جودة التحاسب الضريبي تحسن من نوعية معلومات التقارير المالية                                           | ٤.٣١ | ٠.٨٣ | ٢٠٢.٧٩                          | .٠٠٠ |
| ٧  | جودة التحاسب الضريبي تزيد من إمكانية تحديث المعلومات المفصح عنها بالتقارير المالية                    | ٤.٢٨ | ٠.٦٦ | ٤٢.٤٨                           | .٠٠٠ |
| ٨  | جودة التحاسب الضريبي تؤدي إلى تحقيق تطابق بين المعلومات المحاسبية المنشورة والواردة بالتقارير المالية | ٤.٣٧ | ٠.٦٨ | ٤٢.٤٨                           | .٠٠٠ |
| ٩  | جودة التحاسب الضريبي تؤدي إلى التقليل من سوء التفسير و الاستنتاج للمعلومات المقدمة.                   | ٤.٤٢ | ٠.٥٩ | ٦٧.٣٧                           | .٠٠٠ |
| ١٠ | جودة التحاسب الضريبي تسهم في إدراك المكلف بأهمية الضريبة وتشريعاتها.                                  | ٤.٤٩ | ٠.٧٤ | ١٦٥.٩٦                          | .٠٠٠ |

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية، ٢٠١٧م

من خلال الجدول رقم (٦) يلاحظ الباحثان أن الإحصاءات الوصفية للعبارات الفرضية الاولى التي ينص على " هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة التحاسب

الضريبي ودرجة تماثل المعلومات المحاسبية". فإن الأوساط الحسابية له تقع في المدى ما بين (٣.٧٧ - ٤.٥٥)، لجميع العبارات وحسب المقياس الخماسي ليكرت فإن إجابات المبحوثين تشير إلى الموافقة والموافقة بشدة.

لاختبار صحة الفرضية الذي ينص على: "هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحاسب الضريبي ودرجة تماثل المعلومات المحاسبية". تم استخدام اختبار مربع كاي لعبارات المحور وجاءت قيم مربع كاي المحسوبة كالآتي (١١٧.٦٨ - ٧٤.٨٤ - ٨٥.٤٠ - ١٤٨.١٥ - ١٦٠.٠٢ - ٢٠٢.٧٩ - ٤٢.٤٨ - ٤٢.٤٨ - ٦٧.٣٧ - ١٦٥.٩٦) وبدرجات حرية (٢-٤) وبمستوى دلالة Sig لجميع العبارات (٠.٠٠٠) وعند مقارنة مستوى الدلالة sig بمستوى المعنوية المسموح به (٠.٠٥) نجد أن مستوى الدلالة sig تقل عن مستوى المعنوية مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لعبارات الفرضية الثانية : هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة التحاسب الضريبي وموثوقية المعلومات المحاسبية .

وللتحقق من صحة هذه الفرضية، ينبغي معرفة اتجاه آراء عينة الدراسة بخصوص كل عبارة من العبارات المتعلقة بالفرضية الثانية، تم استخدام الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومربع كاي للعينة الوحدة للتأكد من مدى موافقة أفراد عينة الدراسة على جميع العبارات ويتم توضيحها كما في الجدول التالي:-

جدول رقم (٧): الوسط الحسابي والانحراف المعياري ومربع كاي والدلالة الإحصائية لإجابات أفراد عينة الدراسة

| ت | العبارات                                                                                       | الوسط الحسابي | الانحراف المعياري | مربع كاي   | الدلالة الإحصائية |
|---|------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-------------------|------------|-------------------|
| ١ | جودة التحاسب الضريبي تسهم في اكتشاف مدى صدق وتمثيل وحيادية المعلومة المحاسبية                  | ٤.٥٢          | ٠.٨٤              | ٢٠١.٥<br>٤ | ٠.٠٠٠             |
| ٢ | جودة التحاسب الضريبي تزيد من إمكانية التحقق من موضوعية المعلومات المحاسبية                     | ٤.٧٦          | ٠.٦٠              | ٣٥١.٦<br>٨ | ٠.٠٠٠             |
| ٣ | جودة التحاسب الضريبي تؤدي إلى معلومات محاسبية تتسم بالحيادية                                   | ٤.٤٩          | ٠.٧٠              | ١٧٩.٦<br>٠ | ٠.٠٠٠             |
| ٤ | جودة التحاسب الضريبي تؤدي إلى معرفة وإدراك الفاحص الضريبي بأهمية الحياد وقابلية المعلومة للفهم | ٤.٥٥          | ٠.٧٦              | ٢٠٧.٢<br>٦ | ٠.٠٠٠             |
| ٥ | جودة التحاسب الضريبي تؤدي إلى معلومات محاسبية ذات مستوى عالي من الموثوقية                      | ٤.٣٣          | ٠.٩١              | ١٢٠.٧<br>٠ | ٠.٠٠٠             |

|    |                                                                                                          |      |      |            |       |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------|------------|-------|
| ٦  | جودة التحاسب الضريبي تعتمد على مدى قدرة المعلومات المحاسبية على التمثيل الصادق للحالة المالية للمكلف     | ٤.٥٢ | ٠.٦٣ | ١٧٣.٠<br>٣ | ٠.٠٠٠ |
| ٧  | جودة التحاسب الضريبي تؤدي إلى زيادة ثقة المعلومات المحاسبية ومن ثم خلوها من الأخطاء                      | ٤.٤٠ | ٠.٨٧ | ١٤٣.٤<br>٣ | ٠.٠٠٠ |
| ٨  | لتحقيق تحاسب ضريبي جيد يتحقق الفاحص الضريبي من مصدر معلومات محاسبية مفصح عنها بكل وضوح ومن مصادر موثوقة. | ٤.٢٦ | ٠.٦٩ | ١٤٧.٧<br>٣ | ٠.٠٠٠ |
| ٩  | جودة التحاسب الضريبي تساعد في زيادة الشفافية والوضوح في المعلومات المحاسبية                              | ٤.٣٦ | ٠.٩١ | ١٣٧.٧<br>٩ | ٠.٠٠٠ |
| ١٠ | جودة التحاسب الضريبي تساعد في توفير معلومات محاسبية قابلة للتحقق                                         | ٤.٣٦ | ٠.٧٣ | ١٢٢.٠<br>٠ | ٠.٠٠٠ |

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية، ٢٠١٧م

من خلال الجدول رقم (٧) يلاحظ الباحثان أن الإحصاءات الوصفية للعبارات الفرضية الثانية التي ينص على "هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين التحاسب الضريبي وموثوقية المعلومات المحاسبية". فإن الأوساط الحسابية له تقع في المدى ما بين (٤.٢٦ - ٤.٧٦)، لجميع العبارات وحسب المقياس الخماسي ليكرت فإن إجابات المبحوثين تشير إلى الموافقة والموافقة بشدة.

لاختبار صحة الفرضية الذي ينص على: "هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة التحاسب الضريبي وموثوقية المعلومات المحاسبية". تم استخدام اختبار مربع كاي لعبارات المحور وجاءت قيم مربع كاي المحسوبة كالتالي (٢٠١.٥٤ - ٣٥١.٦٨ - ١٧٩.٦٠ - ٢٠٧.٢٦ - ١٢٠.٧٠ - ١٧٣.٠٣ - ١٤٣.٤٣ - ١٤٧.٧٣ - ١٣٧.٧٩ - ١٢٢.٠٠) وبمستوى دلالة Sig لجميع العبارات (٠.٠٠٠) وعند مقارنة مستوى الدلالة sig بمستوى المعنوية المسموح به (٠.٠٥) نجد أن مستوى الدلالة sig تقل عن مستوى المعنوية مما يعني وجود فروق ذات دلالة إحصائية لعبارات الفرضية.

### النتائج :

١. إن جودة التحاسب الضريبي تأثر إيجاباً في الحد من درجة تماثل المعلومات المحاسبية.
٢. إن جودة التحاسب الضريبي تسهم في زيادة الإفصاح والشفافية في محتوى القوائم المالية مما ينعكس إيجاباً في الحد من درجة تماثل المعلومات المحاسبية.
٣. إن جودة التحاسب الضريبي تدعم من تطبيق خصائص المعلومات المحاسبية بغرض الحد من درجة تماثل المعلومات المحاسبية.

**التوصيات :**

١. ضرورة الاهتمام بالتطوير المستمر للعاملين بديوان الضرائب مع التركيز على الدورات التدريبية المتخصصة في مجال التحاسب الضريبي.
٢. ضرورة تطوير آليات التحاسب الضريبي ودعم المحتوى المعلوماتي للنظام الضريبي.
٣. زيادة مستوى الافصاح والشفافية من خلال إدخال برنامج الحكومة الالكترونية في ديوان الضرائب.

**قائمة المراجع :****أولاً: الكتب**

- عصام محمد الحاج ، التحاسب الضريبي في شركات المساهمة، ( القاهرة : د، ن ، ٢٠١٥ م ).
- عصام الدين محمد متولي ، دراسات في المحاسبة الضريبية، ( القاهرة : دار النهضة العربية ، ١٩٨٣ م ).
- عيسى أبو طمبل ، المحاسبة الضريبية والتحاسب الضريبي، ( القاهرة : دار النهضة العربية ، ١٩٧٩ م ).
- مصطفى محمد علي ، حوكمة الشركات في التحاسب الضريبي، ( القاهرة : د، ن ، د، ت ).

**ثانياً: الدوريات العلمية**

- إبراهيم السيد عبيد، دور التقارير المالية المنشورة في تخفيض حالة عدم تماثل المعلومات في سوق راس المال ، مجلة المحاسبة والإدارة والتأمين العدد ٧٠، ٢٠٠٨م.

- الدهراوي ، كمال الدين مصطفى، دور الإفصاح المحاسبي في تخفيض عدم تماثل المعلومات وزيادة كفاءة سوق رأس المال ، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية ، العدد الثاني المجلد الواحد والثلاثون .
- السيد ، صفا محمود، التوسع في الإفصاح المحاسبي وعدم تماثل المعلومات بالبورصة المصرية ، مجلة البحوث المعاصرة ، جامعة سوهاج ، العدد الأول ، المجلد التاسع عشر، ٢٠٠٥م.
- حسن محمد كمال، المقومات الاقتصادية الايدولوجية الفنية في النظام المحاسبي الضريبي ، مجلة المال والتجارة، ١٩٧٥م.
- عبد الرحمن عادل خليل وآخرون، أثر خصائص المراجعة الداخلية في تحقيق كفاءة التحاسب الضريبي، (دراسة ميدانية على الشركات التجارية )، مجلة الدراسات العليا ، جامعة النيلين ، العدد ٣٧ المجلد العاشر ، ديسمبر، ٢٠١٧م.
- عبد الرضا حسن سعود، مدى تأثير اختيار طريقة قياس تكلفة الإنتاج على عملية التحاسب الضريبي ، مجلة كلية الإدارة والاقتصاد ، جامعة البصرة ، العدد ١، ٢٠١١م.
- محمود رجب يسن غنيم، دور الإفصاح الإلكتروني في الحد من عدم تماثل المعلومات وانعكاس ذلك على كفاءة سوق رأس المال المصري ، مجلة الدراسات والبحوث التجارية ، جامعة بنها ، العدد الأول، ٢٠١٣م.
- محمد عباس بدوي، نموذج مقترح للتحاسب الضريبي لتحفيز تمويل التنمية بنظام (B.O.T) ، مجلة الفكر المحاسبي ، جامعة عين شمس ، كلية التجارة ، العدد الثاني ، الجزء الاول ، السنة العشرون، ٢٠١٦م .
- ناجي ، شويكار محمد، قياس وتفسير العلاقة بين السياسات المحاسبية المشبعة وجودة الأرباح وانعكاساتها على أسعار الأوراق المالية دراسة تطبيقية ، رسالة ماجستير غير منشورة ، جامعة عين شمس، ٢٠١٥م .



- هالة حمدي أحمد حسانين، قياس أثر تخفيض عدم تماثل المعلومات على كفاءة سوق رأس المال ، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية ، جامعة قناة السويس ، العدد الاول ، المجلد الرابع، ٢٠١٣ م .

- ياسر أحمد محمد، إطار مقترح للإفصاح المحاسبي للحد من ظاهرة عدم تماثل المعلومات ، رسالة دكتوراة غير منشورة ، جامعة طنطا ، مجلة التجارة قسم المحاسبة ، ٢٠٠٦م.

- يسن ، محمود رجب، دور الإفصاح الالكتروني في الحد من عدم تماثل المعلومات وانعكاس ذلك على كفاءة سوى رأس المال المصري ، مجلة الدراسات والبحوث التجارية جامعة بنها ، العدد الأول ، السنة الثالثة والثلاثون، ٢٠١٣م.

### ثالثاً : المؤتمرات

- عبد المنعم السباقي، الفحص الضريبي الممكن ومشكلات التطبيق ، المؤتمر الضريبي لإعادة بناء المنظومة الضريبية، الجمعية المصرية للمالية العامة والضرائب، ٢٠٠٥م.

## أثر المشاركة الشعبية على التنمية الريفية

(بالتطبيق على مشروع صندوق تنمية المجتمع- ولايات كردفان - السودان)

إعداد: د. حسن محمد ماشا عريان      د. صلاح أحمد منيل محمد      د. تماضر جابر البشير  
 أستاذ الاقتصاد المشارك      أستاذ الاقتصاد المساعد      أستاذ الاقتصاد المساعد  
 جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية      كلية الاقتصاد - جامعة كردفان      كلية الاقتصاد - جامعة كردفان

### Abstract

This study addressed to identify the impact of the popular participation in rural development in Community Development Fund Project, in Kordofan states. The study aimed to show the impact of popular participation on rural development. The study hypothesises that there was a positive relationship between popular participation and rural development. The study was based on qualitative data collected by questionnaire and distributed to a random sample of ٤٥٠ community size. The study relied on historical method, deductive method and descriptive statistics method used factor analysis. The results of the study showed the most important of which are the popular participation in provided positive water, health services and improved education ( $B = ٠.٣٥٢$  Sig ٠.٠٠٠), the study model is significant ( $F = ٥٥.٩٥٨$ ). The study recommended more interest should be given to the mechanism of popular participation in rural project to ensure continuous development, confuted on should be done additional studies on the role of popular participation rural development.

## مستخلص

تناولت الدراسة أثر المشاركة الشعبية في التنمية الريفية بالتطبيق على مشروع صندوق تنمية المجتمع في ولايات كردفان، هدفت الدراسة إلى بيان أثر المشاركة الشعبية على تنمية الريف، افترضت الدراسة أن هناك علاقة ايجابية بين المشاركة الشعبية وتنمية الريف، واستندت الدراسة على بيانات نوعية تم جمعها عن طريق الاستبانة وزعت على عينة عشوائية حجمها ٤٥٠ من مجتمع الدراسة، اعتمدت الدراسة على المنهج التاريخي، المنهج الاستنباطي والمنهج الإحصائي الوصفي باستخدام التحليل العاملي، توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها للمشاركة الشعبية أثر ايجابي في توفير المياه وتوفير الخدمات الصحية وتحسين التعليم (بيتا ٠.٣٥٢ ومستوى المعنوية ٠.٠٠٠٠)، نموذج الدراسة معنوي قيمة (F) المحسوبة كانت (٥٥.٩٥٨)، أوصت الدراسة باهتمام أكثر بالمشاركة الشعبية لضمان استمرارية مشاريع التنمية الريفية، إجراء دراسات إضافية في دور المشاركة الشعبية في تنمية الريف.

## أولاً: الإطار المنهجي والدراسات السابقة

### ١/ المقدمة:

إن تنمية الريف أصبحت ذات أهمية كبرى، خاصة وأن الريف تمارس فيه الزراعة وبذلك يمد الصناعة بالمواد الخام، وبالتالي تنمية الريف تساعد في استقرار إنسان الريف ومن ثم يساعد في العملية الإنتاجية، وأصبحت في الآونة الأخيرة المنظمات تركز على المشاركة الشعبية لما لها من أهمية بالغة في إنجاح مشاريع وبرامج التنمية، والفئات المعنية بالمشاركة في المجتمع المحلي، التنفيذيون والمتأثرين بمشاريع وبرامج التنمية، يقصد بالمشاركة الشعبية مشاركة الأفراد والجماعات والقيادات في كل ما يتصل بالحياة في المجتمع المحلي، في كل ما يتعلق بتنمية الموارد ويساهم

فيها كل مواطن مما يستطيعه أو يمتلكه بدافع رغبة حقيقية نابعة من اتجاه اجتماعي ومبادئ ثقافية أخلاقية، وأهم مرتكزات المشاركة الديمقراطية، اللامركزية، وعي الإنسان المحلي، الرغبة في المشاركة والتمثيل الحقيقي للمواطنين.

٢/ مشكلة الدراسة: تتمثل مشكلة الدراسة في هل للمشاركة الشعبية أثر على تنمية الريف؟.

٣/ أهداف الدراسة: تهدف الدراسة إلى الآتي:-

١. توضيح العلاقة بين متغيرات الدراسة.

٢. بيان أثر المشاركة الشعبية على تنمية الريف.

٤/ أهمية الدراسة: تمتد أهمية الدراسة لتشمل الجانبين العلمي والعملية، من حيث الجانب العلمي تكون دليلاً للأكاديميين والباحثين للتعرف على واقع الممارسة العملية للمشاركة الشعبية في التنمية، أما الجانب العملي إبراز أهمية المشاركة الشعبية في تنمية الريف ومساعدة جهات الاختصاص في اتخاذ القرارات السليمة بشأنها.

٥/ فرضية الدراسة: توجد علاقة ايجابية بين المشاركة الشعبية وتنمية الريف.

٦/ حدود الدراسة:

١. الحدود الزمانية: ٢٠٠٦م-٢٠١٣م.

٢. الحدود المكانية: ركزت الدراسة على ولايات كردفان.

الدراسات السابقة:

١. دراسة سعاد (٢٠٠٢):

تناولت الدراسة دور المشاركة الشعبية في الحكم المحلي في السودان، هدفت الدراسة إلى بيان دور المشاركة الشعبية في الحكم المحلي في السودان، اتبعت الدراسة المنهج التحليلي الاحصائي. توصلت الدراسة إلى أن للمشاركة الشعبية دور ايجابي في الحكم المحلي، أوصت الدراسة بتفعيل مشاركة المواطنين في عملية التنمية المحلية.

## ٢. دراسة منال عبد المعطي (٢٠٠٨):

تناولت الدراسة دور المشاركة المجتمعية في تنمية وتطوير المجتمع المحلي، حالة دراسية للجان الأحياء السكنية بمدينة نابلس، اتبعت الدراسة منهج دراسة الحالة، توصلت الدراسة إلى أن لمشاركة اللجان في الأحياء السكنية دور ايجابي في تطوير المجتمع المحلي، أوصت الدراسة بضرورة تفعيل دور اللجان المحلية.

## ٣. دراسة عبد العظيم (٢٠١٢):

تناولت الدراسة دور المشاركة الشعبية في التنمية المستدامة في المجتمعات المحلية الريفية في إفريقيا. هدفت الدراسة إلى إبراز أهمية دور المشاركة الشعبية في التنمية المستدامة في المجتمعات الريفية في الدول النامية، اتبعت الدراسة المنهج الاستنباطي، أثبتت الدراسة أن تدني درجة وعي المواطنين تعد عوامل سالبة تقود لفشل المشاركة الشعبية ومشاريع التنمية، أوصت الدراسة بضرورة توعية المواطنين في أهمية مشاركتهم في مشاريع التنمية في مختلف مراحلها.

## ٤. دراسة فريد صبح القيق (٢٠١٤):

تناولت الدراسة دور المشاركة المجتمعية في تحقيق التنمية المستدامة، الخطط الاستراتيجية للمدن الفلسطينية كحالة دراسية. اتبعت الدراسة منهج دراسة الحالة والتحليل الوصفي، توصلت الدراسة إلى أن للمشاركة المجتمعية دور ايجابي في تحقيق التنمية المستدامة.

## ٥. دراسة دار السلام (٢٠١٦):

تناولت الدراسة دور المشاركة الشعبية في التنمية الريفية. هدفت الدراسة للتعرف على دور المشاركة الشعبية في تنمية وتطوير المجتمع المحلي، اتبعت الدراسة منهج البحث الاجتماعي، أثبتت الدراسة أن ٩١% من صغار المنتجين شاركوا في أنشطة

المشروع، أوصت الدراسة بضرورة التنسيق وتضافر الجهود السياسية والشعبية بين كافة المؤسسات ذات الصلة والمنظمات الطوعية العاملة في مجال التنمية.

اشتملت الدراسات السابقة على ٥ دراسات ٣ منها محلية و ٢ اقليمية. استفاد الدراسة من الدراسات السابقة في صياغة المشكلة والفرضيات. حيث اتفقت معظم الدراسات السابقة في الهدف وهو توضيح دور المشاركة الشعبية في التنمية الريفية، واعتمدت على مناهج مختلفة منها التحليلي الوصفي ودراسة الحالة. الدراسة الحالية تتفق مع الدراسات السابقة في الهدف ولكن تختلف في منهجية التحليل حيث استخدمت الدراسة الحالية التحليل العاملي والفترة الزمنية وعينة الدراسة.

#### ثانياً: الاطار النظري

١/ المشاركة الشعبية: يقول محمد علي الطويل: (المقصود بالمشاركة الشعبية القائمة على الشعور بالمسؤولية الاجتماعية، مشاركة الأفراد والجماعات والقيادات في كل ما يتصل بالحياة في المجتمع المحلي، في كل ما يتعلق بتنمية موارد الناس الاجتماعية والاقتصادية والفكرية حتى يسهم فيها كل مواطن مما يستطيعه أو يمتلكه بدافع رغبة حقيقية نابعة من اتجاه اجتماعي ومبادئ ثقافية أخلاقية) (سعاد، ٢٠٠٢)، وبالتالي أهم مرتكزات المشاركة هي:-

١. الديمقراطية: الحرية هي حق أصيل للفرد والجماعة في اختيار من يمثلهم لتأمين حق المشاركة الايجابية.
٢. اللامركزية الإدارية: أن تدير الأقاليم والمحليات شئونها بواسطة ممثليها من مواطني المنطقة.
٣. درجة الوعي: إن الدعم الشعبي لبرامج التنمية لابد أن يبنى على وعي المجتمع بمشاكله واحتياجاته، ومن ثم تحقيق مزيداً من الخدمات (إدجمان، ١٩٩٩).
٤. الدافعية والرغبة في المشاركة: تتطلب المشاركة الحقيقية رغبة المواطنين الحقيقية على الوعي الكامل بمشاكل المجتمع.

٥. وضوح مضامين المشاركة: الغاية من المشاركة تحقيق تنمية مستدامة بما يؤمن احتياجات المجتمع المعني، فالتغيير الناتج عن المشاركة يؤسس على وضوح الرؤية بالنسبة للمجتمع و ممثليه.

٦. التمثيل: ينبغي على اختيار أفضل أفراد المجتمع من الراغبين في خدمة مجتمعاتهم ممن هم على قدر من الوعي. (داني، ٢٠٠٨)، وتكون المشاركة بتبادل المعلومات (الشفافية) أو تكون بالاستشارة أو في مرحلة تنفيذ برامج التنمية. **معوقات المشاركة:** تتمثل معوقات المشاركة في الآتي (عثمان، ٢٠٠١):-

١. سيطرة الخبراء الأجانب: أن سيطرة مختصي التنمية من الخبراء الأجانب من خارج الدول النامية تعد من معوقات خطط التنمية، ذلك لأنهم يجهلون ثقافات تلك المجتمعات، مما يؤدي إلى ضعف فرص نجاح التنمية وعدم تطوير قدرات المجتمع المحلي.

٢. طغيان دور الدولة: أن دور الدولة الغالب وطغيانه يؤدي إلى ضعف عملية صنع القرارات وتنفيذ الخطط الهادفة لتنمية المجتمع، فتكون الشراكة في التنمية مشاركة صورية ولا تعدو أن تكون مشاركة تستغل كعلاقة قائمة لمساندة الوضع السياسي وتستغلها الدولة وتوجهها نحو اهتمامات السياسة المركزية.

٣. التركيز على إظهار النجاحات: يظهر النظام الحاكم الوجه المشرق والنجاح، بينما لا تظهر التجارب الفاشلة، وهذا في حد ذاته يعيق التعليم والتعلم والاستفادة من المعرفة التراكمية بأسباب الفشل.

٤. الانتقائية في المشاركة: عادة ما تتم الدعوة للمشاركة في عمليات التخطيط التنموي المحلي والإقليمي لقادة المجتمع والنفوذ، ويتم اختيار هؤلاء بانتقائية مقصودة تعود منفعة التنمية ونتائجها لهم دون فقراء المجتمع.

٥. تضارب اهتمام المجموعات داخل المجتمع: أن تعارض أهداف التنمية المحلية يكون نتيجة لتضارب مصالح فئات المجتمع وذلك حسب التناقضات السائدة في تلك

المجتمعات، ويكون مصدر التباين في الرؤى مثلاً في المجتمعات ذات التركيب السكاني الديموغرافي تبايناً اثنياً أو بين كبار السن وصغارها وبين العاطلين والعاملين.

٦. سيطرة النخب: سيطرة وسيادة ممن يعتبرون صفوة المجتمع وهيمنة النخبة والطائفة الحاكمة على جميع القرارات التنموية يفرغ المشاركة من محتوى التمثيل الحقيقي للمجتمع. وبالتالي اختفاء مبادئها المهمة. وقد ينتج عن ذلك عدم تحقيق البرامج والمشاريع أهدافها التنموية مما يعنى فشلها.

٧. عدم الاهتمام بالمؤسسية والأطر التنظيمية: يعني ذلك الاهتمام بالوصول للنتائج السريعة على حساب الأطر المؤسسية، وخير مثال لذلك محاولة حل مشاكل المجاعات والفقر بتوزيع المساعدات ومواد الإغاثة في شكل أغذية بدلاً عن معالجة عوامل وأسباب الأزمات والفقر كحل ناجز مقابل التخدير.

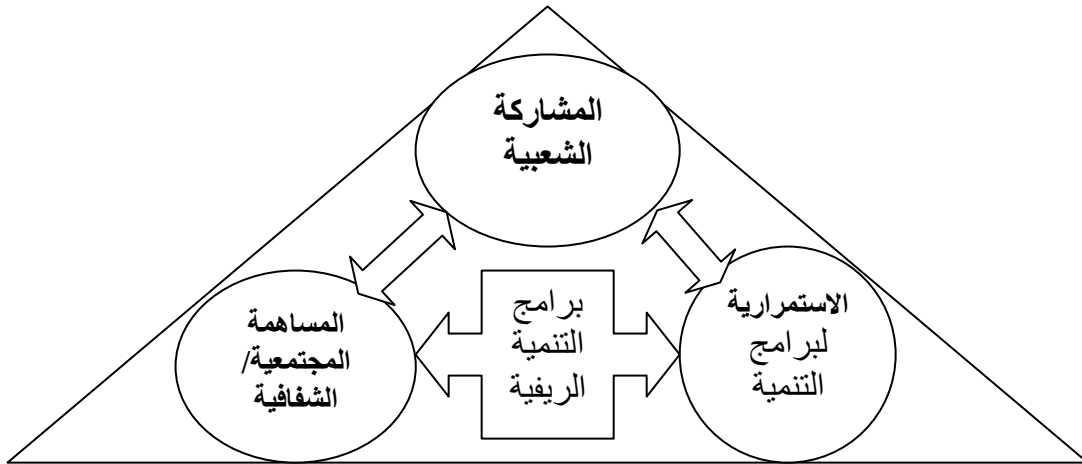
٨. تدني درجة وعي المواطنين: يمثل ضعف الاهتمام بالمشاركة عقبة في المشاركة الحقيقية الفاعلة، وقد يرجع ذلك إلى عدم الرغبة وبالتالي تدني مستوى الدافعية بين أفراد المجتمع.

٢/ تنمية الريف: يركز مفهوم تنمية المجتمع الريفي على العلاقات الاجتماعية والمشاركة القائمة بين الأفراد بالنسبة للاهتمام بمصالحهم واحتياجاتهم المشتركة، فتعرف التنمية الريفية بأنها عملية التغير الارتقائي الجذري المخطط، والمنظم، والتي يتم إحداثها في بنیان ووظائف الأنظمة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية من خلال تنفيذ مجموعة شاملة، ومتكاملة، ومتوازنة، ومتناسقة من البرامج والمشروعات التنموية، التي تنفذ عن طريق تكامل الجهود الحكومية، والجهود الطوعية للسكان الريفيين، ومشاركتهم الشعبية، وابتكارهم البناء وذلك كله لتحقيق الرخاء الاقتصادي والرفاه الاجتماعي والرضا النفسي لسكان الريف، بما يكفل عدالة توزيع مردود التنمية على السواد الأعظم من السكان الريفيين وفقرائهم. ومن العناصر الأساسية للتنمية:



١. زيادة الإنتاج وإقامة التنظيمات اللازمة لذلك.
٢. زيادة وتوسيع فرص العمل عن طريق تشجيع الصناعات الريفية خاصة تلك التي تعتمد على الاقتصاد الزراعي.
٣. الحد من الفقر وتحقيق مبدأ العدالة الاجتماعية بين أبناء الريف والمجتمع الواحد في الريف والحضر.
٤. تحقيق مبدأ المشاركة الشعبية في تخطيط وتنفيذ برامج التنمية في المجتمع المحلي الريفي.
٥. تحسين الوضع الصحي والتغذوي والتعليمي والمنزل الريفي بحيث يحقق العدالة بين الجنسين.
٦. إكساب السكان الاتجاهات الايجابية نحو العمل والتقدم التقني في الإنتاج مع تزويدهم بالمهارات اللازمة من خلال التدريب المناسب لهم.

شكل رقم (١): علاقة المشاركة الشعبية بتنمية الريف



المصدر: الحنيطي، ٢٠١٢م.

إن ترك التخطيط والتنفيذ للتنمية الريفية للحكومة دون مشاركة المجتمع لا تضمن نجاح مشاريع وبرامج التنمية واستدامتها، فالمشاركة الشعبية تتمثل في مساهمة المجتمع النقدية والعينية في تخطيط وتنفيذ وتقييم مشاريع التنمية، وكذلك الشفافية التي تعني تزويد السكان بالمعلومات أو تبادلها معهم فيما يخص البرامج والمشاريع المراد إقامتها وذلك بمنحهم الفرصة للمشاركة في اتخاذ القرار، إن مشاركة المجتمع المحلي في نفقات بناء وإنجاز المشاريع التي تنفذ عنده ضروري للمحافظة عليها واستمرارها (الحنيطي، ٢٠١٢م).

### ٣/ مشروع صندوق تنمية المجتمع Community Development Fund project(CDF)

مشروع صندوق تنمية المجتمع هو مشروع وطني تم تنفيذه في شمال السودان بشراكة بين حكومة الوحدة الوطنية وصندوق دعم المانحين عبر وحدة تنفيذية مستقلة على المستوى الاتحادي، ووحدات تنفيذية بالمحليات المستهدفة. يعمل مشروع صندوق تنمية المجتمع في ولايات: كسلا ، شمال كردفان، جنوب كردفان(كردفان الكبرى) و ولاية النيل الأزرق (تقرير مشروع صندوق تنمية المجتمع، فبراير ٢٠١٣).

يسعى مشروع صندوق تنمية المجتمع إلى تحقيق الأهداف التالية:-

١. تلبية احتياجات التعمير وتنمية المجتمع في المناطق المتأثرة بالحرب والمناطق الأقل نمواً في شمال السودان عن طريق توفير الخدمات الاجتماعية والاقتصادية والبنى التحتية.

٢. استخدام الخدمات التي يوفرها المشروع كوسيلة لحل النزاعات ولتحقيق استحقاقات السلام في المناطق التي تأثرت بالحرب.

يتكون المشروع من المشروعات الفرعية والتدريب وبناء القدرات (Project)

٢٠٠٧ Proposal: مكون المشروعات الفرعية Sub-projects: وهو مكون يعنى بتنفيذ

المبادرات المجتمعية التي يتم تحديدها بواسطة المجتمعات كأولويات للتنمية عن طريق استخدام منهج التقييم السريع للريف بالمشاركة ( Participatory Rural Appraisal). تم تشييد ٣١٧ مدرسة ويشتمل ٤٠ وحدة صحية و ١١٠ محطة مياه، مكون بناء القدرات والمتابعة والتقييم وإدارة المشروع Capacity Building : ويسعى هذا المكون إلى توفير خدمات التدريب والعون الفني وبناء قدرات المحليات والمنظمات وتنظيمات المجتمع القاعدية بغرض تحسين المهارات الفنية والإدارية، تم تدريب ٥١١٧٤ مستفيداً، يتبنى مشروع صندوق تنمية المجتمع تطبيق عدد من الاستراتيجيات والأدوات لتحقيق أهدافه منها إشراك المجتمعات المختارة في كافة مراحل التنفيذ ومساهمة المجتمعات (تقرير مشروع صندوق تنمية المجتمع، فبراير ٢٠١٣).

### ثالثاً: الدراسة الميدانية

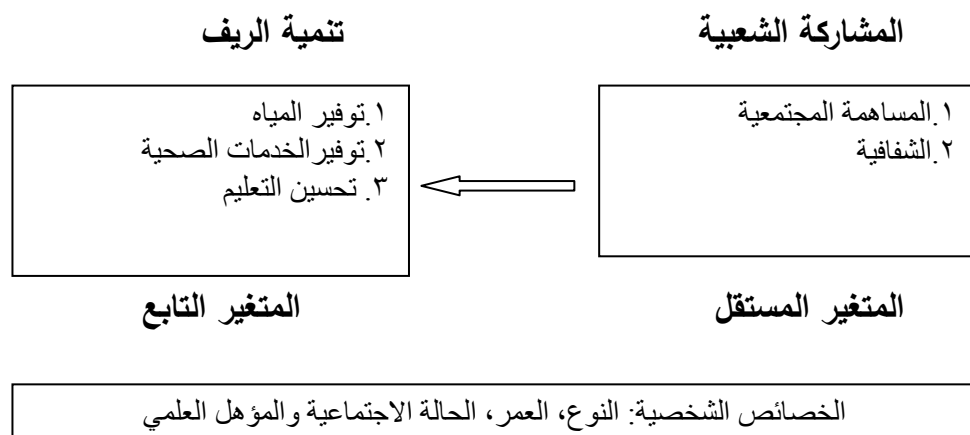
١/ **منهجية الدراسة:** أستخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، هذا بجانب المنهج التاريخي وذلك من أجل تتبع سير الظاهرة خلال الفترة التي تغطيها الدراسة، هذا بالإضافة إلى المنهج الإحصائي، حيث تم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، لتحليل بيانات الدراسة وفيه تم استخدام الأساليب التالية: أساليب الإحصاء الوصفي: (التكرارات، النسب المئوية، الوسط الحسابي، الانحراف المعياري) لوصف عينة الدراسة والخصائص الديموغرافية لها، أساليب الإحصاء التحليلي: وذلك بغرض قياس اعتمادية أداة الدراسة وجودة وتوفيق نموذج الدراسة والمتغيرات واختبار الفرضيات، وذلك من خلال الآتي: ١/ معادلة ألفا كرونباخ لحساب معامل الثبات، وذلك لقياس اعتمادية الأداة المستخدمة في الدراسة (الإستبانة). ٢/ أسلوب التحليل العاملي: يستخدم هذا الأسلوب متمثلاً في طريقة المكونات الأساسية من أجل جودة توفيق متغيرات ونموذج الدراسة، حيث تجرى تغييرات في النموذج وكذلك تجرى تعديلات في الفرضيات بناءً على نتائج التحليل العاملي. ٣/ معامل ارتباط بيرسون: لقياس درجة

الارتباط بين المتغيرات والتي تعكس قوة الارتباط بين المتغيرات وبين بنود المتغير الواحد. ٤/ الانحدار البسيط: لاختبار العلاقة بين المتغيرات المستقلة والتابعة.

٢/ أداة الدراسة: اعتمدت الدراسة على الإستبانة كأداة رئيسة لجمع بيانات الدراسة، حيث أرفق مع الإستبانة خطاب للمبحوث تم فيه تنويره بموضوع الدراسة وهدفه وغرض الإستبانة، واحتوت الإستبانة على قسمين هما: القسم الأول: تضمن البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة، واشتمل ذلك الجزء على البيانات الديموغرافية: النوع، العمر، المؤهل العلمي وسنوات الخبرة. القسم الثاني: احتوى على عدد (٥١) عبارة، طلب من أفراد عينة الدراسة أن يحددوا استجاباتهم عن ما تصفه كل عبارة وفق مقياس ليكرت الخماسي المتدرج الذي يتكون من خمس مستويات (أوافق بشدة، أوافق، محايد، لا أوافق، لا أوافق بشدة).

٣/ نموذج الدراسة المقترح:

شكل رقم (٢): نموذج الدراسة المقترح



المصدر: إعداد الباحثين ، أكتوبر ٢٠١٧م.

## ٤/ درجة اعتمادية الأداة المستخدمة في الدراسة (الإستبانة):

جدول رقم (١): درجة اعتمادية الإستبانة باستخدام معادلة ألفا كرونباخ:

| الرقم | المتغير                                           | عدد العبارات | معامل ألفا<br>alpha |
|-------|---------------------------------------------------|--------------|---------------------|
| ١     | المشاركة الشعبية (مساهمة المجتمع، تحقيق الشفافية) | ١٢           | ٠.٩١٦               |
| ٢     | تنمية الريف (مياه، خدمات صحية، تعليم)             | ١١           | ٠.٨٦٢               |

المصدر: إعداد الباحثين من واقع بيانات الدراسة الميدانية (٢٠١٧م).

يتضح من نتائج الجدول رقم (١) أن جميع معاملات ألفا كرونباخ لإجابات أفراد العينة الاستطلاعية على العبارات المتعلقة بكل عامل من عوامل الدراسة كانت أكبر من (٥٠%) مما يدل على أن إستبانة الدراسة تتصف بالثبات والصدق الكبيرين بما يحقق أغراض الدراسة، ويجعل التحليل الإحصائي سليماً ومقبولاً.

٥/ **مجتمع وعينة الدراسة:** يتكون مجتمع الدراسة من قرى مشروع صندوق تنمية المجتمع في ولايات كردفان (شمال كردفان، جنوب كردفان وغرب كردفان) البالغ حجمه (٢١٨٠٠) مبحوثاً، وقد تم تحديد حجم العينة استناداً على طريقة (Uma Sekaran, ١٩٩٢)، وقد اعتمدت الدراسة على أسلوب العينة العشوائية متعددة المراحل (العنقودية) حجمها (٤٥٠) مبحوثاً بنسبة ٢% من مجموع مجتمع الدراسة. حيث قام الباحث بتوزيع ٤٥٠ استمارة إستبانة على المستهدفين، والجدول (٢) يوضح نسبة الاستجابة لإستبانة الدراسة.

جدول رقم (٢): نسبة استجابة أفراد العينة لأداة الدراسة

| النسبة | العدد | البيان                         |
|--------|-------|--------------------------------|
| %٨٨.٢  | ٣٩٧   | الإستبانات المستردة            |
| %١١.٨  | ٥٣    | الإستبانات التي لم ترد         |
| ٠      | ٠     | الإستبانات غير الصالحة للتحليل |
| %٨٨.٢  | ٣٩٧   | الإستبانات الصالحة للتحليل     |
| %١٠٠   | ٤٥٠   | الإستبانة الموزعة              |

المصدر: إعداد الباحثين من واقع بيانات الدراسة الميدانية ، أكتوبر ٢٠١٧م..  
يوضح الجدول (٢) أن عدد الإستبانات الموزعة بلغ ٤٥٠ إستبانة، وتم استرداد عدد ٣٩٧ بنسبة %٨٨.٢، كما بلغ عدد الإستبانات التي لم ترد ٥٣ إستبانة بنسبة %١١.٨، وكان جميع الإستبانات المستردة صالحة للتحليل أي عدد ٣٩٧ إستبانة بنسبة %٨٨.٢، عليه يمكن اعتبار إن النسبة المستلمة من الإستبانات يمكن أن تغطي الدراسة، ومنها يمكن الوصول إلى نتائج مقبولة.

#### ٦/ تحليل البيانات واختبار الفرضية:

١. **تحليل البيانات الشخصية:** إن الهدف من تحليل البيانات الشخصية للمبحوثين، هو الوصول إلى معرفة مدى تمثيلهم لمجتمع الدراسة هذا بالإضافة إلى درجة الاعتمادية على إجاباتهم، من خلال معرفة المعلومات الخاصة بكل فرد من حيث النوع، العمر، الحالة الاجتماعية، السكن، المستوى التعليمي والعمل.

جدول رقم (٣): وصف أفراد عينة الدراسة

| المتغير           | مستويات المتغير | العدد | النسبة المئوية |
|-------------------|-----------------|-------|----------------|
| نوع أفراد العينة: | ذكر             | ٢٤٣   | ٦١.٢%          |
|                   | أنثى            | ١٥٤   | ٣٨.٨%          |
| الفئة العمرية:    | أقل من ٣٠ سنة   | ١٣٩   | ٣٥.٠%          |
|                   | ٣١ ---- ٤٠ سنة  | ١٣٥   | ٣٤.٠%          |
|                   | ٤١ ---- ٥٠ سنة  | ٨٤    | ٢١.٢%          |
|                   | ٥١ سنة فأكثر    | ٣٩    | ٩.٨%           |
| المؤهل العلمي:    | أمي             | ٥٩    | ١٤.٩%          |
|                   | أساس            | ٧٠    | ١٧.٦%          |
|                   | ثانوي           | ١٠٧   | ٢٧.٠%          |
|                   | جامعي           | ١٣٢   | ٣٣.٢%          |
|                   | فوق الجامعي     | ٢٩    | ٧.٣%           |
| ولاية السكن:      | شمال كردفان     | ١٣٣   | ٣٣.٥%          |
|                   | جنوب كردفان     | ١٣٥   | ٣٤.٠%          |
|                   | غرب كردفان      | ١٢٩   | ٣٢.٠%          |

المصدر: إعداد الباحثين من واقع بيانات الدراسة الميدانية ، أكتوبر ٢٠١٧م.

يتضح من الجدول (٣) عدد ٢٤٣ من أفراد عينة الدراسة ذكور بنسبة ٦١.٢%، بينما عدد ١٥٤ إناث بنسبة ٣٨.٨%، حيث يتضح تفوق عدد الذكور على الإناث، عليه يمكن الحصول على نتائج مقبولة تعكس رأي الطرفين. أن عدد ١٣٩

من أفراد عينة الدراسة هم من الفئة العمرية (٣٠ سنة فأقل) بنسبة ٣٥.٠%، وأن عدد ١٣٥ من أفراد عينة الدراسة هم من الفئة العمرية (٣١-٤٠) سنة بنسبة ٣٤.٠%، بينما عدد ٨٤ من أفراد عينة الدراسة هم من الفئة العمرية (٤١-٥٠) بنسبة ٢١.٢%، وأن عدد ٣٩ من أفراد عينة الدراسة هم من الفئة العمرية (٥٠ سنة فأكثر) بنسبة ٩.٨%. وجاء توزيع العينة ولاية شمال كردفان ١٣٣ بنسبة ٣٣.٥%، ولاية جنوب كردفان ١٣٥ بنسبة ٤٠.٠%، و ولاية غرب كردفان ١٢٩ بنسبة ٣٢.٥%. وأن عدد ٥٩ من أفراد عينة الدراسة أميين بنسبة ١٤.٩%، وعدد ٧٠ مستواهم الدراسي أساس بنسبة ١٧.٦%، بينما عدد ١٠٧ مؤهلهم العلمي ثانوي بنسبة ٢٧.٠%، وأن عدد ١٣٢ مؤهلهم العلمي جامعي بنسبة ٣٣.٢%، بينما عدد ٢٩ مؤهلهم العلمي فوق الجامعي بنسبة ٧.٣%. كل ذلك يساعد في الحصول على إجابات يعتمد عليها في الدراسة.

## ٢. التحليل العاملي لأداة الدراسة:

تم إجراء عملية التحليل العاملي لإستبانة الدراسة، لاختبار الاختلافات بين العبارات التي تقيس كل متغير من متغيرات الدراسة، حيث تقوم عملية التحليل العاملي بتوزيع عبارات الإستبانة على متغيرات معيارية يتم فرضها وتوزع عليها العبارات التي تقيس كل متغير على حسب انحرافها عن الوسط الحسابي، تم استخدام حزمة برنامج التحليل الإحصائي SPSS ٢١ في إجراء عملية التحليل العاملي لمتغيرات الدراسة حيث تم إعطاء كل عبارة من العبارات التي استخدمت لقياس كل متغير في الإستبانة اسم متغير، وفيما يلي نتائج عملية التحليل العاملي لمتغيرات الدراسة:

١. التحليل العاملي لبنود المتغير المستقل المشاركة الشعبية



جدول رقم (٤): مصفوفة الدوران الناتجة عن التحليل العائلي للمتغير المستقل المشاركة الشعبية

| م                                        | الرمز | عدد العوامل |                |
|------------------------------------------|-------|-------------|----------------|
|                                          |       | ١           | ٢              |
| ١                                        | A١    | .٦٠٦        | <u>-٠.٣٥٤-</u> |
| ٢                                        | A٢    | .٧٠٠        | <u>-٠.٣٧١-</u> |
| ٣                                        | A٣    | .٧٧١        | <u>-٠.٢٧٣-</u> |
| ٤                                        | A٤    | .٧٩٦        | <u>-٠.٢١٨-</u> |
| ٥                                        | A٥    | .٧٧٢        | <u>-٠.٣٢٩-</u> |
| ٦                                        | A٦    | .٧٥٩        | <u>-٠.٢٤٨-</u> |
| ٧                                        | A٧    | .٦٧٩        | <u>.٣١٩</u>    |
| ٨                                        | A٨    | .٧٧٧        | <u>.٢٤٧</u>    |
| ٩                                        | A٩    | .٧٧٧        | <u>.٢٦٠</u>    |
| ١٠                                       | A١٠   | .٦٧٦        | <u>.٣٣٣</u>    |
| ١١                                       | A١١   | .٧٠٨        | <u>.٣٣٥</u>    |
| ١٢                                       | A١٢   | .٦٦٣        | <u>.٣٤٣</u>    |
| قيمة الجذور الكامنة Initial Eigen values |       | ٦.٣٢٥       | ١.١٢٦          |
| نسبة التباين المفسر (%)                  |       | ٥٢.٧٠٩      | ٩.٣٨٠          |
| النسب الإحصائية:                         |       |             |                |

|         |                                                       |
|---------|-------------------------------------------------------|
| ٦٢.٠٨٩  | مجموع نسبة التباين المفسر                             |
| .٩٢٠    | Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) |
| ٢.٥٧٧E٣ | Bartlett,s Test of Sphercity                          |
| .٠٠٠    | Sig.                                                  |

المصدر: إعداد الباحثين من واقع بيانات الدراسة الميدانية ، برنامج SPSS ، ٢٠١٧م.  
من الجدول (٤) يتبين أن المصفوفة لم تظهر في عامل واحد وقيم الاشتراكات الأولية تزيد عن (٠.٥)، والتشبعات أكبر من (٠.٥)، تم إجراء عملية التحليل العاملي لعبارات المتغيرات المستقلة مع بعضها للمرة الأولى، ولم يحذف أي بند من بنود المتغيرات، وقد نتج عن هذه العملية استبقاء عدد من البنود الخاصة بالمتغير كما هي، ولقد بلغت قيمة اختبار KMO حوالي ٠.٩٢٠، وقيمة Sig. (٠.٠٠٠).

جدول رقم (٥): أسماء المتغيرات المقابلة لها في التحليل العاملي للمتغيرات المستقلة المشاركة الشعبية

| م | البند                                          | الرمز | الحالة  | عدد العوامل |        |
|---|------------------------------------------------|-------|---------|-------------|--------|
|   |                                                |       |         | ١           | ٢      |
| ١ | مساهمة القرية (العينية/النقدية)                | A١    | لم يحذف | .٦٠٦        | -٠.٣٥٤ |
| ٢ | تكوين لجنة التنمية في القرية                   | A٢    | لم يحذف | .٧٠٠        | -٠.٣٧١ |
| ٣ | اختيار لجنة التنمية بطريقة ديمقراطية في القرية | A٣    | لم يحذف | .٧٧١        | -٠.٢٧٣ |

|    |                                                               |     |            |     |      |
|----|---------------------------------------------------------------|-----|------------|-----|------|
| ٤  | أشراك أفراد القرية في تحديد المشاريع الفرعية المنفذة          | A٤  | لم<br>يحذف | ٧٩٦ | -٢١٨ |
| ٥  | جمع المساهمة النقدية والعينية في تنفيذ المشروعات الفرعية      | A٥  | لم<br>يحذف | ٧٧٢ | -٣٢٩ |
| ٦  | التعاقد المجتمعي ساهم في تنفيذ المشروعات الفرعية في القرية    | A٦  | لم<br>يحذف | ٧٥٩ | -٢٤٨ |
| ٧  | تبادل المعلومات بين القرية والمشروع أثرت في إنشاء المشاريع    | A٧  | لم<br>يحذف | ٦٧٩ | ٣١٩  |
| ٨  | تنويع مصادر المعلومات عن مشروعات التنمية في القرية            | A٨  | لم<br>يحذف | ٧٧٧ | ٢٤٧  |
| ٩  | تطوير أفراد القرية بمشروعات التنمية في المراحل المختلفة       | A٩  | لم<br>يحذف | ٧٧٧ | ٢٦٠  |
| ١٠ | أفراد القرية يملكون القدرة على تغيير لجنة التنمية عند الضرورة | A١٠ | لم<br>يحذف | ٦٧٦ | ٣٣٣  |
| ١١ | مناقشة الخدمات الأساسية في القرية بكل وضوح                    | A١١ | لم<br>يحذف | ٧٠٨ | ٣٣٥  |
| ١٢ | تعبير المواطن باحتياجات القرية لدى مؤسسات الحكومة والمنظمات   | A١٢ | لم<br>يحذف | ٦٦٣ | ٣٤٣  |

المصدر: إعداد الباحثين من مصفوفة الدوران للتحليل العاملي لبيانات الدراسة الميدانية، ٢٠١٧م.

يتبين من الجدول (٥) يتبين إن عملية التحليل العاملي قد أبقى على المتغير المستقل كما هو ولم يحذف أي بند من البنود الخاصة بقياس المشاركة الشعبية، والبنود، لتصبح البنود التي سوف يتم استخدامها لقياس المتغير المستقل المسمى المشاركة الشعبية (مساهمة المجتمع وتحقيق الشفافية) هي التي أسماها للمتغيرات المقابلة لها هي: (A١, A٢, A٣, A٤, A٥, A٦, A٧, A٨, A٩, A١٠, A١١, A١٢)، ويبلغ عددها (١٢) بند. تم قياس الاعتمادية للمبحوثين وكانت قيمة كرونباخ ألفا للعامل المستقل المسمى المشاركة الشعبية قيمة قوية، ولذلك تم اعتماده كمتغير مستقل أول بدرجة اعتمادية (٠.٩١٦).

## ٢. التحليل العاملي لبنود المتغير التابع تنمية الريف

جدول رقم (٦): مصفوفة الدوران الناتجة عن التحليل العاملي للمتغير التابع تنمية الريف

| م | الرمز | عدد العوامل |             |
|---|-------|-------------|-------------|
|   |       | ١           | ٢           |
| ١ | B١    | .٧٤٧        | -.٤٥٣       |
| ٢ | B٢    | .٨١٤        | -.٣٧٩       |
| ٣ | B ٣   | .٧٧٨        | -.٣٩٧       |
| ٤ | B٤    | .٧١١        | -.٤٨٢       |
| ٥ | B٥    | .٥٤٦        | .٣٨٠        |
| ٦ | B٦    | <u>.٥٥١</u> | <u>.٦٨٣</u> |
| ٧ | B٧    | <u>.٦١٢</u> | <u>.٦٦٢</u> |

مجلة الدراسات الاقتصادية والاجتماعية العدد الحادي عش - مارس ٢٠٢٠م

|                                          |                                                       |        |         |
|------------------------------------------|-------------------------------------------------------|--------|---------|
| ٨                                        | B <sup>٨</sup>                                        | .٤١٠   | .٧٨٧    |
| ٩                                        | B <sup>٩</sup>                                        | .٧١٧   | .١١٣    |
| ١٠                                       | B <sup>١٠</sup>                                       | .٧٦٣   | -٠.١٢٠  |
| ١١                                       | B <sup>١١</sup>                                       | .٦٧٧   | -٠.٠٠٧  |
| قيمة الجذور الكامنة Initial Eigen values |                                                       |        |         |
| نسبة التباين المفسر (%)                  |                                                       |        |         |
|                                          |                                                       | ٤٥.٧٣٢ | ٢٢.١١٥  |
| النسب الإحصائية:                         |                                                       |        |         |
| مجموع نسبة التباين المفسر                |                                                       |        |         |
|                                          | Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy (KMO) |        | .٨٤١    |
|                                          | Bartlett,s Test of Sphercity                          |        | ٣.٠٠٥E٣ |
|                                          | Sig.                                                  |        | .٠٠٠    |

المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية، برنامج SPSS ، ٢٠١٧م.  
 من الجدول (٦) يتبين أن المصفوفة ظهرت في (٢) عامل وقيم الاشتراكات الأولية تزيد عن (٠.٥)، والتشبعات أكبر من (٠.٥)، تم إجراء عملية التحليل العنقودي لعبارات المتغيرات التابعة مع بعضها للمرة الأولى، وقد تم استخدام نقطة حذف (Cut off point) بمقدار أقل من (٠.٤٧٥)، كما تم حذف المتغيرات التي بها نقاط تقاطع (Cross loading) وقد نتج عن هذه العملية حذف عدد من البنود الخاصة بكل متغير ولقد بلغت قيمة اختبار KMO حوالي ٠.٨٤١، وقيمة Sig. (٠.٠٠٠).

جدول رقم (٧): أسماء المتغيرات المقابلة لها في التحليل العاملي للمتغيرات التابعة تنمية الريف

| م  | البنود                                         | الرمز | الحالة   | عدد العوامل |      |
|----|------------------------------------------------|-------|----------|-------------|------|
|    |                                                |       |          | ١           | ٢    |
| ١  | توفير خدمة الصحة الأولية                       | B١    | لم يحذف  | ٧٤٧         | -٤٥٣ |
| ٢  | تخفيف تكاليف العلاج للمواطنين                  | B٢    | لم يحذف  | ٨١٤         | -٣٧٩ |
| ٣  | إدخال المواطنين في مظلة التأمين الصحي          | B٣    | لم يحذف  | ٧٧٨         | -٣٩٧ |
| ٤  | تخفيض أمراض الأمومة والطفولة                   | B٤    | لم يحذف  | ٧١١         | -٤٨٢ |
| ٥  | تحسين خدمة التعليم                             | B٥    | لم يحذف  | ٥٤٦         | ٣٨٠  |
| ٦  | توفير وسائل التعليم للمدرسة                    | B٦    | تم الحذف | ٥٥١         | ٦٨٣  |
| ٧  | تقليل الرسوم المدرسية للتلاميذ                 | B٧    | تم الحذف | ٦١٢         | ٦٦٢  |
| ٨  | المساهمة المالية كافية لتلبية احتياجات التعليم | B٨    | لم يحذف  | ٤١٠         | ٧٨٧  |
| ٩  | توفير المياه الصحية                            | B٩    | لم يحذف  | ٧١٧         | ١١٣  |
| ١٠ | انخفاض تكاليف المياه للمواطنين                 | B١٠   | لم يحذف  | ٧٦٣         | -١٢٠ |
| ١١ | توظيف إيرادات المياه في تنمية القرية           | B١١   | لم يحذف  | ٦٧٧         | -٠٠٧ |

المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية، برنامج SPSS ، ٢٠١٧م.

يتبين من الجدول رقم (٧) يتبين إن عملية التحليل العاملي قد قسمت المتغير التابع إلى عاملين وحذفت بعض البنود الخاصة بقياس تحسين الريف، والبنود التي تم حذفها هي التي أسماء المتغيرات المقابلة لها (B٦, B٧)، لتصبح البنود التي سوف يتم

استخدامها لقياس المتغير التابع الأول المسمى بتحسين الريف نحو (توفر المياه، توفير الخدمات الصحية وتحسين التعليم) هي التي أسماء للمتغيرات المقابلة لها هي: (B<sub>1</sub>, B<sub>2</sub>, B<sub>3</sub>, B<sub>4</sub>, B<sub>5</sub>, B<sub>8</sub>, B<sub>9</sub>, B<sub>10</sub>, d<sub>11</sub>)، ويبلغ عددها (١١) بند، تم قياس الاعتمادية للمبحوثين وكانت قيمة كرونباخ ألفا للعامل بتحسين الريف نحو (توفر المياه، توفير الخدمات الصحية وتحسين التعليم) قيمة قوية، ولذلك تم اعتماده كمتغير تابع بدرجة اعتمادية (٠.٨٦٢).

٣. قياس درجة اعتمادية إستبانة الدراسة بعد إجراء التحليل العاملي: يتضح من الجدول (٨) إن قيم معاملات اعتمادية أداة الدراسة تعد مرتفعة، مما يشير إلى إمكانية ثبات النتائج التي يمكن الحصول عليها من الإستبانة عند تطبيقها.

جدول رقم (٨): نتائج اختبار قياس درجة الاعتمادية لإستبانة الدراسة باستخدام

معامل ألفا كرونباخ بعد التحليل العاملي

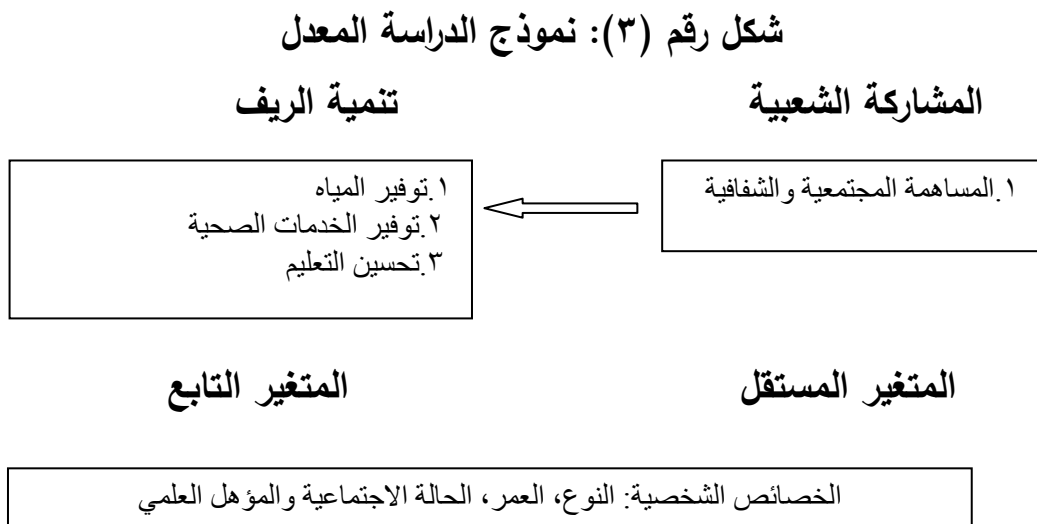
| م | المتغير                                                 | عدد العبارات | معامل ألفا alpha |
|---|---------------------------------------------------------|--------------|------------------|
| ١ | المشاركة الشعبية (مساهمة المجتمع، تحقيق الشفافية)       | ١٢           | ٠.٩١٦            |
| ٢ | تحسين الريف (توفير مياه، توفير خدمات صحية، تحسين تعليم) | ١١           | ٠.٨٦٢            |

المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية، برنامج SPSS ، ٢٠١٧م. للتأكد من درجة الاعتمادية تم اختبار أسئلة الإستبانة بالاعتماد على مقياس الاعتمادية حيث يوضح الجدول رقم (٨) أن معامل الاعتمادية (كرونباخ ألفا) كان بدرجة عالية من الاعتمادية، حيث بلغ معامل الاعتمادية بالنسبة للعبارات المكونة

لمتغير المشاركة الشعبية (٠.٩١٦)، بينما بلغ معامل الاعتمادية لمتغير تنمية الريف (٠.٨٦٢).

٤. نموذج الدراسة بعد إجراء عملية التحليل العاملي:

شكل رقم (٢) يوضح نموذج الدراسة بعد إجراء عملية التحليل العاملي:



المصدر: إعداد الباحثين ، أكتوبر ٢٠١٧م.

٤. فرضيات الدراسة بعد إجراء التحليل العاملي: بناءً على نموذج الدراسة المعدل تم

تعديل فرضيات الدراسة للآتي:-

- توجد علاقة ايجابية بين المشاركة الشعبية (المساهمة المجتمعية والشفافية) وتنمية الريف (توفير المياه، توفير الخدمات الصحية وتحسين التعليم).



## ٥. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة:

جدول رقم (٩): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمتغيرات الدراسة

| الانحراف المعياري | الوسط الحسابي | نوع المتغير | اسم المتغير                                       |
|-------------------|---------------|-------------|---------------------------------------------------|
| ٠.٩٢              | ١.٧٨٥         | مستقل       | المشاركة الشعبية (مساهمة المجتمع، تحقيق الشفافية) |
| ٠.٨٧              | ٢.٢٠٧         | تابع        | تنمية الريف (مياه، خدمات صحية، تعليم)             |

المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية، برنامج SPSS ، ٢٠١٧م. يلاحظ من خلال الجدول رقم (٩) أن الوسط الحسابي لجميع متغيرات الدراسة أكبر من الانحراف المعياري، وأن الانحراف المعياري لجميع المتغيرات أقل من الواحد وهذا يدل على أن هنالك تجانس بين إجابات أفراد العينة عن جميع عبارات المتغيرات.

٦. الارتباطات بين متغيرات الدراسة:

تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لقياس درجة الارتباط بين متغيرات الدراسة والتأكد من مدى استغلال المتغيرات المستقلة عن بعضها. الجدول رقم (١٠) يبين ارتباط متغيرات الدراسة فيما بينها، لقد تم استخدام متغيرات الدراسة، وتتميزها، وهي:-

م ١  $\equiv$  المشاركة الشعبية نحو (مساهمة المجتمع والشفافية).

م ٢  $\equiv$  تنمية الريف نحو (توفير المياه، توفير الخدمات الصحية وتحسين التعليم).

جدول رقم (١٠): معامل ارتباط بيرسون بين متغيرات الدراسة

| المتغير                                                       | ١م  | ٢م |
|---------------------------------------------------------------|-----|----|
| المشاركة الشعبية نحو مساهمة المجتمع والشفافية                 | ١   |    |
| تنمية الريف نحو (توفير المياه، الخدمات الصحية وتحسين التعليم) | .٥٢ | ١  |

ملحوظة: \*\* مستوى المعنوية ٠.٠١ ، \* مستوى المعنوية ٠.٠٥ ،  
n= ٣٩٧

المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية، برنامج SPSS ، ٢٠١٧م.  
الجدول رقم (١١) يبين ارتباط المتغيرات المستخدمة في الدراسة ونوع وقوة علاقة الارتباط بينها، ويمكن توضيح ذلك في الجداول التالية المفسرة لعلاقة الارتباط ونتائجها:

جدول رقم (١١): علاقة المتغير المستقل المشاركة الشعبية مع متغيرات الدراسة:

| المتغيرات | (١م)<br>Pearson | Sig. (٢-tailed) | علاقة<br>الارتباط | النتيجة |
|-----------|-----------------|-----------------|-------------------|---------|
| ٤م        | .٣٥٢**          | .٠٠٠            | ايجابية           | قوية    |

\*. (Correlation is significant at the ٠.٠٥ level (٢-tailed).  
\*\*. (Correlation is significant at the ٠.٠١ level (٢-tailed).  
n= ٣٩٧

المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية، برنامج SPSS ، ٢٠١٧م.

يتبين من الجدول رقم (١١) إن المتغير المستقل المشاركة الشعبية نحو مساهمة المجتمع والشفافية يرتبط ارتباطاً طردياً (إيجابي) مع تنمية الريف نحو (توفير المياه، توفير الخدمات الصحية وتحسين التعليم) ( $r = 0.352^{**}$ )

٨. اختبار فرضيات الدراسة: تناول هذا الجزء اختبار فرضيات الدراسة التي تم صياغتها بعد إجراء التحليل العاملي لأداة الدراسة. وسوف يتم استخدام الانحدار المتعدد لاختبار العلاقة بين المتغيرات المستقلة المشاركة الشعبية والمتغير التابع تنمية الريف. نصت الفرضية على توجد علاقة ايجابية بين المشاركة الشعبية وبين تنمية الريف. لاختبار العلاقة فقد تم استخدام الانحدار البسيط لاختبار قوة وضعف العلاقة إضافة لسلبياتها وإيجابياتها. تم الحصول على كل من قيمة بيتا ( $\beta$ )، قيمة معامل التحديد ( $R^2$ )، معامل التحديد (Adjusted R Square)، التغير في معامل التحديد (Change R Square) قيمة F المحسوبة.

العلاقة بين المتغير المستقل المشاركة الشعبية والمتغير التابع تنمية الريف.

١/ الانحدار للمشاركة الشعبية وتنمية الريف:

جدول رقم (١٢): نتائج اختبار تحليل الانحدار البسيط للعلاقة بين المتغير المستقل المشاركة الشعبية وبين المتغير التابع تنمية الريف.

| المتغير                                  |       | تنمية الريف |
|------------------------------------------|-------|-------------|
|                                          | Beta  | (Sig)       |
| المشاركة الشعبية                         | ٠.٣٥٢ | ٠.٠٠٠٠      |
| النسب الإحصائية                          |       |             |
| معامل التحديد ( $R^2$ )                  | ٠.١٢٤ |             |
| معامل التحديد ( $R^2$ Adjusted)          | ٠.١٢٢ |             |
| التغير في معامل التحديد ( $\Delta R^2$ ) | ٠.١٢٤ |             |

|                 |        |       |
|-----------------|--------|-------|
| قيمة F المحسوبة | ٥٥.٩٥٨ | ٠.٠٠٠ |
|-----------------|--------|-------|

ملحوظة: مستوى المعنوية عند f المحسوبة هي = ٠.٠٠٠٠٠ ، مستوى المعنوي = ٠.٠٠٥

المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية، برنامج SPSS، ٢٠١٧م.

من الجدول رقم (١٢) يتبين أنه قد تم استخدام اختبار تحليل الانحدار البسيط والذي يهدف إلى التعرف على تأثير المشاركة الشعبية على تنمية الريف، تم الاعتماد على معامل (Beta) لمعرفة التغير المتوقع في المتغير التابع بسبب التغير الحاصل في وحدة واحدة من المتغير المستقل، كما تم الاعتماد على ( $R^2$ ) للتعرف على قدرة النموذج على تفسير العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع، بالإضافة إلى استخدام اختبار F للتعرف على معنوية نموذج الانحدار. وقد تم الاعتماد على مستوى الدلالة ٠.٠٠٥ للحكم على مدى معنوية التأثير، حيث تم مقارنة مستوى المعنوية المحتسب مع قيمة مستوى الدلالة المعتمد، وتعد التأثيرات معتمدة إحصائياً إذا كانت قيمة مستوى الدلالة المحتسب أصغر من مستوى الدلالة المعتمد (٠.٠٠٥) والعكس صحيح، من خلال تحليل الانحدار تبين أن هنالك علاقة إيجابية معنوية بين المشاركة الشعبية وبين تنمية الريف. (قيمة بيتا ٠.٣٥٢ ومستوى المعنوية ٠.٠٠٠٠). كما أن التغيير الذي يحدث في تنمية الريف، تفسره المتغيرات المستقلة بنسبة (١٢.٤٪) وبقيّة النسبة تكون لعوامل أخرى منها الخطأ العشوائي، ومن خلال معامل المعنوية الكلية للنموذج نجد أن النموذج معنوي لأن قيمة (F) المحسوبة كانت (٥٥.٩٥٨). وبناءً على ما سبق نجد أن من العوامل المؤثرة على تنمية الريف هي المشاركة الشعبية.

#### ٩. ملخص نتائج اختبار الفرضية:

تنص الفرضية على أنه توجد علاقة ايجابية بين المشاركة الشعبية وبين تنمية الريف، ومن الجدول رقم (١٣) يتبين أن هذه الفرضية قد دعمت بالكامل.

جدول رقم (١٣): ملخص إختبار الفرضية

| رقم الفرضية | نص الفرضية: توجد علاقة إيجابية ومعنوية بين: | التعليق      |
|-------------|---------------------------------------------|--------------|
| ١           | المشاركة الشعبية                            | دعمت بالكامل |

المصدر: إعداد الباحثين من بيانات الدراسة الميدانية، ٢٠١٧م.

١٠. **مناقشة النتائج:** يتناول هذا الجزء من الدراسة مناقشة وتفسير النتائج التي تم التوصل إليها من قياس المشاركة الشعبية، وتنمية الريف والعلاقة بينهم في اطار بيانات عينة الدراسة، وذلك في ضوء الأهداف والتساؤلات البحثية، ويقوم هذا الجزء باستعراض مناقشة نتائج الدراسة الحالية و التوصيات للدراسات المستقبلية، كالتالي:-

١١. **نتائج فرضية الدراسة:** تم اختبار فرضية الدراسة من واقع بيانات الدراسة الميدانية كالاتي:

تنص الفرضية على أنه توجد علاقة إيجابية بين المشاركة الشعبية وبين تنمية الريف، وبعد التحليل تبين التالي:-

وجود علاقة إيجابية ومعتمدة إحصائياً بين المشاركة الشعبية وبين تنمية الريف (تحققت).

**رابعاً: الخاتمة**

وتتكون من النتائج والتوصيات

**١/ النتائج وتم تصنيفها إلى نتائج رئيسة ونظرية:**

**النتائج الرئيسية:**

توصلت الدراسة من خلال تحليل البيانات إلى جملة من النتائج فهي كالاتي:-

١. للمشاركة الشعبية أثر ايجابي في توفير المياه وتوفير الخدمات الصحية وتحسين التعليم (بيتا ٠.٣٥٢ ومستوى المعنوية ٠.٠٠٠٠).

٢. نجد أن النموذج معنوي لأن قيمة (F) المحسوبة كانت (٥٥.٩٥٨).
٣. كما أن التغيير الذي يحدث في تنمية الريف، تفسره المشاركة الشعبية بنسبة (١٢.٤%) معامل التحديد ( $R^2$ ) يساوي (٠.١٢٤).

#### النتائج النظرية:

١. المشاركة الشعبية تساعد في استمرارية مشاريع التنمية.
٢. الشفافية تساعد في الاحتياجات الفعلية للمجتمع.
٢. التوصيات: بناءً على النتائج توصي الدراسة بالآتي:
  ١. على الحكومة والمنظمات العاملة في الريف اهتمام أكثر بالمشاركة الشعبية لضمان استمرارية الخدمات الأساسية بالريف.
  ٢. اهتمام أكثر بتحقيق الشفافية بين الحكومة والمنظمات والمجتمعات الريفية لضمان الاستدامة.
  ٣. إجراء دراسات إضافية في دور المشاركة الشعبية في تنمية الريف.

#### المصادر والمراجع:

١. ابدمجان، مايكل، الاقتصاد الكلي النظرية والسياسة، تعريب محمد إبراهيم منصور، الرياض دار المريخ للنشر، ١٩٩٩م.
٢. آدم، إبراهيم عبد الكريم ، دور منهج التنمية بتوجيه المجتمع في التنمية المستدامة دراسة حالة مشروع صندوق تنمية المجتمع - محلية سودري- شمال كردفان- السودان بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير غير منشورة، كلية دراسات المجتمع والتنمية الريفية- التعليم عن بعد، جامعة جوبا، ٢٠١٠م.

٣. الإمام، عبد العظيم عثمان أحمد، دور المشاركة الشعبية في التنمية المستدامة في المجتمعات المحلية الريفية في إفريقيا، ورقة بحثية، ٢٠١٢م.
٤. البيلي، سعاد سيد أحمد إسماعيل ، المشاركة الشعبية في الحكم المحلي في السودان (رسالة ماجستير غير منشورة)، ٢٠٠٢.
٥. الحنيطي، دوخي عبد الرحيم، التنمية الريفية وإدارة المعرفة الطرق المقابلات والأدوات، مؤتة، الأردن، ٢٠١٢م.
٦. القيق، فريد صبح، دور المشاركة المجتمعية في تحقيق التنمية المستدامة، الخطط الاستراتيجية للمدن الفلسطينية كحالة دراسية، ورقة بحثية، كلية الهندسة المعمارية، الجامعة الإسلامية بغزة، ٢٠١٤م.
٧. داني، محمد أحمد محمد، الحكم المحلي: قراءة جديدة، الخرطوم، هيئة التربية للطباعة والنشر، ٢٠٠٦.
٨. الرشيد، طارق محمد، الأساليب الكمية للبحث العلمي عرض البيانات يدوياً وباستخدام برنامج SPSS، ٢٠٠٦م.
٩. عبد الله، قذافي نوري، دور صندوق تنمية المجتمع في التنمية الريفية بولاية شمال كردفان محلية ود بندا، رسالة ماجستير في الاقتصاد، كلية الدراسات التجارية، جامعة كردفان، الأبيض، ٢٠١٢م.
١٠. غنيم، عثمان محمد ، التخطيط: أسس ومبادئ عامة - عمان دار صفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، ٢٠٠١.
١١. قدومي، منال عبد المعطي صالح، دور المشاركة المجتمعية في تنمية وتطوير المجتمع المحلي، حالة دراسية للجان الأحياء السكنية مدينة نابلس،

رسالة ماجستير منشورة، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية،  
٢٠٠٨م.

١٢. كافي، دار السلام عبد القادر بشير، دور المشاركة الشعبية في التنمية  
الريفية، دراسة حالة مشروع دعم المنتجين القطاع المطري التقليدي محلية  
الدالي والمزموم، ولاية سنار، بحث تكميلي لنيل درجة الماجستير، قسم  
الارشاد الزراعي والتنمية الريفية، كلية الدراسات العليا، جامعة السودان،  
٢٠١٦م.

١٣. تقرير مشروع صندوق تنمية المجتمع ٢٠١٣م.

١٤. John E. Floyd (٢٠١٠), Statistics For Economists: A beginning,  
University of Toronto.

١٥. Uma Sekaran. (١٩٩٢) Research Methods For Business : A Skill  
- Building Approach, John Wiley and Sons , InC

١٦. The Republic of Sudan/Multi Donor Trust Fund –National  
(MDTF-N) project proposal, community development Fund project  
(CDF) phase ١ slice ٢, August ٢٠٠٧.



## السياحة وتنمية المجتمعات المحلية - السودان

إعداد:

د. عبد الفتاح عبد العزيز محمد ابراهيم

عميد كلية السياحة والفنادق

جامعة دنقلا

### Abstract

The aim of this study is to identify the importance of the potentials involved in tourism's support for local communities' development opportunities worldwide. To achieve this objective, the researcher used the descriptive and analytical methods respectively where he pinpointed a host of results that reflected the vital role played by Local Communities in their reinforcement for Sustainable Developmental Tourism (SDT) and the role, which SDT plays in the social as well as in the economic domains. SDT has its great effects and influence in bridging the gap between the vastly diversified peoples and communities as well as making the communities less vulnerable for rejection and more likely acceptable for the cultural and social changes that overwhelm communities. Tourism therefore, contributes generously to the activation of social maneuver and transformation of the local community in addition to the vital role it plays in achieving economic development via increasing incomes of these communities and promoting the availability of hard currencies. It further opens new jobs opportunities and abolishes and/or reduces unemployment to the minimum level in such communities. Further, tourism in this context plays a pivotal role in reshaping the demographic structure and population set-up via creation of new jobs in different tourism industry domains. The most vital recommendations concluded by the researcher are the development

of tourism for awareness at the local communities. In addition to injecting those into the vitality of the role and contribution of tourism aiming at scoring sustainable economic and social development both at the national and local levels alike. This is because tourism avails further job opportunities and consequently; works for raising the standards of living and becomes a vehicle for achieving the ambitions and objectives of the local communities' development, welfare and progress.

Key Words: Tourism - Development — Local Communities – Economic development - Social development.

#### مستخلص

هدفت هذه الدراسة للتعرف على أهمية ما تحمله السياحة من طاقات وإمكاناتٍ لدعم فرص النمو لدى المجتمعات المحلية حول العالم، وفي سبيل ذلك استخدم الباحث المنهج الوصفي والتحليلي لتحقيق ذلك الهدف، وتوصل إلى عدد من النتائج والتي تمثلت في الدور الذي يضطلع به المجتمع المحلي في تعزيز التنمية السياحية المستدامة في الجوانب الاجتماعية والاقتصادية، فهي تؤثر في التقريب بين الشعوب، وتسهم في جعل المجتمع أكثر قبولاً للتغيرات الثقافية والاجتماعية التي تعترضه، وتساهم السياحة في تنشيط الحراك الاجتماعي في المجتمع المحلي، كما تلعب السياحة دوراً هاماً في تحقيق التنمية الاقتصادية للمجتمعات المحلية من خلال زيادة الدخل لهذه المجتمعات من العملات الصعبة، وتوفير فرص عمل جديدة لتقضي على البطالة أو على الأقل الحد منها، فضلاً عن تغيير التركيب المهني للسكان من خلال ما تنتجه من مهن جديدة في مجالات السياحة المختلفة، ومن أهم التوصيات التي خلصت إليها الدراسة تنمية الوعي السياحي للمجتمعات المحلية بأهمية دور السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة لهم علي المستوى الوطني والمحلي، وضرورة الاهتمام بالسياحية لتنمية المجتمعات المحلية لأنها تساعد على خلق فرص أكثر للعماله، وبالتالي تعمل

على رفع مستوى المعيشة وتكون معيناً للوصول إلى ما يصبو إليه المجتمع المحلي من تقدم ورقي.

**الكلمات المفتاحية: السياحة - التنمية - المجتمعات المحلية - تنمية اقتصادية - تنمية اجتماعية.**

**مقدمة:**

أصبحت السياحة الصناعة التصديرية الأولى في العالم بنهاية القرن العشرين، وهذا يعني أن الاموال التي تتوافر من تبادل الناس علي الصعيد العالمي فاقت حصيلة التجارة بالنفط، وأهمية هذه الثروة واضحة للدول النامية، ففي عالم أصبحت فيه الصناعات التحويلية والتجارة تعتمدان علي التكنولوجيا بينما تعتمد صناعة السياحة علي البشر في نجاحها.

العديد من الدول خططت للنهوض باقتصادها واستغلال مواردها وجعلت السياحة واحداً من الموارد التي يعتمد عليها لدعم الاقتصاد والدخل القومي والنهوض بالمجتمعات المحلية خصوصاً خارج المدن حيث تقل فرص التنمية وينتشر الفقر. كما أن حركة اقتصاد السياحة وخدماتها تكون عاملاً لتطوير المجتمعات المحلية من خلال توفير البنيات التحتية والأساسية مثل: الطرق - الكهرباء - الماء - الصرف الصحي والمنشآت السياحية.

السياحة لها أبعادها (الاجتماعية، والجمالية، والعمرانية، والصحية) التي يجب مراعاتها عند التنمية السياحية، واصبحت صناعة لأن العنصر البشري فيها له أهمية كبيرة فإذا كانت الصناعة تحرك الآلات والمعدات استجابة لمطالب الانسان، فإن السياحة هي حياة الإنسان نفسه لأنها تستهدف استعادة اللياقة الذهنية والعصبية لما يفيد الانتاج، فالسياحة صناعة بشرية من الدرجة الأولى وتحقق الرفاهية للمجتمعات المحلية.

دائماً ما يتم اختيار الأنماط السياحية التي تتلاءم وطبيعة وظروف البلاد ولا تتعارض مع القيم وأخلاقيات المجتمعات المحلية، وتوسع قاعدة المشاركة لأكثر عدد ممكن من المواطنين داخل المنشآت السياحية بحيث تستوعب أكبر عدد ممكن من العاملين من المناطق السكنية المحيطة بالمشروع السياحي لتحقيق الولاء بين المجتمع المحلي والمشروع السياحي.

#### مشكلة الدراسة:

لا يمكن استغلال الموارد السياحية لأي منطقة دون الوضع في الاعتبار ظروف المجتمع المحلي ومصلحه واحتياجاته الحيوية، لذلك تكمن مشكلة البحث في ان هناك الكثير من المشاريع السياحة التي أنشئت في بعض المناطق دون الزام المستثمرين في مجال السياحة بإعادة جزء من ارباحهم في صورة التكافل الاجتماعي وتوفير فرص عمل له والمساهمة في مشاريع البنية التحتية من طرق ومدارس ومستشفيات ومياه الشرب والكهرباء والصرف الصحي والاتصالات والتي تعود بالنفع لسكان المجتمع المحلي.

#### أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في ابراز دور السياحة في تنمية المجتمعات المحلية بداية من توسيع مدارك الفرد بأهمية البيئة المحيطة به وما تحويه من ثروات سياحية متمثلة في مواقع دينية أو تاريخية أو بيئية خلابة تشكل نقاط جذب للسياح، وكذلك الاهتمام بالمجتمعات المحلية في التخطيط للتنمية السياحية وربط حياتهم ومصلحتهم ووجودهم بانتعاش السياحة وشعورهم بأهمية هذه المشاريع السياحية والدفاع عنها اذا تعرضت لأي مخاطر، وهذه الشراكة بين اصحاب المشاريع السياحية والمجتمع المحلي تؤثر تأثيراً إيجابياً في اقتصاد الدولة وتوفير فرص العمل والمستوى المعيشي لأفراد المجتمع المحلي.

### أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف منها:

١. إبراز دور السياحة في تنمية المجتمعات المحلية.
٢. إشراك المجتمعات المحلية عند التخطيط للمشروعات السياحية والاستثمار السياحي للاستفادة من هذه المشاريع اقتصادياً واجتماعياً وثقافياً في دعم التنمية السياحية المستدامة في المناطق السياحية.
٣. تنشيط دور السياحة في التكافل الاجتماعي للمجتمعات المحلية.
٤. خلق وعي مجتمعي حاضن لنشر الوعي السياحي العام للتوعية بالسلوك السياحي السليم.
٥. توفير دراسات علمية تساعد متخذي القرار للاستفادة من تنفيذ التوصيات والمقترحات التي يتوصل اليها البحث.

### منهج الدراسة:

١. **المنهج الوصفي:** تم استخدام لوصف الآثار الاقتصادية والاجتماعية والثقافية للسياحة ودورها تنمية المجتمعات المحلية.
٢. **المنهج التحليلي:** استخدام هذا المنهج في تحليل المضامين الفعلية للظواهر موضوع الدراسة واستخلاص المؤشرات وفهمها وتفسيرها، وعلي ضوء هذا التحليل يتوصل الباحث إلى نتائج تقود إلى استخلاص التوصيات اللازمة.

### مفهوم السياحة Concept of Tourism:

تُعد السياحة ظاهرة أساسية تعبر عن نشاط إنساني يضم بين ثناياه العديد من المضامين والسمات التي لا تتخذ شكلاً ثابتاً أو نمطاً محدداً بذاته نظراً لأنماطها المتعددة وتداخلها وتأثيرها على القطاعات البيئية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية

والتكنولوجية، فتشكل السياحة أهمية خاصة لدى شعوب العالم خاصة مع تطور انماطها ومراحلها التي تمر بها تبعاً للمتغيرات والتحولات المجتمعية العالمية والمحلية، وتعكس الاطر الشمولية والمفردات المتعددة للكثير من المحاور التي تتضمن تشكيلها بناءً علي طبيعة التفاعلات والتأثير المتبادل بين مختلف الظواهر الطبيعية والملاح البشرية للمجتمع سواء العالمي أو المحلي، حيث تعد السياحة صناعة مركبة تتألف من حيث الأصل من عدة عناصر طبيعية وبشرية وحضارية بعضها متداخل التأثير والبعض الآخر منفرد التأثير. (دعبس: ٢٠٠٧م، ص٧).

أصبح للسياحة أثر بارز في دعم اقتصاديات العديد من الدول وتنشيطها لكونها من جهة أداة فعالة ومؤثرة في قيام صناعات أخرى وتنميتها، وما يتبع ذلك من زيادة في فرص العمل وفي تحسين مستوى المعيشة. ومن جهة أخرى أصبحت السياحة مصدراً هاماً للنقد الأجنبي الذي يساهم في تمويل المشروعات وفي تأمين المستلزمات الإنتاجية. إن الدول التي تنجح في زيادة قدرتها على تمويل قاعدتها الإنتاجية وتوسيعها في القطاع السياحي ستساهم في زيادة التوظيف والاستثمار في القطاعات الإنتاجية السلعية والخدمية المساعدة، وستحصل على معدلات نمو مرتفعة في القطاع السياحي وزيادة في الناتج السياحي، الأمر الذي يؤدي إلى زيادة الاستثمارات في القطاعات الاقتصادية الأخرى لتأمين احتياجات السياح والمنشآت السياحية. وهذا يدل على إن القطاع السياحي أحد أهم القطاعات الرئيسية والمحفزة والمنشطة للقطاعات الإنتاجية والسلعية والخدمية، لما يستهلكه المنتجون من مواد إنتاجية وأثاث وتجهيزات متنوعة في المنشآت السياحية المقامة، ولما يستهلكه السياح الوافدون والمحليون من السلع والخدمات المنتجة محلياً، ومن هنا تكون التنمية السياحية وسيلة للتنمية الاقتصادية، وبخاصة في الدول النامية التي تواجه مشاكل عديدة يأتي في مقدمتها انخفاض مستوى الدخل الفردي

والتخصص في إنتاج المواد الأولية وتصديرها والتبعية الاقتصادية للخارج والندرة النسبية لرؤوس الأموال والبطالة الهيكلية وضعف التصميم وتواضع مستوى هيكل الإنتاج الزراعي فضلاً عن انخفاض المستوى التنظيمي والتكنولوجي. إن هذه المشاكل المعقدة التي تعاني منها أغلب الدول النامية قد شجعت العديد منها على اتخاذ السياحة كأداة تحويل لمجتمعاتها من اعتمادها على اقتصاد زراعي تقليدي إلى مجتمعات حضرية ذات اقتصاد مختلط يدعم التصنيع ويدفع النمو الاقتصادي في المجتمعات الريفية بصفة خاصة ويحقق التحول الاقتصادي المفروض، لذلك فإن السياحة تُعد المحرك الأساسي للتنمية الاقتصادية لما تحقّقه من دعم وتوازن في ميزان المدفوعات. (العتوم: ٢٠١٥م، ص ٣)

كما تعتبر السياحة نشاطاً ضرورياً لحياة الأفراد تمتد آثاره المباشرة وغير المباشرة إلى الميادين الاجتماعية والاقتصادية والثقافية والسياسية للمجتمع، حيث تعد السياحة محركاً رئيساً من محركات التنمية، ورغم تباين الآراء الاقتصادية والاجتماعية والسياسية لصناعة السياحة وتباين أنواعها وأنشطتها ومراحلها إلا أن الدلائل العلمية وتجارب الدول تشير لتزايد ملحوظ في دور السياحة خصوصاً في قضايا التنمية بمفهومها الشامل. (حجاب: ٢٠٠٣م، ص ٢٦).

### تعريف السياحة:

يعرف مختار الصحاح للرازي كلمة ساح سيج (ساح) الماء جرى علي وجه الأرض و(السيح) أيضاً الماء الجاري و(ساح) في الأرض يسبح (سياحاً)(سيوحاً) و(سياحة) و(سيحان) بفتح الياء أي ذاهب. (الصادق: ٢٠٠٨م، ص ١٩).  
أما في المعجم الوسيط فتعني السياحة "التنقل من بلد لآخر طلباً للتنزه أو الاستطلاع والكشف" (الصيرفي: ٢٠٠٨-٢٠٠٩م، ص ١١).

ادرج تعريف دي ماير (١٩٥٢م) للسياحة في القاموس السياحي بمونت كارلو علي أنها "مجموعة التنقلات البشرية والانشطة المترتبة عليها والناجمة عن ابتعاد الإنسان عن موطنه تحقيقاً لرغبة الانطلاق الكامنة في كل فرد" (لطيف: ١٩٩٤م، ص١٣).

لفظ سياحة Tourism من لفظ Tour ويعني باللغة الانجليزية رحلة يقوم بها الشخص ويعود إلى نفس النقطة التي بدأ منها، وأي رحلة دائرية تم التخطيط لها لزيارة عدة أماكن من أجل المتعة والاستجمام أو التعليم وخاصة العطلات. (الشرقاوي: ٢٠٠٩م، ص٣).

من التعريفات المعاصرة (مؤتمر أوتاوا بكندا، يونيو ١٩٩١م) السياحة هي الأنشطة التي يقوم بها الشخص إلى مكان خارج بيئته المعتادة لمدة زمنية دون أن يكون غرضه من السفر داخل مكان الإقامة الكسب، ويستبعد التعريف الهجرة المؤقتة لممارسة أنشطة الكسب، وقد اقترح المؤتمر الأخذ بتعريف آخر للسياحة بأنها ظاهرة اجتماعية تشمل انتقال شخص أو أشخاص من مكان إقامتهم المعتادة إلى أماكن أخرى داخل دولهم، وهذه هي السياحة الداخلية أو خارج حدود دولهم وتعتبر هي سياحة خارجية أو دولية. (خليفة: ٢٠١١م، ص٢٨).

وتعرف السياحة بانها "الانتقال من الموطن الأصلي إلى مكان آخر ليس بسبب العمل أو الهجرة ولكن لأسباب أخرى عديدة منها الترفيه أو الدراسة أو العلاج أو الثقافة ولا يحصل السائح علي أي دخل مادي من المكان المنتقل إليه" (الترهوني: ٢٠٠٨م، ص١٩).

#### مفهوم السائح Tourist:

عرّف مؤتمر منظمة الأمم المتحدة بالاشتراك مع الاتحاد الدولي للسياحة الرسمية والذي انعقد بروما في الفترة من ٨/١٩ - ٩/٩/١٩٦٣م - وجاء التعريف على



النحو التالي: (كل زائر مؤقت للبلد الحقيقي، لأي غرض غير العمل، ولا تقل مدة الزيارة عن ٢٤ ساعة ولا تزيد عن اثني عشر شهراً وتكون لأغراض الزيارة العائلية، أو قضاء الاجازات أو حضور اجتماعات أو مؤتمرات أو مهرجانات رياضية أو فنية، أو بغرض العلاج والاستشفاء أو طلب العلم). (كافي: ١٩٩٩م، ص ١٥). وهناك تعريف للسائح صدر عن منظمة السياحة العالمية واقرته اللجنة الاحصائية للأمم المتحدة عام ١٩٦٨م وينص على أن السائح هو: (كل شخص يقيم خارج حدود موطنه المعتاد لفترة تزيد عن أربع وعشرين ساعة على ألا تتحول هذه الإقامة إلى إقامة دائمة). (السيسي: ٢٠٠٤م، ص ٢٢).

### مفهوم التنمية السياحية Tourism Development:

تعني التنمية السياحية التطور والاضافات والتجميل لمناطق أو مدن تصلح للتنمية السياحية من خلال تزويدها بالمرافق الأساسية والمنشآت الايوائية والخدمات والترويحية، بالإضافة إلى الاعمال الهندسية المرتبطة بتنسيق الموقع مع الحفاظ المستمر علي البيئة وإنشاء المحميات الطبيعية البرية والبحرية والرقابة المستمرة للمقومات الطبيعية. فالتنمية السياحية يقصد بها تنمية مكونات المنتج السياحي وبوجه خاص في اطاره الحضاري والطبيعي، أو بمعنى آخر تنمية الموارد السياحية الطبيعية والحضارية ضمن مجموع المواد السياحية المتاحة في الدولة. (السيسي: ٢٠٠٤م، ص ١٣٩).

يتسع مفهوم التنمية السياحية ليشمل جميع الجوانب المتعلقة بالأنماط المكانية للعرض والطلب السياحي، والتوزيع الجغرافي للمقاصد السياحية والتدفق والحركة السياحية، وتأثيرات السياحة المختلفة، وذلك لتحقيق الوفاق بين جانبي العرض والطلب واشباع رغبات السياح، والوصول لأهداف محددة قومية واقليمية موضوعة سلفاً لتكون معياراً لقياس درجات التنمية المطلوبة. (الهام: ٢٠٠٧م، ص ٤٢).

**أهمية السياحة Important of Tourism:**

ترجع أهمية السياحة لما لها من تأثيرات متباينة علي مختلف جوانب المجتمع الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية، وتأتي علي النحو التالي:

**١. الأهمية الاقتصادية للسياحة:**

يعد الجانب الاقتصادي واحداً من أهم الجوانب التي تقف وراء هذه المكانة العالية التي بات يحتلها النشاط السياحي في الوقت الراهن، فالسياحة لم تعد مجرد عملية تنقل وترحال كما كانت في قديم الزمان، بل هي الآن صناعة لها جوانب متعددة، تصل في اهميتها في بعض الاحيان أن تعتمد عليها المداخل الاقتصادية للكثير من البلدان، فبلدان مثل اليونان وفرنسا واسبانيا وايطاليا وتركيا ومصر يمثل النشاط السياحي فيها العمود الفقري في الدخل القومي.

تهتم السياحة من الناحية الاقتصادية بجذب رؤوس الأموال الوطنية والاجنبية، وهذا يسهم في زيادة الطاقة التمويلية، ويرفع الكفاءة الإدارية، والتعرف علي التطورات التكنولوجية، وذلك نتيجة لبيع الخدمات السياحية والسلع المتعلقة بها والتي تتغلغل وتتنوع علي جميع القطاعات المتعلقة بالنشاط السياحي. (العزابي: ٢٠١٢م، ص ٣٦).

**٢. الأهمية الاجتماعية للسياحة:**

لا تتوقف أهمية السياحة فيما تحتله من مكانة في النشاط الاقتصادي لكثير من الدول بل ان للسياحة دوراً هاماً من الناحية الاجتماعية، ولعل التاريخ والتراث العربي الاسلامي الخاص بالرحالة العرب يعطينا فكرة جيدة عن الدور المهم الذي لعبته السياحة والترحال في نقل الحضارة والثقافة الاسلامية بعناصرها المادية والمعنوية لكثير من البلدان، ما كان لهذه الثقافة أن تنتقل إليها لو لا الترحال والسفر والذي يعد محورياً أساسياً في النشاط السياحي، وتتمثل الأهمية الاجتماعية للنشاط السياحي في الآتي:

- أ. عن طريق السياحة يحدث اتصال ثقافي بين السائح وabاء المجتمع المحلي وما يترتب علي ذلك من انتقال معارف ثقافية قد تكون مادية أو معنوية للمجتمع المحلي والبلد المضيف.
- ب. يدخل السائح وسكان البلد المضيف (المجتمع المحلي) في علاقات اجتماعية تتخللها أنماط سلوكية متباينة حسب المحتوى الثقافي لكل من السائحين وabاء البلد المضيف. (لطيف: د.ت، ص ٢١).
- ج. تؤثر السياحة بصورة مباشرة في حياة الأفراد الذين يعيشون في الدول السياحية فتسهم السياحة في اقناع أفراد المجتمع المحلي بأهمية استغلال أوقات الفراغ استغلالاً إنتاجياً، وقضاء أوقات الاجازات بصورة من شأنها رفع مستوى الصحة النفسية لديهم وهذا يسمى بأثر المشاهدة والتقليد. (العزابي: ٢٠١٢م، ص ٤١).
- د. تعمل السياحة علي زيادة فرص التعليم والتدريب، خاصة لدى المجتمع المحلي حيث تسهم في تعليم هذا المجتمع اللغات الاجنبية بشكل يسهل التعامل مع السائحين وخاصة الباعة منهم والعاملون ذوي الاحتكاك المباشر مع السياح الوافدين من مختلف دول العالم. (عياد: ٢٠٠٦، ص ٢٩).
- هـ. تعد السياحة مصدراً من مصادر التغيير والتحول الطبقي بين أفراد المجتمعات المحلية نظراً لأن بعض فئات المجتمع التي ترتبط أعمالهم بالسياحة سواء بشكل مباشر أو غير مباشر ينتقلون من طبقة اجتماعية لطبقة أعلى لما يحققونه من مكاسب وأرباح من العمل السياحي.
- و. تعتبر السياحة وسيلة حضارية لتنمية الثقافة بين الشعوب والمجتمعات المختلفة، حيث تكتسب الدول السياحية المهارات الثقافية والخبرات المختلفة من سائحي الدول القادمين إليها مثل اللغة والأفكار.

ز. تقوم السياحة بتدعيم الوعي السياحي لدى أفراد المجتمع المحلي عبر الزيارات والرحلات التي تجعلهم يتعرفون على قيمة ما يحيط بهم ويعملون على تقديمه في أفضل صورة تجذب السياح من مختلف دول العالم. (السيسي: ٢٠٠١م، ص ١٠٢).

### ٣. الأهمية الثقافية للسياحة:

السياحة ليست فقط ظاهرة اقتصادية أو اجتماعية، بل أيضاً ظاهرة ثقافية للدرجة التي يمكن معها القول بأن السياحة تعد قناة أساسية من قنوات نقل الثقافة، وهي عملية تتم بسهولة ويسر عبر النشاط السياحي المؤسس على الانتقال، وتتمثل الأهمية الثقافية للنشاط السياحي في الآتي:

أ. تحقق السياحة تطلعات الأفراد للتعرف على مزيد من أساليب وطرق معيشة المجتمعات الأخرى كوسيلة من وسائل المعرفة وتنمية الذات، إلى جانب الترفيه عن الشخص والتخفيف من التوتر وعصبية الضوضاء كسمة من سمات العصر. (غنيم: ١٩٩٩م، ص ٣٣).

ب. تعتبر السياحة جزءاً من عملية العولمة بما لها بالغ الأثر في الجوانب الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية الخاصة بالمجتمع، كما تؤثر في المجتمعات المحلية ذات الطابع السياحي، وتقوم بدور محوري في تنمية الثقافة وخاصة المادية لتسهم في تطويرها وتحديثها، وتنقل الثقافة العالمية مما يجعلها أحد أهم القطاعات للدخول لعصر الحداثة والعولمة. (خليفة: ٢٠١١م، ص ٤٧).

ج. تعد السياحة وسيلة لتعارف الجنسيات المختلفة واختلاطها، ومعايشة القيم والتقاليد والعادات التي تحكمها، ما يسهم في الوصول لاقتناع كل منهم بالآخر واحترامه له.

د. تؤدي السياحة للاهتمام بالقيم الجمالية والحضارية والمعالم الفنية في الدول المستقبلية للسائحين بما في ذلك إحياء التراث الشعبي والفنون المحلية، وإعادة بعث لبعض عادات وتقاليد أهلها، حيث تعمل السياحة علي زيادة معدلات التبادل الثقافي بين السائحين من مختلف الجنسيات وبين شعوب الدول المستقبلية لهم، حيث يكتسب كل منهم بعضاً من المقومات الثقافية للآخر ما يؤدي للتقليل من الفوارق بينهم والي الاحترام المتبادل. (لطيف: ١٩٩٤م، ص٤٥).

هـ. تؤدي السياحة إلى ترسيخ التآلف والاندماج بين السائحين وأفراد المجتمع في دولة الزيارة، قد يكون هذا التآلف لغوياً أو ثقافياً. (السيسي: ٢٠٠١م، ص١٠١).

#### أثر السياحة على المجتمع المحلي:

يقصد بالمجتمع المحلي بشكل عام مجموعة من الناس يقيمون في منطقة جغرافية محددة ويشتركون معاً في الأنشطة الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، ويكونون فيما بينهم وحدة اجتماعية ذات حكم ذاتي، تسودها قيم عامة يشعرون بالانتماء إليها، ومن أمثلة المجتمع المحلي (المدينة الصغيرة، القرية، الحي، الحارة... الخ). (العزابي: ٢٠١٢م، ص١٣٨).

يمكن الحديث عن تأثير السياحة علي المجتمع المحلي من خلال منظورين:

**المنظور الأول:** يتصل بما يتركه النشاط السياحي علي المواطن في موطنه الأصلي، فان تنشيط السياحة الداخلية أمر من شأنه تعزيز انتماء الانسان لوطنه، وهذا امر واقعي عندما نأخذ في الاعتبار أن الكثير من أبناء الوطن لا يعرف أجزاء كثيرة منه، فكم من أشخاص توجد مناطق سياحية في اوطانهم لم يذهبوا إليها طيلة حياتهم.

**المنظور الثاني:** فيتعلق بما يمكن أن تتركه السياحة علي المجتمع المحلي، عندما نتحدث عن تأثير الزائرين في المجتمع المحلي، ذلك أن حضور الزائرين إلى أي بلد يؤثر علي أنماط معيشة أهالي هذا البلد، وغالباً ما يكون للطريقة التي يدير بها الزوار أنفسهم وعلاقتهم الشخصية مع مواطني البلد المضيف (المجتمع المحلي) أثر عميق علي طريقة الحياة واتجاهات أفراد المجتمع المحليين، يمكن ملاحظة هذه الظاهرة حين قدوم الزائرين من أمريكا الشمالية وأوروبا الغربية وسفرهم إلى بلدة لها ثقافة تتميز بمستوى منخفض اقتصادياً ومعيشياً. (ماكنتوش: ٢٠٠٢م، ص ٢٨٥).

### شروط نجاح صناعة السياحة:

لكي تكون صناعة السياحة فاعلة وناجحة ينبغي توفر الشروط التالية:-

١. قناعة أعلى المستويات بالدولة المضيضة والمجتمع المحلي بالسياحة وأهميتها وفوائدها المتعددة.
٢. أن تكون نشاطاً منظماً ومنضبطاً يراعي خصوصية المجتمع المضيف ويحترم السائح ويحافظ علي البيئة.
٣. أن تتبني علي أسس تقنية متطورة.
٤. توفر مقوماتها وإمكاناتها الرئيسة من ثروة سياحية طبيعية وثقافية وخدمات وتسهيلات سياحية واستقرار سياسي وأمني.

٥. توفر كوادر بشرية مدربة ومؤهلة وقادرة علي إشباع رغبات السياح وتحقيق أعلى درجات الرضا لهم.
٦. أن تلتزم بأخلاقيات المهنة أسوة بالمهن الأخرى مثل الطب والتعليم.
٧. أن تسهم بفاعلية في اقتصاديات الدولة وإنعاش دخول المجتمعات المحلية.
٨. أن تصنع الشراكة الذكية بين القطاع الخاص والعام والمجتمع المحلي مع التركيز علي القطاع الخاص الذي يشكل محور صناعة السياحة ودوره الفاعل في الاستثمار في القطاعات السياحية المتعددة والمتنوعة.
٩. جعل أسس ومبادئ التنمية المستدامة أسلوباً لإدارة وتطوير هذه الصناعة. (قسيمة: د. ت، ص ٣).

#### السياحة والتنمية الاقتصادية في المجتمعات المحلية:

تلعب السياحة دوراً هاماً في تحقيق التنمية الاقتصادية للدول من خلال ما تحقّقه من مزايا وفوائد عديدة تعود علي المجتمع بواسطة الاستثمارات المختلفة الموجهة إلى القطاع السياحي، مثل ما حدث في إيطاليا، وإسبانيا، والمكسيك، واليونان وغيرها، والتي حققت تقدماً كبيراً في هذا المجال.

وتعتمد كثير من الدول علي السياحة كمصدر هام من مصادر الدخل القومي، واستطاعت هذه الدول الوصول إلى أرقام كبيرة للنتائج السياحي لما تتمتع به السياحة من وزن كبير في اقتصاديات هذه الدول، وينعكس أثره علي تحقيق التوازن في ميزان المدفوعات وحل بعض المشاكل الاقتصادية والاجتماعية التي تواجهها، فأصبحت السياحة ترتبط بالتنمية الاقتصادية ارتباط كبير بعد أن كانت علماً مجرداً يدرس في الجامعات والمعاهد العلمية، فهي في الحقيقة تمثل أحد الصادرات الهامة غير المنظورة، وعنصر أساسي من عناصر النشاط الاقتصادي في الدول المختلفة، وأهتمت بها

المنظمات العلمية والاقتصادية (البنك الدولي - منظمة اليونسكو) التي أصبحت تنتظر إلى السياحة كعامل عام من عوامل التقريب بين الثقافات العالمية. (السيسي: ٢٠٠٤م، ص ٦٢).

ويمكن تناول دور السياحة في التنمية الاقتصادية من خلال:

١. **السياحة مصدر هام من مصادر العملات الأجنبية:** تعتبر السياحة بكل أنماطها وأنواعها مصدراً رئيسياً من مصادر اكتساب العملات الأجنبية بما ينفقه السائح علي السلع والخدمات من عملات أجنبية.
٢. **السياحة وعاء ضريبي جيد:** حيث تستطيع الدولة تحقيق زيادة كبيرة في إيراداتها العامة عن طريق السياحة من خلال تحصيل أنواع مختلفة من الضرائب والرسوم التي تفرض علي الأنشطة والخدمات السياحية (رسوم تأشيرات الدخول إلى البلاد، ورسوم هبوط وإيواء الطائرات، ورسوم رسو السفن البحرية، والرسوم علي تذاكر السفر والملاهي والمحلات العامة وفواتير الإقامة بالفنادق والمأكولات والمشروبات وغيرها.
٣. **السياحة تحقق التوازن في ميزان المدفوعات:** تنشط السياحة النشاط الاستثماري السياحي وحركة المبيعات في السلع السياحية، وتحقق النمو المتوازن اللازم لإحداث التنمية بمكوناتها العديدة.
٤. **السياحة مصدر هام من مصادر العمالة:** السياحة تعد مصدر هام من مصادر العمالة، وذلك لأن قطاع السياحة والقطاعات الأخرى المعتمدة عليه بشكل مباشر (شديدة الكثافة) في استخدام عنصر العمالة بالنظر إلى الأنشطة الاقتصادية الأخرى. السياحة تروج للعديد من الأنشطة المصاحبة لها والمرتبطة بها حيث يستفيد منها كثير من الافراد، وبالتالي تتوافر فرص عمل لهم (هناك ٥٢ صناعة وخدمة مرتبطة بالسياحة)، وتشير الدراسات إلى أن كل غرفة فندقية تخلق ٢,٧٥



فرصة عمل في مجالات مختلفة، أي (١٠٠ غرفة \* ٢,٧٥ = ٢٧٥ فرصة عمل). كل الدراسات الدولية الجارية في سوق السياحة تؤكد أنه مع بداية القرن الحالي سوف يكون من بين كل تسعة يعملون يوجد واحد من العاملين في مجال السياحة والفنادق، وهي أعلى فرصة تقدمها أي صناعة في العالم. (السيسي: ٢٠٠٤م، ص ٦٤).

### السياحة والتنمية الاجتماعية في المجتمعات المحلية:

يقضي الازدهار المستمر للسياحة علي العديد من المشاكل (البطالة - الركود الاقتصادي)، ويعيد توزيع السكان بشكل أفضل، وذلك بالمشروعات السياحية التي تقام في المجتمعات العمرانية السياحية الجديدة. والسياحة لها أبعادها (الاجتماعية، والجمالية، والعمرانية، والصحية) التي يجب مراعاتها عند التنمية السياحية، واصبحت أكثر من (صناعة) لأن العنصر البشري فيها له أهمية كبيرة فإذا كانت الصناعة تحرك الآلات والمعدات استجابة لمطالب الانسان، فإن السياحة هي حياة الإنسان نفسه لأنها تستهدف استعادة اللياقة الذهنية والعصبية لما يفيد الانتاج، فالسياحة صناعة بشرية من الدرجة الأولى وتحقق الرفاهية للمجتمع. ودائماً ما يتم اختيار الأنماط السياحية التي تتلاءم وطبيعة وظروف البلاد ولا تتعارض مع القيم وأخلاقيات المجتمع، وتوسع قاعدة المشاركة لأكبر عدد ممكن من المواطنين داخل المنشآت السياحية بحيث تستوعب أكبر عدد ممكن من العاملين من المناطق السكنية المحيطة بالمشروع السياحي لتحقيق الولاء بين المجتمع والمشروع السياحي.

الاستثمار السياحي دائماً يكون له عائد إيجابي يتمثل في رصف الطرق، وتجميل المناطق، وتحسين خدمة الاتصالات، ومشروعات الصرف الصحي، وكذلك يحدث رواج علي مستوى المناطق السياحية، ويستفيد المجتمع بكل هذه الخدمات. السياحة

أيضاً أداة لتعميق الانتماء وتنمية الوعي القومي والاعتزاز بالوطن، وتساهم في بناء الشخصية الانسانية، وتعمل علي الترفيه والترويح النفسي والجسدي فيعود المواطن إلى عمله أكثر نشاط وإنتاجية، ويؤدي إلى تماسك المجتمع بما يتيح من ألوان التآلف والتعارف. تطوير السياحة وإنشاء المجتمعات الجديدة وإنشاء البيئة التي تسهل الاتصالات والاحتكاك بثقافات وحضارات مختلفة تؤدي إلى التنمية الاجتماعية للمناطق المزدهرة سياحياً. والسياحة نشاط إنساني بالدرجة الأولى وظاهرة اجتماعية تسود المجتمعات المختلفة فتؤثر بها سلباً وإيجاباً لأنها تقوم علي تفاعل مباشر بين السائح والبيئة الاجتماعية وأفراد المجتمع المضيف، وهي وسيلة حضارية لتنمية الثقافة بين الشعوب والمجتمعات المختلفة حيث تكتسب الدول السياحية المهارات الثقافية والخبرات المختلفة من سائحي الدول القادمين إليها مثل اللغة والأفكار السليمة. والسياحة الداخلية (المحلية) تدعم النسيج القومي للمجتمع بالاحتكاك المباشر بين أبناء المجتمعات المحلية، وتؤكد علي تماسك الأسرة كوحدة اجتماعية أساسية في المجتمع وتعمل علي تأمين وحدة التراب الوطني. واحتفل العالم بيوم السياحة العالمي سبتمبر ٢٠٠٣م تحت شعار (السياحة قوة دافعة لتخفيف حدة الفقر وخلق الوظائف وتحقيق التوافق الاجتماعي)، جاء ذلك تأكيداً لدور السياحة كقاطرة للتنمية الاجتماعية. (السيسي: ٢٠٠٤م، ص ٧٣).

ومن أهم الاتجاهات والاهتمامات الحديثة في تعاظم دور صناعة السياحة كقاطرة للتنمية الاجتماعية يمكن الإشارة الي:

١. **السياحة والتكافل الاجتماعي (السياحة ضد البؤس):** من الصعب تصور إمكانية حماية التدفق السياحي واستمراره دون أن نضع في اعتبارنا ظروف الناس الذين يعيشون حول المدن السياحية وحول فنادقها الفاخرة ومزاراتها الشهيرة تحت خط الفقر في كثير من المقاصد السياحية بالدول النامية. وهؤلاء الفقراء يشاهدون

طوال أيامهم أفواج السياح الأجانب القادرين يتنقلون في رفاهية واضحة بين الفنادق الفاخرة والمزارات والمدن السياحية بوسائل نقل فخمة مكيفة الهواء، بينما هؤلاء بالإضافة إلى فقرهم المدقع يتلظون تحت لهيب شمس الصيف الحارقة أو ترتعد اجسادهم من برد الشتاء. ولا يكسر سم الحقد والكراهية شيء قدر "التراحم" فإن الدور علي المستثمرين في مجال السياحة أن يعيدوا جزء من أرباحهم في صورة (التكافل الاجتماعي)، علي أن يبدأ هؤلاء المستثمرون بمناطق استثماراتهم ليمتد بعد ذلك إلى كل بقاع الوطن، كأنشاء مستشفيات ومدارس وطرق ووحد مياة ووحد كهرياء وتوفير فرص العمل للشباب... الخ. ولن يتأخر هؤلاء لحظة واحدة عن حماية صناعة السياحة بأرواحهم لو تعرضت لمخاطر لإحساسهم بان لهم نصيب من عائدات الاستثمار السياحي. ونشأت حديثاً بعض المنظمات التي تدعو مخططي السياحة في العالم إلى الاخذ في الاعتبار أهمية مساعدة المجتمعات الفقيرة والاهتمام بحقوق الإنسان، لأن السائح غالباً ما يزور مناطق سياحية فائقة الروعة ولكنه لا ينظر أبعد من مكان قدميه ليرى أن هذه المناطق يحيط بها الفقر، وعلي سبيل المثال هناك في الكاريبي مناطق سياحية يعتبرها السائحون بمثابة جنة يدفعون سبعة آلاف دولار لقضاء أسبوع واحد فيها، ولكن إذا نظرنا إلى الأماكن المجاورة لها فسنجد أن الناس يموتون بالأمراض وسوء التغذية ويعانون الفقر.

٢. **السياحة وكيفية خلق وعي مجتمعي حاضن:** السياحة قطاع لا يمكن أن يعمل مستقلاً عن البرنامج القومي للتنوعية بأهمية السياحة ونشر الوعي السياحي، فالسياحة مرتبطة بسلوكيات الأفراد ولن تنهض وتزدهر إلا إذا حضنها المجتمع وهي واحدة من قضايا المجتمع. وينبع أهمية الارتقاء بالوعي السياحي إلى أن السائح الذي يغادر المنطقة بانطباعات طيبة يعتبر عميلاً مرتقباً لزيارات تالية، والأهم من ذلك قيامه بنقل نصيحته لهذه التجربة إلى أهله ومعارفه مما يمثل أكبر

أنواع الدعاية تأثيراً وهو ما يعرف بالكلمة المنطوقة Word of Mouth. والعكس عند محاولة استغلال السائحين من قبل القطاعات التي تتعامل معه فإن هذا السلوك سيؤدي إلى شعور السائح بخيبة أمل وإحساسه بخطته في اختيار بلدا كمقصد سياحي وهي انطباعات سينقلها إلى المحيطين به مما يمثل عامل طرد ويقلل من فرص الدولة في جذب حركة متزايدة من السائحين. ونشر الوعي السياحي العام يكون من خلال وسائل الإعلام الجماهيري للتوعية بالسلوك السياحي السليم وخلق مجتمع سياحي حاضن وليس طارداً للسياحة. (السيبي: ٢٠٠٤م، ص ٦٢).

#### السياحة وتنمية المجتمعات المحلية:

كان شعار الاحتفال بيوم السياحة العالمي في ٢٧ سبتمبر ٢٠١٤م في مدينة غوادالاخارا بالمكسيك هو (السياحة وتنمية المجتمعات المحلية)، فقد اعتادت منظمة السياحة العالمية الاحتفال سنوياً بذلك اليوم وهو اليوم الذي تأسست فيه منظمة السياحة العالمية، وذلك لنشر الوعي بأهمية السياحة وقيمتها الملموسة في جميع النواحي الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والبيئية.

صورة رقم (١)

شعار يوم السياحة العالمي ٢٧ سبتمبر ٢٠١٤م



المصدر: موقع منظمة السياحة العالمية - ٢٠١٤م.

جاء الاحتفال بيوم السياحة العالمي يوم ٢٧ سبتمبر ٢٠١٤م في مدينة غوادالاخارا بالمكسيك بهدف تسليط الضوء على الدور الحيوي للسياحة في تنمية المجتمعات المحلية وتحقيق أهداف التنمية المستدامة، ويسلط يوم السياحة العالمي ٢٠١٤ الضوء على طرق تمكين السياحة من دفع عجلة التنمية المستدامة على مستوى المجتمعات كما يحث على تمكين السكان المحليين من المشاركة في عملية صناعة القرار وفقا للأولويات المحلية بما يساهم في تعزيز التماسك الاجتماعي والايرادات

الاقتصادية إلى جانب خلق فرص عمل جديدة بما يعمل على مضاعفة الآثار الإيجابية للسياحة، وأكد الأمين العام للأمم المتحدة بان كي مون (٢٠٠٧-٢٠١٦م) في رسالته الرسمية بشأن ضرورة إشراك السكان المحليين في تنمية السياحة معتبراً ان النشاط السياحي يساهم في تنمية مجموعة متنوعة من المهارات وتطوير قطاعات مختلفة في المجتمعات سواء في الزراعة أو البناء أو الحرف اليدوية، واعتبر بان كي مون ان السياحة قادرة على انتشال الناس من الفقر وتعزيز تمكين المرأة والمساعدة في حماية البيئة إلى جانب المساهمة في تحقيق تغير إيجابي ومستدام في المجتمعات في كل أنحاء العالم، وشدد في هذا السياق على ان تسخير الفوائد الهائلة للسياحة سيكون له دور حيوي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة وتنفيذ خطة التنمية الخاصة بالأمم المتحدة لما بعد عام ٢٠١٥. (وظفة: ٢٦ سبتمبر ٢٠١٤، كونا).

دعا الدكتور طالب الرفاعي الأمين العام لمنظمة السياحة العالمية (٢٠٠٩ - ٢٠١٧م) في رسالته الموجهة بمناسبة الاحتفال بيوم السياحة العالمي بالاهتمام بالسياحة حيث قال «بمناسبة اليوم العالمي للسياحة عام ٢٠١٤، أود أن أدعو جميع العاملين في السياحة والمجتمعات المضيفة للعمل معاً، والاحتفال بهذا اليوم باعتباره رمزاً لجهودنا المشتركة في جعل السياحة أحد الأعمدة الحقيقية للتنمية المجتمعية وتنمية المجتمع على أساس قطاع سياحة أكثر استدامة»، وأضاف الأمين العام لمنظمة السياحة العالمية (في كل مرةٍ نسافر فيها من مكانٍ إلى آخر، أو ربّما نستخدم وسيلة نقلٍ ضمن مقصدٍ محليٍّ معيّن أو نبتاع المنتجات من أحد الأسواق المحلية، في كلّ مرةٍ نقوم بذلك نساهم في سلسلة قيمية طويلة تخلق فرص العمل، وتؤمن سبل العيش، وتبني قدرات المجتمعات المحلية، وتولد في النهاية فرصاً جديدة لمستقبلٍ أفضل)، ويضيف الرفاعي: (غير أنّ السياحة لا يمكنها أن تزدهر إلاّ إذا أشركت السكان المحليين عن طريق مساهمتها في القيم الاجتماعية مثل المشاركة والتعليم والإدارة المحلية المعززة. وفي الوقت نفسه، لا

يمكننا أن نتكلم عن تنمية سياحية حقيقية إذا كان من نتائج هذه التنمية إلحاق الضرر بأي شكل من الأشكال بقيم المجتمعات المحلية وثقافتها، أو إذا عجزت الفوائد الاجتماعية الاقتصادية التي تدرها السياحة عن الوصول إلى مستوى المجتمع المحلي". (منظمة السياحة العالمية: ٢٧ أيلول/سبتمبر ٢٠١٤).

تبرز أهمية السياحة في تنمية المجتمعات المحلية بداية في توسيع مدارك الفرد بأهمية البيئة المحيطة به وما تحويه من مواقع دينية أو تاريخية أو بيئية خلابة تشكل نقاط جذب للسياح وإمكانية زيادة ثقافته بدراسة هذه المواقع سواء خلال الصفوف المدرسية أو الالتحاق بالتخصصات السياحية في الجامعات لما في ذلك أهمية لإيجاد فرصة عمل في مجال السياحة. خاصة إذا علمنا أن قطاع السياحة كفيل بخلق فرص عمل كثيرة، فقطاع السياحة يتميز بنمو مستمر وبتنوع الوظائف المتاحة، وبالتالي يعد من أكثر القطاعات التي تحارب البطالة التي تهدد المجتمعات خاصة مع ارتفاع نسبة البطالة بشكل عام، فمহারية السياحة للبطالة بتوفير فرص عمل مختلفة سواء في مكاتب وكلاء السياحة أو في الفنادق أو الحافلات السياحية أو الأدلاء السياحيين وغيرها يضمن تحسين مستوى المعيشة للفرد، وكذلك تزيد من نسبة الدخل القومي للمجتمع بشكل عام، مما يضمن تطور المجتمعات وجذب استثمارات متنوعة مما يضمن خلق فرص عمل بشكل أكبر، وتحسين البنية التحتية في المجتمعات المحلية، وغيرها من التطورات الملموسة في كافة شؤون الحياة.

أما عن اثر السياحة في تنمية المجتمعات المحلية من الناحية الثقافية: فالثقافة تعد حجر الأساس في بناء المجتمعات و تطورها، فهي جسر التواصل بين هذه المجتمعات حيث تتميز بتأثير متبادل وفعال ليس فقط لأفراد المجتمع بل للسياح ايضاً، و هي نافذة المجتمع على العالم الخارجي، فمن خلال السياحة يستطيع ابناء المجتمع

المحلي الانفتاح على الآخر ومعرفة ثقافته، حتى أن هذا الأثر قد يمتد ليصل لتعلم لغات مختلفة للتمكن من التواصل مع أصحاب تلك اللغات، بالإضافة للتعرف على عاداتهم وتقاليدهم، وطريقة تفكيرهم، وبالتالي تزداد ثقافتهم وليصبحوا أكثر فاعلية مع مجتمعاتهم المحلية.

لتحقيق التنمية المرجوة للمجتمعات المحلية من السياحة، يجب على جميع الجهات المعنية القيام بنشر التوعية السياحية بين أفراد المجتمع ومحاربة ثقافة العيب في شغل الوظائف، سواء كان ذلك بتدريس مناهج السياحة في المدارس، أو عمل ورش عمل صيفية بالتنسيق مع وزارة التربية والتعليم والتي من شأنها أن تغرس ثقافة السياحة في الطلاب قبل وصول المرحلة الجامعية، وإنشاء معاهد تدريب مهني يرفع من كفاءة الموارد البشرية العاملة في مجال السياحة خاصة في المجتمعات المحلية الفقيرة وللأفراد الذين لم يحالفهم الحظ لإكمال دراستهم الجامعية، وتطوير البنية التحتية وشبكة المواصلات تشجيع جذب استثمارات سياحية وفندقية الأمر الكفيل بزيادة فرص العمل وبالتالي محاربة البطالة والفقر في هذه المجتمعات، مما يؤدي إلى تحسين مستوى المعيشة لأفراد هذه المجتمعات ودفع العجلة الاقتصادية والثقافية والاجتماعية للمجتمعات المحلية. (قعوار: ٢٦ سبتمبر ٢٠١٤م).

وجاء في مقال للدكتور خالد الرشيد الأمين العام لجمعية خبراء السياحة العرب في موقع كلاود الالكتروني بتاريخ ٠٣ أكتوبر ٢٠١٤م متحدثاً عن شعار يوم السياحي "العالمي السياحة وتنمية المجتمعات المحلية" يقول: حقيقة أن هذا العنوان يختصر ويختزل الكثير من المفهوم الواقعي للسياحة ويعطي صورة واضحة وجلية عن دور القطاع السياحي وعلاقته المباشرة بالتنمية بشكل عام، فبالرغم من أهمية هذا القطاع



الحيوي وتأثيره بشكل مباشر وغير مباشر على جميع المجالات ( الاقتصادية والاجتماعية الثقافية ... إلخ ) من خلال ما يمثله هذا القطاع للعديد من الدول من عائدات اقتصادية ضخمة ورافداً هاماً لاقتصادها الوطني، وكذلك من خلال دوره الكبير في خلق فرص العمل لأفراد المجتمع، أو من خلال تأثيره المباشر على العديد من الصناعات والمهن وعلاقته بالعديد من الأنشطة التنموية، بالإضافة إلى الدور الثقافي الهام للسياحة في المحافظة على الثقافة والموروث الشعبي، ولكن السياحة اليوم تأتي لنا بقانون جديد ترسل من خلاله رسالة هامة لجميع الدول بضرورة العمل على بناء المجتمع وبيئته لكي تصبح بيئة مجتمعية جاذبة من خلال تطبيق أعلى معايير منها:

١. تحقيق الأمن والاستقرار السياسي والاجتماعي على جميع الأصعدة.
٢. تحقيق معايير عالية للسلامة المجتمعية في جميع المنشآت والخدمات السياحية.
٣. تحقيق مفهوم التنمية المستدامة في جميع جوانب حياة المجتمع.
٤. تطوير أجهزة الدولة وخدماتها وتطوير الأنظمة والقوانين.
٥. إكمال البنية التحتية للدولة بتقنيات عالية وحديثة.
٦. توفير منتجات سياحية متنوعة تخدم جميع فئات المجتمع بخدمات وجودة عالية.

ومن هنا جاءت أهمية شعار السياحة العالمية للعام ٢٠١٤م "السياحة وتنمية المجتمع"، وقد أصبحت السياحة معيار لجودة أداء الدول وتحضرها فالنشاط السياحي يتواجد حين تتواجد الدولة المتحضرة المتكاملة لعناصر التنمية، وسوف تتضاءل فرص المنافسة للدول التي عجزت عن تحقيق التنمية المجتمعية وتوفير بيئة جاذبة لشعبها، بل أنها ستصبح بيئة غير قادرة على تحقيق السعادة لأبنائها وبيئة طاردة للسائح المحلي والأجنبي على السواء مهما كانت المغريات ومهما كان الإنفاق علي التسويق، وهذه

الرسالة الهامة للسياحة لجميع الدول بأهمية استشعار دور بناء الدولة من الداخل، فالتسويق والجذب السياحي يبدأ من الداخل، كما أنه يتوجب على جميع الدول أن تعي بأن امتلاك المقومات البيئية الطبيعية أو التاريخية والتراثية ليس كافياً في تحقيق بيئة سياحية جاذبة، ولا يصنع سياحة أو يبني رافداً اقتصادياً تعتمد عليه الدولة في دعم اقتصادها ويساهم في البناء ويحقق التنمية الحقيقية للدولة والمجتمع. وأن عليها أن تعمل أولاً على بناء مجتمعاتها وتلبية جميع احتياجاته ومتطلباته إذا ما أرادت أن تصبح داخل منظومة التنافسية العالمية وقادرة على استقطاب السياح من مختلف الوجهات، فالدولة التي لا تستطيع إسعاد شعبها من المؤكد بأنها لن تتمكن من تحقيق السعادة والمتعة لزوارها. (الرشيد: مقال، ٠٣ أكتوبر ٢٠١٤م).

### المعوقات التي تعترض التنمية السياحية في المجتمعات المحلية:

تعترض التنمية السياحية عدد من المعوقات التي تؤخر وتقلص دورها في مجالات التنمية الاقتصادية والاجتماعية ومن أهم هذه المعوقات : (الانصاري: مقال، مايو ٢٠١٤م).

١. **المعوقات الخاصة بالتخطيط السياحي:** وتتمثل في غياب النظام الجيد للمعلومات والإحصاء السياحي، فلا شك أن توفر المعلومات والبيانات الخاصة بمناطق الجذب السياحي أو المتعلقة بنشاط معين تعتبر أحد الأعمدة التخطيطية. فالنظام الإحصائي في بعض الدول خصوصاً العربية منها يتصف بعدم الشمول ويقتصر على بعض الأرقام الخاصة بتصنيف السائحين على حسب الجنسية، وعدد السائحين موزعاً على شهور السنة وعدد الليالي السياحية. إن الجانب السلبي في هذا النظام يكمن في غياب الكثير من المعلومات المهمة واللازمة للباحثين أو القائمين بالتخطيط في مجال السياحة مثل:

أ. توزيع السياح على حسب طريقة الوصول إلى البلد براً أو بحراً أو جواً.

ب. الغرض من القدوم.

ج. أماكن إقامة السياح (المدن - المصايف - الفنادق - القرى السياحية - بيوت الشباب - الشقق والغرف المفروشة).

د. الأماكن التي يزورها السائح.

هـ. تصنيف السياح على حسب السن والجنس وبلد القدوم.

و. تصنيف السياح في الرحلات السريعة أو الترانزيت على حسب الجنسية والمدة.

ز. استطلاع رأي السياح في الأماكن السياحية.

إنّ توفر هذه البيانات والمعلومات يمكن القائمين بالتخطيط على تركيز جهودهم نحو التوسع في إنشاء الفنادق من فئة معينة وتحسين أداء الخدمات فيها من جهة، وتطوير الخدمات المرفقة والملحقة بها من جهة أخرى. وكذلك تنمية وتطوير الموارد والمقومات السياحية الموجودة. كما أن معرفة عدد السياح موزعاً طبقاً لطريقة الوصول يساعد في تطوير أو دعم طرق النقل ووسائل المواصلات اللازمة من البلد إلى الخارج أو من خارج البلد إلى الأماكن السياحية الموجودة داخل البلد. يضاف إلى ذلك فإن عدم توفر كتيبات وخرائط سياحية كاملة وشاملة تحتوي على مناطق الجذب السياحي القائمة، وتضارب وتشتت الاختصاصات بين الوزارة المختصة بالسياحة وبعض المؤسسات والوزارات الأخرى ذات العلاقة، وانخفاض الوعي بأهمية وقيمة التراث الحضاري كما هو في بعض دول العالم الثالث، وعدم توفر رؤوس الأموال المحلية والأجنبية اللازمة للاستثمار السياحي، تعتبر جميعها من أهم العوامل السلبية الرئيسية المؤثرة على التخطيط السياحي.

٢. سوء توجيه الاستثمارات في قطاع السياحة: وقد يلاحظ في العديد من الدول السياحية أن بعض شركات الاستثمار السياحية الوطنية والأجنبية تركز استثماراتها

في مجالات ضيقة قد لا يحتاجها السائح أو يرغب فيها كالنوادي ومحلات الترفيه الليلية.

٣. **عدم فعالية التسويق السياحي:** يقوم التسويق السياحي بدور هام في بيع المنتج السياحي، فالتسويق السياحي من خلال الدعاية والإعلان يكون أمراً ضرورياً بالنسبة لمنتج يعتمد على الرضا والمتعة التي يتوقعها المستهلك من عملية الشراء، والتسويق السياحي الناجح هو الذي يثير رغبة المستهلك ويولد القناعة لديه بأن المنتج السياحي المعلن عنه هو أفضل المتوفر في سوق السياحة العالمية ويلبي رغباته المطلوبة. قد تمتلك الدولة العديد من الموارد السياحية المهمة كما هو في معظم دول العالم الثالث، ولكنها تعاني من مشكلة التقصير في تسويق مواردها ومقوماتها داخلياً وخارجياً، بمعنى آخر أن الحد الأدنى من الجهود والأنشطة التسويقية اللازمة لتنشيط الحركة السياحية لم يتوفر بعد في مثل تلك الدول.

٤. **التضخم:** يعتبر الارتفاع المستمر في أسعار السلع والخدمات أحد العوامل الاقتصادية المؤثرة على الطلب السياحي في بلد ما. وتعد الدول العربية من الدول التي تعاني من الارتفاع المستمر في معدل التضخم السنوي، ويعود ذلك إلى عدة أسباب من أهمها انخفاض الانتاجية وقلة العرض قياساً بحجم الطلب.

٥. **انخفاض مستوى الخدمات المساعدة للسياحة:** رغم التحسن النسبي لطرق المواصلات ووسائل الاتصالات السلكية واللاسلكية الداخلية والخارجية في الكثير من دول العالم، إلا أن الدول المعنية بالسياحة في العالم الثالث مازالت تعاني من ضعف خدمات الاتصالات وكذلك من مشكلات أخرى تتعلق بمشاريع الصرف الصحي وشبكات المياه والكهرباء والإنارة وطرق المواصلات التي تربط بين المواقع والأماكن السياحية المتنوعة.

٦. **الاستقرار السياسي والأمن الاجتماعي:** رغم اعتراف خبراء السياحة والاقتصاد بضرورة تمتع الدول السياحية بدرجة عالية من الاستقرار الأمني والسياسي، إلا أن العديد من دول العالم الثالث ما زالت تعاني من قلة الاستقرار الأمني والسياسي نظراً لضعف القانون وتدهور الاقتصاد وانتشار البطالة وتفشي الجريمة والفساد.
٧. **مشاكل ومعوقات أخرى:** هناك أيضاً مشاكل أخرى تشترك فيها معظم الدول السياحية في البلدان النامية وأهمها: (الانصاري: مقال، مايو ٢٠١٤م).
- أ. عدم الاهتمام بنظافة الأماكن السياحية خصوصاً الأثرية والدينية منها.
- ب. عدم وجود شرطة للسياحة في بعض المناطق السياحية وخاصة الأثرية والتاريخية.
- ج. تخلف خدمات السياحة المصرفية في البنوك وخاصة في الفنادق.
- د. سوء المعاملة بمكاتب شركات السياحة والطيران في الداخل والخارج.
- هـ. استغلال سائقي سيارات الأجرة لمجاميع السياح من الأجانب بصفة عامة مما يسيء إلى سمعة البلدان السياحية.
- و. عدم الاهتمام بالمظهر العام والزي الخاص بالعاملين في قطاع السياحة مع متطلبات العمل.

**النتائج:**

من كل ما تقدم ومن خلال دراسة دور السياحة في تنمية المجتمعات المحلية وتناول دور السياحة في التنمية الاجتماعية والاقتصادية لهذه المجتمعات نخلص إلى جملة من النتائج وهي الآتي:

١. تساهم السياحة في تنمية المجتمعات المحلية إسهاماً واضحاً مما يحتم التركيز على قطاع السياحة بشكل كبير من خلال تحسين مستوى الخدمات السياحية باستخدام التخطيط العلمي السليم المتكامل في هذه المجتمعات.
٢. تلعب السياحة دوراً كبيراً في تحقيق التنمية الاجتماعية للمجتمعات المحلية بشكل مباشر أو بشكل غير مباشر، من خلال تأثيرها في الكثير من الجوانب الاجتماعية والثقافية والنفسية للأفراد في أي مجتمع يستقبل السياح بأعداد كبيرة، فهي تؤثر في التقريب بين الشعوب ونشر مبادئ السلم والحوار بين الثقافات والمجتمعات، وتسهم في جعل المجتمع أكثر قبولاً للتغيرات الثقافية والاجتماعية التي تعثره، فضلاً عما يمكن أن تحدثه من تغيير في نسق القيم والعادات والتقاليد الاجتماعية السلبية في الكثير من المجالات، وتساهم في تنشيط الحراك الاجتماعي في المجتمع المحلي، وهي تساهم في زيادة مشاركة المجتمع المحلي في التنمية الاجتماعية والاقتصادية من خلال مساهمته في التنمية السياحية.
٣. تلعب السياحة دوراً هاماً في تحقيق التنمية الاقتصادية للمجتمعات المحلية بشكل مباشر وغير مباشر، من خلال زيادة الدخل لهذه المجتمعات من العملات الصعبة، وتوفير مبالغ طائلة لميزانية المناطق لهذه المجتمعات النامية، وتوفير فرص عمل جديدة لتقضي على البطالة أو على الأقل لتحد منها في هذه المجتمعات، فضلاً عما يمكن أن يحدثه الأثر المضاعف للتنمية السياحية في الجانب الاقتصادي لهذه

المجتمعات، وتغيير التركيب المهني للسكان من خلال ما تخلقه من مهن جديدة في

مجالات العمل في الفنادق ووكالات السياحة والسفر وباقي المراكز السياحية.

٤. تساهم السياحة في تنمية المجتمعات المحلية من خلال الاستثمار العلمي الدقيق لكافة الموارد المتاحة للمجتمع المحلي في سبيل النهوض بالأوضاع الاجتماعية والاقتصادية لأفراده والانتقال بهم من مرحلة غير مرغوب بها إلى مرحلة جديدة مرغوب بها من أجل تقليل الفجوة التي تفصله عن المجتمعات المتقدمة وتحقيق التنمية المستدامة.

٥. السياحة أصبحت مصدراً مهماً من مصادر التغيير والتحول الطبقي بين أفراد المجتمعات المحلية في المناطق السياحية نظراً لأن بعض فئات المجتمع التي ترتبط أعمالهم بالسياحة سواء بشكل مباشر أو غير مباشر ينتقلون من طبقة اجتماعية إلى طبقة أفضل لما يحققونه من مكاسب وأرباح من العمل السياحي.

٦. تعمل السياحة على تنمية المجتمعات المحلية ليساهم بشكل فاعل وحيوي في تحقيق التوازن الاقتصادي والاستقرار الاجتماعي، الذي يمثل أحد أهم الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها خطط التنمية في كل البلدان النامية.

٧. السياحة هي وسيلة حضارية لتنمية الثقافة بين الشعوب والمجتمعات المختلفة حيث تكتسب المجتمعات المحلية المهارات الثقافية والخبرات المختلفة من سائحي الدول القادمين إليها مثل اللغة والأفكار السليمة.

٨. إن التنمية السياحية في المجتمعات المحلية إذا ما تمت بدون دراسة أو بحث علمي ميداني للواقع الاقتصادي والاجتماعي والثقافي لهذه المجتمعات، سيساهم في إحداث أضرار في مختلف مجالات الحياة الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، وسيترتب عليها سلبيات تعيق تقدم المجتمعات المحلية بدلاً من أن تكون عاملاً هاماً في تنميتها وتطورها.

٩. تساهم السياحة في رفع الوعي البيئي في المجتمعات المحلية وكيفية التعامل مع البيئة المحيطة بهذه المجتمعات، والتغير في أنماط السلوك التي قد تسبب المشاكل الصحية للمواطنين والسائحين في المراكز السياحية والمناطق القريبة منها، فضلاً عن دورها في نشر الوعي بأهمية النظافة في المجتمعات المحلية وتبنيه لقيم اجتماعية ايجابية في هذا المجال.

١٠. تحقق السياحة مشاركة فاعلة لأفراد المجتمع المحلي في عمليات التنمية الاجتماعية والاقتصادية لمجتمعاتهم مما يساهم في رفع ثقتهم بأنفسهم وبقدراتهم المختلفة ويحفز فيهم روح المنافسة والمشاركة والتطوع في سبيل إنجاح خطط التنمية التي يسعى البلد إلى تحقيقها، وتجعلهم أكثر إحساساً بالمسؤولية وتحملها وتبني القيم الايجابية في هذا المجال.

١١. تساهم السياحة في التنمية الشاملة وتحقيق التوازن الاقتصادي للمجتمعات المحلية خاصة إذا ما تم القيام بتخطيط إنشاء المشروعات السياحية الجديدة وتوزيعها على مختلف المناطق داخل الدولة، إذ أن من المعروف أن التنمية الشاملة يجب أن تتصف بخاصية الشمول والتوازن وأن لا تأتي لصالح منطقة على حساب أخرى.

١٢. تساهم التنمية السياحة في تطوير وصيانة المواقع التاريخية والأثرية في المجتمعات المحلية والتي تعد من أهم المراكز السياحية الثقافية في أي بلد، ولا يخفى ما لهذا الجهد من أثر هام في الحفاظ على تراث المجتمعات المحلية وإدامتها.

١٣. تساهم السياحة في تنشيط وتطوير الصناعات الشعبية البسيطة في المجتمعات المحلية والتي يمكن أن تكون فرصة هامة في سبيل تنمية اقتصادية واجتماعية جادة وحقيقية في أي مجتمع بخاصة المجتمعات النامية، من خلال ما يمكن أن



يباع من هذه الصناعات للسياح الذين يهتمون كثيراً باقتناء مثل هذه المنتجات ويقبلون عليها بشكل كبير.

١٤. تلعب السياحة دوراً هاماً في تنمية المجتمعات المحلية من خلال زيادة إشراك وتمكين القطاع الخاص في عملية التنمية الاجتماعية والاقتصادية لهذه المجتمعات من خلال مساهمته الفاعلة في الاستثمار في قطاع السياحة وتنشيط دوره في عملية التنمية السياحية للمجتمعات المحلية والتي يتعاون على تحقيقها كل من القطاع العام والقطاع الخاص.

١٥. تؤدي السياحة إلى تنمية المجتمعات المحلية من خلال تطور البنى التحتية والفوقية وتحسين الخدمات التي يحصل عليها أبناء المجتمع كخدمات النقل والاتصال والمواصلات والنظافة والإعلام...الخ.

١٦. تساهم السياحة في تقديم أفضل صورة عن تاريخ وتراث وحضارة المجتمعات المحلية وذلك بفعل الإعلان والدعاية السياحية التي تقدم للسياح بمختلف الوسائل الدعائية، مما يساهم في نشر المعرفة والثقافة بتلك الحضارة بين مختلف شعوب العالم .

١٧. تساهم السياحة في خلق وتنمية العلاقات بين القطاعات الاقتصادية والخدمية وبين قطاع السياحة في المجتمعات المحلية وتحقيق التكامل الرأسي والأفقي للمشاريع السياحية في هذه المجتمعات.

١٨. تدعم السياحة الداخلية النسيج الوطني للمجتمع بالاحتكاك المباشر بين أبناء المجتمعات المحلية، وتؤدي إلى تماسك الأسرة كوحدة اجتماعية أساسية في المجتمع وتعمل على تعزيز وحدة التراب الوطني.

١٩. يقضي الاهتمام بتنمية المجتمعات المحلية على العديد من المشاكل من خلال الازدهار المستمر للسياحة، كالبطالة والركود الاقتصادي، وإعادة توزيع السكان

بشكل أفضل وذلك بإقامة المشاريع السياحية في المجتمعات العمرانية السياحية الجديدة.

٢٠. السياحة تقود إلى تحقيق التآلف بين المجتمعات المحلية والمشاريع السياحية من خلال اختيار الأنماط السياحية التي تتلاءم وطبيعة ظروف هذه المجتمعات والتي لا تتعارض مع قيمها وعاداته وتقاليدها، وتوسع قاعدة المشاركة لأكثر عدد من مواطني هذه المجتمعات داخل المنشآت السياحية بحيث تستوعب أكبر عدد ممكن من العاملين في المناطق السكنية المحيطة بالمشروع السياحي.

#### التوصيات:

- توصلت الدراسة إلى العديد من التوصيات لعل أهمها:
  ١. تنمية الوعي السياحي للمجتمعات المحلية بأهمية دور السياحة في تحقيق التنمية الاقتصادية والاجتماعية المستدامة لهم علي المستوى الوطني والمحلي مما يحقق تغيير المفاهيم والسلوكيات والممارسات الخاطئة تجاه السياحة وخلق بيئة ملائمة وصديقة للسياحة.
  ٢. تفعيل دور منظمات المجتمع المدني والمؤسسات التعليمية والثقافية والارشادية الدينية في التوعية السياحية للمجتمعات المحلية، والتوعية بأهمية الحفاظ علي الموارد السياحية وتوفير البيئة السياحية المناسبة.
  ٣. إيجاد اعلام سياحي فاعل يتمتع بالمهنية ويستخدم أكفاً الوسائل وأكثرها تقدماً لتقديم رسائل إعلامية توعوية ومعرفية وإقناعية باعتماد أفضل المداخل ويساهم في نشر الثقافة السياحية ورفع مستوى الوعي السياحي في اوساط المجتمعات المحلية.

٤. تشجيع القطاع الخاص للاستثمار في القطاع السياحي لرفع معدلات التشغيل للطاقة الايوائية والخدمات للمنشآت السياحية والمساهمة في خلق فرص عمل جديدة للحد من البطالة في المجتمعات المحلية، وتوفير خدمات البنية الأساسية والمرافق العامة في المناطق السياحية المستهدفة وتمييزها والاستثمار فيها.
٥. بناء قدرات ومهارات العاملين في القطاع السياحي في المجتمعات المحلية عبر التعليم والتدريب والتأهيل لتوفير العامل المتميز بالوعي والحاظق الماهر في اداء مهنته السياحية وتلبية احتياجات السوق المحلية والخارجية من العمالة الفندقية والسياحية بمخرجات مطابقة للمعايير الدولية.
٦. تطوير وسائل الترويج والتسويق السياحي بما يعزز القدرة التنافسية للسياحة في المجتمعات المحلية وزيادة حجم الصادرات السياحية لهم من خلال تحسين الصورة السياحية لمناطقهم في الاسواق السياحية الدولية المصدرة للسياحة.
٧. الارتقاء بجودة الخدمات السياحية بما يتوافق مع المواصفات الدولية وتقديم الخدمات اللازمة للسياح في المواقع السياحية والمحيط السياحي وتطوير القدرة التنافسية علي أساس تنوع عناصر المنتج السياحي وجودة الخدمات والانشطة السياحية لتحقيق زيادة في الطلب السياحي علي البلاد.
٨. إشراك المجتمعات المحلية في المساهمة والاستفادة من التنمية السياحية وتعظيم الآثار الاقتصادية والاجتماعية للسياحة بتحقيق زيادة اجمالية في مستوى الانفاق السياحي وتأمين الحد الممكن من العائدات في الاقتصاد الوطني من خلال تطوير المنتج السياحي وتهيئة مناطق سياحية جديدة واعدة لمواكبة متطلبات الانماط المختلفة للنشاط السياحي.
٩. التأكيد علي مساهمة المجتمعات المحلية في تحقيق التنمية المستدامة للموارد والامكانيات السياحية للبيئة الطبيعية وحمايتها من السطو والهدر والاستخدام

الجائر والتلوث وتغيرات المناخ، والاستغلال الامثل للموارد والاصول السياحية الحضارية والتاريخية والموروث الثقافي للدولة وصيانتها والحفاظ علي جاذبيتها واستدامتها.

١٠. تعزيز الأمن والاستقرار السياحي وإشراك سكان المجتمع المحلي في تثبيت الأمن السياحي والانتفاع بعوائد السياحة وتنمية الوعي السياحي المجتمعي كأساس لتحقيق التنمية السياحية وتنشيط نمو الحركة السياحية.

١١. إشراك المجتمعات المحلية في مشاريع التنمية السياحية وخلق توازن بين التنمية السياحية ومتطلبات المجتمعات المحلية من خلال مساعدة المجتمع المحلي علي تحقيق قدر من طموحاته الاجتماعية والثقافية والاقتصادية بواسطة السياحة.

١٢. تشجيع السكان المحليين علي إقامة المشروعات السياحية الصغيرة.

١٣. إشراك المجتمع المحلي في الحفاظ علي البيئة الطبيعية ومميزات المناطق الطبيعية وتهيتها بما يلبي احتياجات المجتمع المحلي.

١٤. تعزيز العلاقة والشراكة بين قطاعات السياحة وإيجاد قاعدة للشراكة الوطنية بين القطاع العام والقطاع الخاص والمؤسسات المدنية للمجتمع المحلي وإنشاء مجالس تنسيقية خاصة بشركاء صناعة السياحة بالبلاد يساهم فيها المجتمع المحلي مساهمة فاعلة.

١٥. ضرورة الاهتمام بالسياحية لتنمية المجتمعات المحلية لأنها تساعد على خلق فرص أكثر للعمالة، وبالتالي تعمل على رفع مستوى المعيشة وتكون معيماً للوصول إلى ما يصبو إليه المجتمع المحلي من تقدم ورقي.

١٦. تحسين نوعية الحياة للمجتمع المحلي بحماية المراكز السياحية والطبيعية والبيئية داخل البلد، واحترام الموروث الثقافي للمجتمع المحلي والحفاظ على القيم

والعادات والتقاليد والمساهمة في فهم العلاقات الثقافية وترسيخ قيمة التسامح في هذه المجتمعات.

١٧. التأكيد على الخطط السياحية الطويلة الأمد مع توفير ما ينتج عنها من منافع اقتصادية للمجتمعات المحلية وتوزيعها بصورة عادلة على الجهات المساهمة، ومنها توفير فرص العمل لتحسين دخل الفرد ومحاربة الفقر في هذه المجتمعات.

١٨. الاهتمام بتطوير السياحة كمصدر دائم للدخل وترسيخ المفاهيم السياحية والوعي بها عند الحكومة والمجتمع المحلي.

١٩. العمل علي تطور المجتمع المحلي بتجميل المناطق والمدن التي تصلح للتنمية السياحية من خلال تزويدها بالمرافق الأساسية العامة والمنشآت الايوائية والخدمية والترويجية بالإضافة إلى الأعمال الهندسية المرتبطة بتنسيق الموقع مع الحفاظ المستمر على البيئة وإنشاء المحميات الطبيعية البرية والبحرية وتوفير الرقابة المستمرة للمقومات الطبيعية والسياحية بها.

٢٠. العمل علي تحقيق معايير عالية للسلامة المجتمعية في جميع المنشآت والخدمات السياحية.

٢١. تحقيق مفهوم التنمية المستدامة في جميع جوانب حياة المجتمعات المحلية.

## المراجع والمصادر:

## أولاً: الكتب:

١. الترهوني، محسن ميلاد (٢٠٠٨م)، السياحة البيئية المستدامة "دراسة نموذج المجتمع الليبي، دار الحرم للتراث، طرابلس.
٢. الجلال، أحمد (١٩٩٧م)، السياحة بين النظرية والتطبيق، عالم الكتاب، القاهرة.
٣. السيسي، ماهر عبد الخالق (٢٠٠١م)، مبادئ السياحة، مجموعة النيل العربية، القاهرة.
٤. السيسي، ماهر عبد الخالق (٢٠٠٤م)، الاتجاهات الحديثة في صناعة السياحة، كلية الامير سلطان للسياحة والادارة.
٥. الشرقاوي، فتحي (٢٠٠٩م)، مبادئ علم السياحة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.
٦. الصادق، صلاح عمر (٢٠٠٨م)، دراسات سودانية في السياحة - الخرطوم: مكتبة الشريف الأكاديمية للنشر والتوزيع- الخرطوم.
٧. الصيرفي، محمد (٢٠٠٩م)، مهارات التخطيط السياحي، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة.
٨. العزابي، إلهام عمران العربي (٢٠١٢م)، علم الاجتماع السياحي، دار الحكمة للطباعة والنشر والتوزيع، ط١، زهراء مدينة نصر.
٩. دعبس، يسري (٢٠٠٧م)، السياحة والمجتمع "دراسة وبحوث أنثروبولوجيا السياحة" سلسلة الدراسات والبحوث السياحية والمتحفية (١٩)، الملتقى المصري للإبداع والتنمية، الاسكندرية.
١٠. حجاب، محمد منير (٢٠٠٣م)، الاعلام السياحي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.

١١. غنيمه، عبد الفتاح مصطفى (١٩٩٩م)، الآثار البيئية للتدفق السياحي في مصر، سلسلة التواصل الحضاري، دار الفنون العلمية، الإسكندرية.
  ١٢. فقيري، إيهاب محمد عثمان و أبو زيد، جعفر محمد مصطفى (٢٠٠٧م)، مبادئ صناعة السياحة ط٢، دار العلم للنشر والتوزيع بالفيوم.
  ١٣. قسيمة، كباشي حسين (د ت)، كتيب بعنوان: تنمية وتطوير السياحة في الولاية الشمالية، بدون دار نشر.
  ١٤. كفاي، حسين (١٩٩٩م)، رؤية عصرية للتنمية السياحية في الدول النامية، الناشر الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة.
  ١٥. اللحام، نسرین رفیق (٢٠٠٧)، التخطيط السياحي للمناطق التراثية، بدون دار نشر.
  ١٦. لطيف، هدي سيد (١٩٩٤م)، السياحة النظرية والتطبيق، الشركة العربية للنشر والتوزيع، ط١، القاهرة.
  ١٧. لطيف، هدي سيد (د. ت)، الأجهزة والمنظمات السياحية، الشركة العربية للنشر والتوزيع، القاهرة.
  ١٨. ماكننوش، روبرت (٢٠٠٢م)، بانوراما الحياة السياحية، ترجمة عطية محمد شحاته، المجلس الأعلى للثقافة، القاهرة.
- ثانياً: بحوث غير منشورة**
١. العنوم، محمد أحمد صالح: (٢٠١٥م)، التنمية السياحية في محافظة جرش وأثرها على الجذب السياحي في الأردن - رسالة دكتوراه غير منشورة - جامعة الزعيم الازهرى، الخرطوم.

٢. خليفة، المبروك سعد (٢٠١١م)، السياحة والثقافة المادية في مدينة غدامس بالجمهورية الليبية "دراسة ميدانية في الانثروبولوجيا الثقافية، رسالة دكتوراه غير منشورة، معهد البحوث والدراسات الافريقية، قسم الانثروبولوجيا.
٣. عياد، مروة نبيل محمد (٢٠٠٦م)، الوعي السياحي لدى المجتمع المحلي وأثره في تنشيط حركة السياحة الوافدة، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة حلوان، كلية السياحة والفنادق، قسم الدراسات السياحية.

### ثالثاً: مواقع الانترنت

١. الانصاري، رؤوف محمد علي (مايو ٢٠١٤م)، مقال بعنوان: السياحة ودورها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية، مجلة السطور الالكترونية، <http://www.soutour.tn>.
٢. الرشيد، خالد، الأمين العام لجمعية خبراء السياحة العرب (٠٣ أكتوبر ٢٠١٤م)، مقال بعنوان: تنمية المجتمع هي أهم مقومات السياحة، موقع كلاود الالكتروني، <https://www.makalcloud.com/post/z8a2wq7ie>.
٣. قعوار: عوني ناصر (٢٦ سبتمبر ٢٠١٤م)، السياحة وتنمية المجتمع، مقال بصحيفة الرأي الاردنية الالكترونية. <http://www.alrai.com>.
٤. موقع الامم المتحدة الالكتروني (٢٧ سبتمبر ٢٠١٥م) - يوم السياحة العالمي تحت شعار مليار سائح ومليار فرصة عمل - <http://www.un.org/ar/events/tourismday>.
٥. موقع منظمة السياحة الالكتروني (٢٧ سبتمبر ٢٠١٤م) - يوم السياحة العالمي تحت شعار: السياحة وتنمية المجتمعات المحلية - <http://wtd.unwto.org>.



وظفة، هنادي (٢٦ سبتمبر ٢٠١٤م)، مقال بعنوان: يوم السياحة العالمي ٢٠١٤ يسلط الضوء على دور السياحة في تنمية المج

## تدريب القوى العاملة بمكتبات جامعة دنقلا – السودان

إعداد:

د. أميرة علاء الدين صالح محمد

أستاذ مساعد - قسم المكتبات والمعلومات

كلية الآداب والدراسات الإنسانية - جامعة دنقلا

### Abstract

The aim of this study is the training in the university libraries by identifying the training programs offered by the libraries of Dongola University and its fields. The means and methods of training is to raise the skills of its employees to provide the best services to achieve its objectives. The study followed the analytical descriptive method to achieve the objectives of the study, which was to highlight the efforts exerted to develop the staff of the university libraries, raise their abilities and skills to perform the tasks assigned to them, in order to keep pace with the training programs provided by the library management.

The study reached a number of results; most importantly the interest in training of the library staff should be in a number of ways, the geographical dimension of the university faculties and therefore libraries has made it difficult to organize periodic meetings of the staff.

**key words:**

Training –Library staff – University Libraries – Training needs

**مستخلص**

تناولت هذه الدراسة موضوع التدريب بالمكتبات الجامعية، بالتعرف على البرامج التدريبية التي تقدمها مكتبات جامعة دنقلا ومجالاته، ووسائل وطرق التدريب لرفع مهارات العاملين بها لتقديم أفضل الخدمات، لتحقيق أهدافها، اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لتحقيق أهداف الدراسة والتي تمثلت في: تسليط الضوء علي الجهود المبذولة لتطوير العاملين بمكتبات الجامعة، ورفع قدراتهم ومهاراتهم لأداء المهام المنوطة بهم، ومدي مواكبة البرامج التدريبية التي توفرها ادارة المكتبة المدروسة للعاملين بها للتطورات والتقنيات في المجال. وعرض الأساليب التي اتبعت، ولتحقيق هذه الأهداف وظفت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي.

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها الاهتمام بتدريب العاملين بمكتبات الجامعة بعدد من الوسائل، كما ان البعد الجغرافي لكليات الجامعة وبالتالي المكتبات أدى إلى صعوبة تنظيم الاجتماعات الدورية للعاملين بها.

**الكلمات المفتاحية:**

التدريب – العاملين بالمكتبات – المكتبات الجامعية –الاحتياجات التدريبية.

**مقدمة:**

تُعتبر القوى البشرية من ذوي المهارات والخبرات المعرفية احد المصادر الأساسية التي تعتمد عليها المعرفة في المؤسسات والمنظمات، كما ان جميع الأنشطة التي تتم بالمؤسسات تعتمد اعتمادا أساسياً علي الإنسان. إذ أن العنصر البشري يعد الثروة الحقيقية للتنمية الوطنية، لذا يجب الاهتمام به وتطويره لمواكبة التغيير والتجدد في مختلف المجالات مما يفرض مواكبة مستجدات الحياة.

تعتبر الموارد البشرية عامل فعال في الاستثمار في القطاعات عامة، والمكتبات خاصة، ومحوراً أساسياً، وأداة فاعلة لتحقيق أهدافها لذا من الضرورة الاهتمام بالتدريب لكافة الأفراد العاملين للوصول إلى الكفاية المطلوبة في أداء الأعمال وتجويدها، وتحقيق الرضى لدى العاملين.

نتيجة لنمو حجم المكتبات نتيجة للزيادة الهائلة في حجم الانتاج الفكري المنشور، وتعدد أشكاله ولغاته، واحتياج هذا الانتاج للتحليل والتنظيم لتسهيل عملية الوصول للمعلومات المطلوبة وبسرعة. والتطورات المستحدثة وتوظيف المكتبات الجامعية لها بإنشاء شبكات المعلومات ونظمها والتطورات المستمرة لهذه النظم، كل ذلك أدى إلى ضرورة إعداد القوي البشرية إعداداً مهنيّاً جيداً لتقديم أفضل الخدمات لمواجهة التحديات العصرية والمتجددة، والتغير في احتياجات المستفيدين من المكتبات ومراكز المعلومات، عن طريق برامج التأهيل والتدريب لجميع فئات العاملين بالمكتبات. ويعتبر عمل المكتبات من أبرز المهام والأعمال التي تدعم عملية التعليم والتعلم علي مختلف مستوياته، كما ان الخدمة المكتبية تعتبر الركيزة التي تعتمد عليها العملية التعليمية.

إن التغيير الجذري الذي طرأ في المجتمع أصبح يشكل منعطفاً أساسياً يجب اجتيازه ولا يمكن لأي مختص أن تكون لديه قدرات فطرية فيما يختص بالإلمام بتخصص يتطور ويتغير بفضل إدخال التكنولوجيات الحديثة للمعلومات والاتصال والتي يعرفها فورستير بـ: "العلم الجديد لجمع وتخزين واسترجاع وبث المعلومات" هذه التكنولوجيات التي أصبحت تقضى على المسافة و الزمن وتزيل الحواجز أمام تدفق المعلومات، الشيء الذي يجعل السيطرة على تقنيات البحث عن المعلومات عملية تحتاج إلى تكوين وإلى تعلم وإلى استمرارية في التدريب. وأصبحت مسألة تطوير العاملين في المكتبات ومراكز المعلومات وتأهيلهم من الأمور المهمة لمواجهة التغيرات السريعة في هذا المجال وفي مجال تكنولوجيا المعلومات، وتقديم كل ما هو جديد

للمستفيد وإعداده لتولي أي منصب في جميع المستويات، للنهوض بالمكتبات وجعلها مسايرة لعصر تكنولوجيا المعلومات.

#### مشكلة الدراسة:

تمثل القوى العاملة بالمكتبات عنصراً مهماً يتوقف عليه نجاح المكتبة في تحقيق أهدافها، من خلال زيادة الخدمات وتقديمها بأفضل الطرق. تمثلت مشكلة هذه الدراسة في التعرف علي البرامج التدريبية التي تقدمها مكتبات جامعة دنقلا ومكوناته ووسائل تنفيذه لرفع كفاءة العاملين وتحسين أدائهم، ومسايرة التطورات التي تحدث في المجال.

#### أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى:

١. تسليط الضوء علي الجهود المبذولة لتطوير العاملين بمكتبات جامعة دنقلا، ورفع قدراتهم ومهاراتهم لأداء المهام المنوطة بهم، ومدي مواكبة البرامج التدريبية التي توفرها ادارة المكتبة المدروسة للعاملين بها للتطورات والتقنيات في المجال.
٢. عرض أساليب التدريب وطرقه.
٣. الوقوف علي المعوقات التي تواجه عملية التدريب بمكتبات جامعة دنقلا.

#### منهج الدراسة:

اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، والمنهج الوصفي هو طريقة للحصول علي معلومات وافية ودقيقة تصور الواقع الاجتماعي[٤]، بانتهاج دراسة الحالة للتعرف علي التدريب وأساليبه ومعوقاته بالمؤسسة المدروسة. بتوظيف أداة المقابلة لجمع المعلومات.

**الدراسات السابقة:**

من خلال التنقيب في مصادر المعلومات اتضح أن هناك عدداً من الدراسات السابقة التي تناولت موضوع تدريب القوي البشرية بالمكتبات بصورة عامة، وبالمكتبات الجامعية بشكل خاص، وهي:

**١. متولي، ناريمان اسماعيل: الاتجاهات الحديثة في تأهيل العاملين في مجال المكتبات والمعلومات:**

تناولت هذه الدراسة التغييرات التي أحدثتها تكنولوجيا المعلومات، والاتجاهات الحديثة لمساعدة أعضاء هيئة التدريس في مواكبة هذه التطورات والاتجاهات الحديثة التي تبنيتها بعض الأقسام العلمية في الدول المتقدمة للاستجابة لمجتمع المعلومات، والاتجاهات بالنسبة للكفايات التي يجب أن يتحلي بها المهنيون في المعلومات. والبعد الدولي للمكتبات والمعلومات ومدى مساعدته للدول النامية، اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي المقارن. توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج، أهمها أن التغييرات التي أحدثتها تكنولوجيا المعلومات في أنشطة المكتبات ومؤسسات المعلومات ذات تأثير واضح علي مناهج أقسام المكتبات والمعلومات، وأن البعد الدولي لخدمات المعلومات له أهمية كبيرة في التعرف إلى الاتجاهات في المجال.

**٢. عباس، هشام عبد الله: تدريب العاملين من غير المهنيين في المكتبات بالمملكة العربية السعودية:**

هدف هذا البحث إلى التعرف بأهم برامج التدريب في المكتبات في المملكة العربية السعودية، وعرض طرق التدريب التي يمكن الأخذ بها لتدريب هذه الفئة من العاملين بالمكتبات، وعرض وتحليل المشكلات التي تواجه المكتبات بالمملكة، وتأثيرها على مستوى الأداء وتقديم الخدمات للمستخدمين.

### ٣. السالم، سالم بن محمد: تحديد الاحتياجات في التخطيط للبرامج التدريبية مع إشارة خاصة لبرامج المكتبات والمعلومات:

عالجت الدراسة موضوع الاحتياجات التدريبية وأهمية تحديدها في البرامج التدريبية عامة وفي برامج المكتبات والمعلومات بشكل خاص، واتضح أنه يترتب على الدقة في تحديد الاحتياجات التدريبية تحديد مستوى الأداء والمهارة المرغوب الوصول إليها، توصلت الدراسة إلى أن معظم البرامج تفتقر إلى تلبية الاحتياجات الحقيقية لمهنة المعلومات مما يتطلب الخروج عن الموضوعات التقليدية والعمل على تقديم مواد لها علاقة بالتطورات الحديثة.

#### مفهوم التدريب:

وردت عدة تعريفات للتدريب منها:

- "اكتساب الأفراد المعلومات والمعارف الوظيفية التخصصية المتعلقة بأعمالهم وأساليب الأداء الأمثل فيها، وصقل المهارات والقدرات التي يتمتعون بها وتمكينهم من استثمار الطاقات التي يختزنونها ولم تجد طريقها للاستخدام الفعلي بعد بالإضافة إلى تعديل السلوك وتطوير أساليب الأداء التي تصدر عن الأفراد فعلاً وذلك من أجل إتاحة الفرص والمزيد من التحسين والتطوير في العمل الانتاجي وتأمين الوصول إلى الأهداف الانتاجية المتصاعدة.
- التدريب نشاط منظم يهدف إلى تغيير الاتجاهات وأنماط السلوك وتحسين المهارات والأداء وتحسين القدرة على حل المشكلات وارتفاع المهارة الادارية وكذلك الكفاية الانتاجية.
- هو أحد مهام التوظيف، ويهتم بزيادة معارف الموظفين، ويعد من أهم الروافد الهادفة إلى الارتقاء بالافراد والمنظمات لتحقيق الجودة والتميز في الأداء في عصر تكنولوجيا المعلومات، وبما أن الفرد هو محور التنمية والتطوير يجب أن

تتضمن خطة التدريب مجموعة من النشاطات التدريبية المتطورة والمتجددة التي تناسب جميع المستويات الادارية والتنظيمية لتلبي حاجات التنمية والتطوير لجميع العاملين.

#### - تعريف منظمة الأمم المتحدة:

- هو "عملية شاملة ومعقدة تتناول جميع التدابير اللازمة لإيصال الفرد إلى وضع يمكنه من الاضطلاع بوظيفة معينة وانجاز المهام التي تتطلبها هذه الوظيفة".
- أنه تنقيف منهجي لكافة مستويات العاملين على مواقف أو مهارات جديدة أو نمط من التعليم المستمر أو التعليم بموقع العمل.

وتعد وظيفة التدريب في المنظمات الحديثة من أهم مقومات التنمية التي تعتمدها هذه المنظمات في بناء جهاز قادر في الحاضر والمستقبل على مواجهة الضغوط والتحديات الانسانية والتقنية والادارية التي ترتبط مباشرة بالفرد. وتتوقف على كفاءته كفاءة جميع العناصر الأخرى للمنظمة وبالتالي كفاءة الأداء التنظيمي في مواجهة المتغيرات ذات الاتجاهات المختلفة التي تؤثر في هذا الأداء.

#### أهمية التدريب

التدريب نشاط منتظم يهدف إلى تحقيق تغير في معارف الفرد ومهاراته وقدراته، لمقابلة احتياجات محددة في الحاضر والمستقبل في ضوء متطلبات الوظيفة التي يقوم بها، فهو يقدم معرفة جديدة ومعلومات متنوعة تؤثر على الاتجاهات والسلوك وتحسين معدلات الأداء. تتمثل أهمية التدريب من خلال العناصر التالية:-

١. تحسين أداء الفرد: ينعكس هذا في زيادة إنتاجيته، وتحسين أدائه بأدنى تكلفة وأقل جهد وأسرع وقت.



## ٢. مواكبة التطورات التكنولوجية

٣. تقليل الحاجة إلى الإشراف: العامل المتدرب يعي بمتطلبات عمله، ويستطيع انجاز مهامه دون الحاجة إلى توجيه أو رقابة من مشرفيه، وبالتالي يوفر وقتهم بتوظيفه في مهام أخرى.

٤. تحسين خدمات المؤسسة: من خلال تقديم المنتجات.

٥. تحقيق الاستقرار الوظيفي في المؤسسة واكسابها صفة الثبات وحسن السمعة في المجتمع.

## التدريب في المكتبات:-

مهنة المكتبات شأنها كسائر المهن التطبيقية الأخرى التي تحرص على متابعة ممارسي هذه المهنة إلى أحدث التطورات في مجال تخصصهم، وهو ضروري لجميع فئات العاملين بالمكتبة.

ويُعرف التدريب في المكتبات بأنه " عملية شاملة ومعقدة تتناول جميع التدابير اللازمة لإيصال الفرد إلى وضع يمكنه من الاضطلاع بوظيفة معينة وإنجاز المهام التي تتطلبها هذه الوظيفة وجعله قادراً على متابعة العمل. فهو تثقيف منهجي لكافة مستويات العاملين على مواقف أو مهارات جديدة أو هو نمط التعليم المستمر أو التعليم بموقع العمل.

ويقصد بالتدريب اتخاذ كافة الوسائل التي تضمن للمكتبة أداء أفضل في جميع الأعمال والخدمات التي تقدمها.

**أهمية التدريب في المكتبات:**

التدريب له مزايا عديدة سواء للعاملين أو المؤسسة نفسها، وهي:-

**أولاً- المزايا التي تعود على المؤسسة، منها:**

- رفع كفاية الأفراد العاملين بالمؤسسات، وبالتالي زيادة الانتاج أو الخدمات وأداؤها بأفضل الطرق وبالتالي تحقيق أهداف المكتبة.
- تنمية الروح المعنوية بين العاملين.
- يساعد علي توحيد أساليب العمل.
- خلق الاستقرار والتماسك في مجتمع المكتبة.

**ثانياً- المزايا التي تعود على العاملين:**

- تهيئة الفرص للأفراد لتعلم واجبات وظيفتهم ومسؤولياتهم.
- مساعدة الموظفين الجدد على التغلب علي الشعور بالوحدة والغربة التي يشعر بها أي قادم جديد.
- تخفيف المتاعب ونسبة إصابات العمل، والتي تعتبر ميزة للأفراد والمؤسسات معاً.
- زيادة الثقة بالنفس لديهم نتيجة لزيادة قدراتهم على أداء أعمالهم بكفاية عالية.

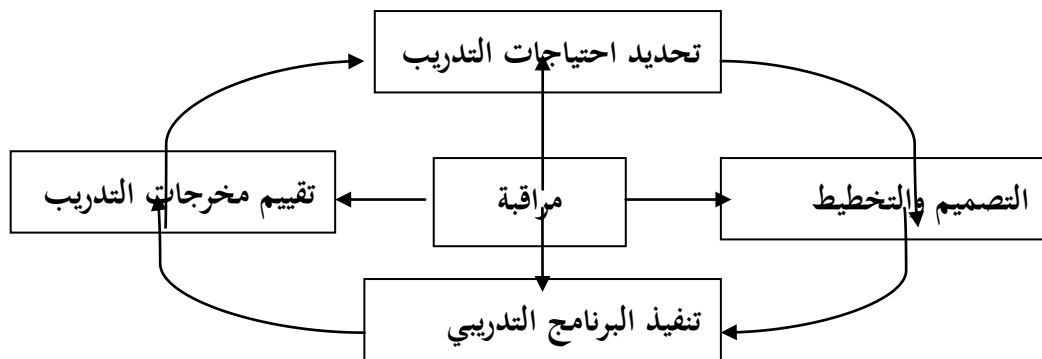
**دوافع التدريب****تتمثل دوافع التدريب في العوامل التالية:-**

١. تعيين موظفين جدد.
٢. زيادة حجم المكتبات وإنشاء أقسام جديدة، وهذا الأمر يتطلب أعداد إضافية من الموظفين المؤهلين، ومهارات معينة تتطلب التدريب على الأعمال الجديدة.
٣. التغييرات التي تحدث في الوظائف نتيجة للتطورات في المجال وتوظيف التقنيات الحديثة في الأعمال المختلفة بالمكتبات، وكذلك تنقل الأفراد بين الوظائف المختلفة.

لتحقيق أهداف التدريب لابد أن يتم التخطيط له، ويشمل المخطط علي الخطوات التالية:-

- أ. تحديد الاحتياجات التدريبية
- ب. التصميم والتخطيط.
- ج. تنفيذ التدريب.
- د. تقييم مخرجات التدريب.

شكل رقم (١) دورة حياة برنامج التدريب



المصدر: أحمد أمين وآخرون

### تحديد الاحتياجات التدريبية:

التعرف إلى الاحتياجات التدريبية يعد من أهم المبادئ التي يقوم عليها التدريب الناجح، ويعتمد تطوير وتصميم البرامج التدريبية الفاعلة التي تؤدي إلى رفع كفاءة العاملين إلى تحديد احتياجات الفئة المستهدفة، أي أن التدريب يبدأ بوجود أفراد يحتاجون اليه، فالحاجة هي التي تبرر قيام العمل التدريبي، ويتوقف على هذه الخطوة بقية

العناصر المكونة لدورة حياة البرنامج التدريبي، وتحقق هذه الخطوة عدة أهداف، تتمثل في:-

١. تقرير نوع التدريب المطلوب، وتحديد الفئة التي تحتاج إليه، لمقابلة مشكلات علمية محددة، أو تطوير أساليب العمل.

٢. تقرير مدة البرنامج المطلوب، وتحديد الأهداف التي يجب أن يحققها، والمهارات المطلوب اكتسابها.

٣. التنبؤ بالاحتياجات المستقبلية.

وتشير الأدبيات إلى وجود نمطين مختلفين لتحديد الاحتياجات التدريبية، هما:-

#### أ. النمط الوصفي Descriptive Needs Assessment

في هذا النمط يقوم الأفراد بتحديد احتياجاتهم التدريبية، وتحديد ما يجب أن يتعلموه لإشباع تلك الحاجات.

#### ب. النمط الفرصي Prescriptive Needs Assessment

في هذا النمط يقوم أفراد آخرون بتحديد احتياجات المتدربين، بالاستعانة ببعض أساليب التقويم لتقصي الحاجات، مثل اختبارات تحديد المستوى، والمناقشات. أساليب التدريب:

##### ١. تعريف الموظفين الجدد بالمكتبة

من الضروري تعريف الموظف الجديد بالمكتبة وسياساتها العامة، وهو الخطوة الأولى في التدريب. وتعريفه بسياسة المكتبة نحو موظفيها والقواعد المتبعة، وظروف العمل، كما يجب تقديمه إلى زملائه في العمل على أن يتم ذلك على مراحل ويكتفي في البداية بتقديمه لمن سيعمل معهم من الموظفين في الوحدة، أو لمن سيكون اتصاله بهم اتصالاً مباشراً. كما يجب أن تنظم له جولة يتفقد فيها المبنى وأقسامه ليتعرف على

التنظيم الداخلي ويألف المكان. أما واجبات الوظيفة فتناقش معه بشئ من التفصيل، وتختلف فترتها تبعاً للوظيفة ودرجة تعقيدها.

يعتمد تدريب الموظف الجديد على خبراته السابقة، فأصحاب المناصب الإشرافية والفنية لا يحتاجون إلى تدريب طويل، بل يكفي إلمامهم بسياسة المكتبة وأهدافها، وتسيير الأمور بصفة عامة، وتتطلب الوظائف الكتابية تدريب محدد حذر. أما الوظائف اليدوية، مثل صف البطاقات وغيرها من المهام التي لا تتطلب أي مهارة فهي تحتاج إلى تعليمات مفصلة.

## ٢. دليل العمل Staff Manual

يعتبر دليل العمل من الوسائل الادارية الناجحة لتدريب الموظفين الجدد، ونشرة تعريفية بمختلف الأنشطة والعمليات التي يقوم بها الموظف. فهي تقوم مقام المدرب للموظف الكتابي، ووسيلة لتحليل النظم للمهنيين، وهناك نوعان من أدلة العمل:

- الدليل الشامل: الذي يتضمن نموذجاً للتنظيم الإداري للمكتبة واللوائح الخاصة بالعاملين، ووصف للسياسة المتبعة في الأنشطة والخدمات المختلفة بالمكتبة.
- الدليل الإرشادي المفصل: هذا النوع يختص بطبيعة الإجراءات في قسم أو وحدة معينة، أو جانب محدد من جوانب المكتبة.

## ٣. التسجيل في بعض المواد الدراسية

تتجه بعض المكتبات للسماح للعاملين بها من مواصلة الدراسة لتنمية معلوماتهم المهنية، ورفع مستوي الأداء في الخدمات التي يقدمونها للمكتبة.

## ٤. نظام إعانة الأفراد The Understudy System of Instructing

ويعرف بالنظام المساعد Helper System يقوم على أساس قيام الموظف الجديد على أداء عمل معين وتنفيذه تحت إشراف الأفراد القدامي، أي التدريب على عمل معين.

**٥. الاجتماعات Staff Meeting**

تتيح الاجتماعات الدورية للعاملين الفرصة لتبادل الآراء ومناقشة القضايا والمشكلات التي تواجههم في أداء المهام المختلفة وتؤثر في المكتبة والخدمات التي تقدمها، وإيجاد الحلول المناسبة لها. كما أنها تخلق الولاء الوظيفي.

**٦. المؤتمرات والحلقات الدراسية Conferences & Seminars**

تعتبر المؤتمرات والحلقات الدراسية من الوسائل المهمة للارتقاء بمستوى الأداء المهني، والوقوف على أحدث التطورات والأفكار في المجال من خلال البحوث التي تقدم والمناقشات التي تتخلل المؤتمرات، وتمتاز الحلقات الدراسية بالتركيز والترابط والعمق في دراسة ومناقشة الموضوعات التي تُطرح.

**٧. البرامج التدريبية**

يجب وضع البرامج التدريبية التي تناسب احتياجات المكتبات، والإعداد الجيد لمحتوى البرنامج.

**الدراسة الميدانية ( واقع تدريب العاملين بمكتبات جامعة دنقلا )**

تضم عمادة المكتبات المكتبة المركزية بالإضافة إلى عشرة مكتبات فرعية تتبع لكليات الجامعة المختلفة.

ولأهمية التدريب للمكتبات لرفع كفاءة الأداء وتحسينه، لتحقيق أهداف المكتبة في تقديم أفضل الخدمات للمستفيدين، اهتمت إدارة مكتبات جامعة دنقلا بالتدريب باتباع الوسائل التالية:-

**تعريف الموظفين الجدد بالمكتبة:**

تتبع مكتبات جامعة دنقلا أسلوب تعريف الموظفين الجدد بقواعد المكتبة وسياسة العمل، وتعريفهم بالتدريج على الأعمال والمهام المختلفة تحت إشراف الموظفين

القداامي، على أن يعمل كل فترة بوظيفة محددة، ولا يتبع هذا الأسلوب بالمكتبات الفرعية التي تتبع الكليات خارج مدينة دنقلا.  
**الدورات التدريبية:**

اهتمت إدارة المكتبات بالدورات التدريبية كوسيلة أساسية لتدريب العاملين بها، حسب الاحتياجات الوظيفية بالمكتبة، دون الاهتمام بالتنظيم لهذه الدورات بوضع جداول زمنية محددة، ونظمت عدد اثنين من الدورات التدريبية لفئة العاملين الغير مهنيين، وذلك بتحديد احتياجات هذه الفئة من المعلومات ليتمكنوا من أداء مهامهم واتباع القواعد في انجازها، ولرفع قدراتهم وكفاياتهم الوظيفية. تضمنت برامج التدريب الأصول العلمية والتطبيقية في الاجراءات الفنية بالمكتبات والتي تمثلت في:-

- الوصف الببليوجرافي لأوعية المعلومات.
- التصنيف.
- إدارة المكتبات.
- التحليل الموضوعي.

وتمثلت برامج الدورات التدريبية لفئة المهنيين في البرامج والأنظمة الحديثة المستخدمة في المكتبات ومراكز المعلومات، لمواكبة التطورات، والتي تضمنت الآتي:-

- نظام الفهرسة المقرؤة آلياً - مارك ٢١ (MARC٢١).
- نظام كوها Koha .
- نظام D-space

كما وفرت إدارة المكتبة دورات تدريبية في مجالات مختلفة للعاملين بها، ممثلة في الدورات التالية:-

السكترارية - التواصل الفعال - إدارة الوقت.

**المؤتمرات والحلقات الدراسية**

تتيح إدارة المكتبات للعاملين بها فرص المشاركة بالمؤتمرات التي تُعقد داخل السودان فقط، للوقوف على الأفكار وأحدث التطورات في المجال من خلال البحوث التي تقدم، وتبادل الخبرات مع العاملين في حقل المكتبات.

وتعتبر الحلقات الدراسية من الأهمية للتركيز والعمق في الموضوعات التي تطرح، لذا اهتمت ادارة مكتبات جامعة دنقلا بعقد الندوات وورش العمل من فترة لأخرى، إذ ليس هناك برامج ثابتة لهذا النوع من أنواع التدريب، والحلقات الدراسية التي عقدتها الإدارة تمثلت في:-

١. المستودعات الرقمية والنظم المفتوحة المصدر (ورشة عمل).
٢. قضايا النشر: التقليدي والالكتروني (ندوة).
٣. أهمية ودور المكتبة في البحث العلمي (محاضرة).
٤. إدارة المكتبات (ورشة عمل).

**الاجتماعات**

تنظم إدارة المكتبات المدروسة اجتماعات بالعاملين بكل مكتبة كلية من كليات الجامعة على حدى للوقوف على المشكلات ومناقشة الاحتياجات، وليس هناك برنامج محدد على فترات معينة لهذه اللقاءات نسبة للبعد الجغرافي لكليات الجامعة.

**التسجيل في بعض المواد الدراسية**

يتم ابتعاث بعض العاملين بالمكتبات لمواصلة الدراسة، إما للدراسة الجامعية أو فوق الجامعية، ضمن برامج التدريب للجامعة، ولا توفر المكتبة فرص الدراسة للعاملين بها.



## النتائج والتوصيات

## أولاً: النتائج

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:-

١. اهتمام إدارة مكتبات جامعة دنقلا بالتدريب بعدد من الطرق تمثلت في الآتي:-
  - أ- تعريف الموظفين الجدد بسياسة المكتبات والاجراءات المختلفة التي تقوم بها المكتبة، واتضح من الدراسة أن هذه الوسيلة لا تتوفر بكل المكتبات وخاصة المكتبات الفرعية التي تتبع لكليات الجامعة المتواجدة خارج مدينة دنقلا.
  - ب- إتاحة برامج الدورات التدريبية حسب احتياجات العمل في موضوعات مختلفة، ومواكبة التطورات التي تحدث في مجال المكتبات والمعلومات.
  - ج- إتاحة الفرص للعاملين لحضور المؤتمرات داخل السودان، وعقد الحلقات الدراسية التي تتناول موضوعات مختلفة في مجال المكتبات.
  - د- الاجتماعات، لتحديد المشكلات التي تواجه المكتبات التي تتبع الجامعة، وهي غير منتظمة، وتتم بكل مكتبة فرعية علي حدي.
٢. لا توجد دراسة تفصيلية لتحديد احتياجات العاملين، من تحليل القوى العاملة وخبرات العمل وأداء العاملين وجودة التدريب وغيرها من العناصر التي تساعد في تحديد احتياجات العاملين، إذ أن نجاح عملية التدريب يتوقف على عدة عوامل من بينها تحديد احتياجات الفئة المستهدفة.
٣. عدم الاهتمام بإصدار دليل العمل بالمكتبة، بالرغم من أهميته كوسيلة إدارية ناجحة لتدريب الموظفين الجدد، والتعريف بمختلف الأنشطة والعمليات التي تتم بالمكتبة، والتعريف باللوائح والخدمات التي تقدمها المكتبة للمستفيدين منها.

٤. البعد الجغرافي لكليات الجامعة وبالتالي المكتبات التي تتبعها أدى إلى عدم انتظام اللقاءات والاجتماعات بالعاملين بها لمناقشة المشكلات التي تواجههم، وتبادل الآراء والأفكار، والاستفادة من الطرق التي اتبعتها المكتبات الفرعية لحل مشكلاتها.

٥. عدم الاهتمام بتقييم مخرجات التدريب.

#### لتطوير أساليب التدريب أوصت الدراسة بالآتي:-

١. تحديد احتياجات القوى العاملة بالمكتبات باعتباره المؤشر الذي يوجه التدريب إلى الاتجاه الصحيح لرفع كفاءة العاملين، وذلك بتوضيح مستوى الأداء والمهارة المرغوب الوصول إليها.
٢. إصدار دليل شامل للمكتبة، يتضمن لوائح المكتبة وسياساتها والإجراءات والعمليات التي تتم بها، والخدمات التي تقدمها للمستفيدين.
٣. الاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بعقد الاجتماعات، والمحاضرات عن بعد لكل العاملين بالمكتبة، لتبادل الآراء وطرح المشكلات والحلول الناجمة لها، نسبة للبعد الجغرافي لمكتبات الجامعة مما يجعل الاجتماعات الشاملة لكل العاملين بمكتبات الجامعة أمراً صعباً، ويعتبر عائقاً لتنظيم اجتماعات دورية.

#### المصادر والمراجع

١. COGBURN, D. L.(١٩٩٨) Globalization, knowledge, education and training in the information age. International Forum on Information and Documentation, vol.٢٣ , n.٤
٢. خليفة، شعبان عبد العزيز، عن بيوت الخبرة في مجال المكتبات و المعلومات، مجلة المكتبات و المعلومات ، ١٩٩٥.
٣. صوفي، عبد اللطيف، المعلومات الالكترونية و أنترنت في المكتبات ، قسنطينة مطبوعات جامعة منتوري قسنطينة، ٢٠٠١م.

٤. قنديلجي، عامر، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، دار اليازوري العلمية، عمان، ١٩٩٩م.
٥. متولي، ناريمان اسماعيل، الاتجاهات الحديثة في تأهيل العاملين في مجال المكتبات والمعلومات. التعليم والتدريب في مجال المكتبات والمعلومات، مج ٤، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، (السلسلة الخامسة؛ ٤)، ٢٠٠٨م.
٦. عباس، هشام عبد الله ، تدريب العاملين من غير المهنيين في المكتبات بالمملكة العربية السعودية، التعليم والتدريب في مجال المكتبات والمعلومات، مج ٤. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، (السلسلة الخامسة؛ ٤)، ٢٠٠٨م.
٧. سالم بن محمد السالم ، تحديد الاحتياجات في التخطيط لبرامج التدريب، التعليم والتدريب في مجال المكتبات والمعلومات، مج ٤. الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية، (السلسلة الخامسة؛ ٤)، ٢٠٠٨م.
٨. السلمي، علي، الأسس النظرية لتخطيط التدريب، المؤتمر العربي الأول للتدريب الإداري، المنظمة العربية للعلوم الإدارية- جامعة الدول العربية، تونس: فبراير، ١٩٧٦م.
٩. العيساب، أحمد، الاحتياجات التدريبية في المملكة العربية السعودية: دراسة استطلاعية ميدانية، مركز البحوث والتنمية الإدارية- جامعة الملك عبد العزيز، جدة.
١٠. الشوبكي، سمير، المعجم الإداري، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، ٢٠١٠م.
١١. الصوصاع، عبود رحيم، احلام فرج ، مراكز المعلومات والتوثيق ونظم معلوماتها، دار زهران، عمان، ٢٠٠٧م.

١٢. حافضي، زهير، تكوين المستفيدين في مجال المعلومات. [٢٠١]. [١٨:٥٦]. معلومات متاحة على:

[http://www.journal.cybrarians.info\\*index.php?option=com\\_content&view=article&id=٥٢١:٢٠١١-٠٨-٢٢-٠٠-٠-٤٣&catid=٢٣٢](http://www.journal.cybrarians.info*index.php?option=com_content&view=article&id=٥٢١:٢٠١١-٠٨-٢٢-٠٠-٠-٤٣&catid=٢٣٢)

١٣. التميمي، عبد الله عبد المؤمن، اتجاهات طلاب كلية المعلومات والإعلام والعلوم الإنسانية بشبكة جامعة عمان للعلوم والتكنولوجيا حول التدريب الإعلامي بالكلية، مجلة شؤون اجتماعية. س٢٨، ٢٠١١م.

١٤. Hanson, Tery & Day, Joan (١٩٩٨). Managing The electronic library, London: Bowker.

١٥. العريني، محسن السيد، التنمية المهنية للعاملين بالمكتبات ومراكز المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ١٩٩١م.

١٦. حمزة، مختار، رسمية علي خليل، السلوك الإداري، دار المجتمع العلمي، جدة.

١٧. عليان، ربحي مصطفى، إدارة التنمية البشرية في المكتبات الإلكترونية: دراسة وثائقية، مجلة جامعة دمشق، مج ٢٠، ع ٣، ٢٠٠٤م.

١٨. أحمد أمين أبو سعدة، مصطفى محمد تهامي، أسامة غريب عبد العاطي، إشراف حسن عواد السريحي، دليل أعلم لاعتماد برامج التدريب في المكتبات والمعلومات، سوهام للنشر والتوزيع، القاهرة، ٢٠١٧م.

١٩. الزبادي، عادل رمضان، تدريب الموارد البشرية، مكتبة عين شمس، القاهرة، ١٩٩٣م.

٢٠. البنهاوي، محمد أمين، إدارة العاملين في المكتبات، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ١٩٩٤م.

٢١. Walter D Scott. Personnel Management: principles, Practices, and point of view. ٥th ed. New York: Mc Graw- Hill Book Company, ١٩٦١.
٢٢. حسن عبد الرحيم، عميد مكتبات جامعة دنقلا، مقابلة شخصية، ٢٠١٨م.

## مبدأ سلطان الإرادة في الفقه الإسلامي والقانون

إعداد:

د. الغزالي محمد محمد الحسن محمد صالح

أستاذ مساعد بجامعة دنقلا - كلية التربية

### Abstract

This Study aims to identify the attitude of the Islamic jurisprudence from the principle of the will domination, that is by studying the opinion of the jurists of juristic denominations and to know the opinion of the civil law to wards the principle of the will domination.

The researcher followed the statistical inductive method in tracing the points of the research.

The study finds out many results, the most highlighted one is: the one which proved by the law in the ٢٠<sup>th</sup> century around the lordship freedom in contracts, agree with the Holy Quran and the

(sunnah). Malik- Ibn Hanbel and Ibn Taimiah, loosen the volition of man in contracts, they gave the volition.

Finally, and according to the results, the researcher suggests some recommendations.

#### مستخلص

هدفت هذه الدراسة لمعرفة مبدأ سلطان الإرادة في الفقه الاسلامي والقانون المدني وذلك بالعكوف على آراء فقهاء المذاهب الفقهية، ومعرفة رأي القانون المدني حول مبدأ سلطان الإرادة، اتبع الباحث المنهج الاستقرائي والمنهج التحليلي في تتبع وتحليل نقاط البحث.

توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أبرزها ما استقر عليه القانون في القرن العشرين حول مدى حرية الإرادة في العقود ومايتفق مع ما قرره القرآن الكريم والسنة المطهرة، وإن المالكية والحنابلة وابن تيمية يطلقون إرادة الإنسان في العقود ويعطون الإرادة سلطة واسعة في ذلك، وأخيراً وعلى ضوء النتائج توصل الباحث إلى بعض التوصيات.

الكلمات المفتاحية: الفقه المقارن، الحرية

## مقدمة:

إن إرادة الإنسان بلا شك تعتبر من أهم مظاهر حريته، ولذلك نجد أثرها الفاعل في إبرام العقود وتحديد آثارها، فالأشخاص لهم الحرية في إبرام عقودهم حسبما يرون وبالقدر الذي يريدون، بشرط عدم الإضرار أو التعدي على حرية الآخرين وحقوقهم (أبو سبحة محمد علين ١٩٩٦م، ص ٣١) فالمتبع لمبدأ سلطان الإرادة يجده يبدأ يتبلور في القرن السابع عشر الميلادي وبلغ أوج مجده في أواخر القرن التاسع عشر، بيد أن المجد الذي وصل إليه بدأ يتراجع نسبة لتغير الأوضاع الاقتصادية والاجتماعية في القرن العشرين بعد ظهور المذهب الاشتراكي الذي يعد من مصالح الجماعة لا الفرد (جعفر محمد علي، ١٤٢٢هـ، ص ٦٩ - ٧٠).

حظي مبدأ سلطان الإرادة بالاعتراف والتقدير من جانب الفقهاء المسلمين، دون فرض على حرية المتعاقدين إلا في حدود ما أوضحه الشارع من محظورات، خلا ذلك فالإرادة لها مطلق الحرية في إبرام ما يحلو لها من التزامات وحقوق (ابن تيمية تقي الدين، ١٩٨٥م، ص ٢٢٩).



### مشكلة البحث:

تتمثل مشكلة البحث في السؤال الآتي: ما المراد بمبدأ سلطان الإرادة في الفقه والقانون، ويتفرع من هذا السؤال عدة تساؤلات فرعية وهي:

١. هل لهذا المبدأ (سلطان الإرادة) مشروعية في الفقه الإسلامي؟
٢. هل هناك اتفاق بين فقهاء المذاهب الفقهية حول حرية الإرادة في إنشاء العقود؟
٣. ما هو موقف القانون من مبدأ سلطان الإرادة؟

### أهمية البحث:

١. تكمن أهمية الموضوع الذي تتصدى له الدراسة في تبيان موقف الفقه الإسلامي والقانون المدني من مبدأ سلطان الإرادة العقدية.
٢. تسهم هذه الدراسة في توفير إطار نظري وتطبيقي عن موقف الفقه الإسلامي والقانون المدني حول مبدأ سلطان الإرادة.
٣. إبراز آراء أنصار مبدأ حرية الإرادة وآراء خصومه.

### منهج البحث:

تعتمد هذه الدراسة في حصولها على المعلومات من المصادر المتمثلة في كتب الفقه الإسلامي وكتب القانون المدني.

### خطة البحث:

قسمت هذه الدراسة إلى أربعة محاور هي:

١. تعريف مبدأ سلطان الإرادة لغةً واصطلاحاً.
٢. مشروعية مبدأ سلطان الإرادة في الفقه الإسلامي.
٣. آراء الفقهاء في مدى حرية الإرادة في إنشاء العقود.
٤. موقف القانون من مبدأ سلطان الإرادة.

### أ- تعريف مبدأ سلطان الإرادة:

سلطان الإرادة مركب إضافي، فإذا أردنا تعريف العبارة، لابد من تعريف

جزئها كل على حدة (مذكور محمد سلام، ١٩٦٢م، ص ٦٦٠)

١. سلطان: من باب (سلط) على وزن (فعلان) والجمع سلاطين، ومعنى السلطان:

الحجة والبرهان والتسلط وقدرة الملك، والسلطان اسم، وسمى سلطان لأنه حجة

الله في الأرض قال تعالى: (وَلَقَدْ أَرْسَلْنَا مُوسَىٰ بِآيَاتِنَا وَسُلْطَانٍ مُّبِينٍ) (سورة هود، الآية ٩٦) أي: حجة وبرهان على صدق رسالته. وسمى الأمراء سلاطين لأنهم الذين تقام بهم الحجة والحقوق. والسلطنة: القدرة على الملك، وقدرة من جعل ذلك له، وسلطان كل شيء شدته وحدته وسطوته، كقولك: جعلني له سلطاناً على أخذ حقي من فلان (الرازي محمد أبي بكر، د.ت، ص ٣٠٩). فالسلطان لا يخرج من معنى القوة والتمسك بتنفيذ أحكام الله على وجه الالتزام ويشهد بذلك القرآن الكريم في قوله تعالى: (فَلَا وَرَبِّكَ لَا يُؤْمِنُونَ حَتَّىٰ يُحَكِّمُوكَ فِيمَا شَجَرَ بَيْنَهُمْ ثُمَّ لَا يَجِدُوا فِي أَنفُسِهِمْ حَرَجًا مِّمَّا قَضَيْتَ وَيُسَلِّمُوا تَسْلِيمًا) (سورة النساء، الآية ٦٥)

٢. الإرادة: من أراد الشيء أرادته، أي شاءه، وأراد الشيء أي أحبه وعنى به، والاسم الريد من الإرادة وهي المشيئة والقدرة على تقدير الشيء وعزم المرء على تنفيذ الفعل أو الامتناع عنه (ابن منظور، ١٤٢١هـ، ص ١٩١). جاء في التعريفات: (إن الإرادة صفة توجب للحي مالا يقع منه الفعل على وجهه، وفي الحقيقة هي مالا يتعلق دائماً بالمعدوم، فإنها صفة لحصول أمر وجوده) (الرجاني علي، ١٩٧١م، ص ٧). قال تعالى: (إِنَّمَا أَمْرُهُ إِذَا أَرَادَ شَيْئًا أَنْ يَقُولَ لَهُ كُنْ فَيَكُونُ) (سورة يس، الآية ٨٢) فالإرادة تتبع كربة، ثم عزم، ثم تصميم على فعل أو ترك،

ويدل على ذلك قوله تعالى: (وَلَوْ أَرَادُوا الْخُرُوجَ لَأَعَدُّوا لَهُ عُدَّةً وَلَكِنْ كَرِهَ اللَّهُ انبِعَاثَهُمْ

فَتَبَطَّهْمُ وَقِيلَ لَهُمْ اقْعُدُوا مَعَ الْقَاعِدِينَ) (سورة التوبة، الآية ٤٦). مما سبق أخلص إلى أن

المقصود بعبارة سلطان الإرادة لغة، قدرة الشخص وتصميمه على تنفيذ أمر أو

ترك وسلطان الإرادة العقدية، تعني قدرة إرادة الشخص على إنشاء وإبرام العقود.

#### ب- تعريف مبدأ سلطان الإرادة فقهاً:

الإسلام حريص على رعاية الفرد، فما دام الإنسان بالخيار في عبادة الله

خالق البشر بين توحيده بالربوبية وعدم ذلك، فليس بمستغرب أن يكون بالخيار

في تحقيق إرادته، ولذلك جعل الله حرية الإنسان أساس عبادته حيث قال تعالى:

(لا إكراه في الدين قد تبين الرشد من الغي) (سورة البقرة، الآية ٢٥٦) هذا

الأصل الكلي المطلق قد فصله القرآن في أكثر من موضع وعلى سبيل المثال

لا الحصر، قال تعالى: (وَلَوْ شَاءَ رَبُّكَ لَآمَنَ مَن فِي الْأَرْضِ كُلُّهُم جَمِيعًا أَفَأَنْتَ تُكْرِهُ

النَّاسَ حَتَّىٰ يَكُونُوا مُؤْمِنِينَ) (سورة يونس، الآية ٩٩)، وقال تعالى: (وما أنت

عليهم بجبار) (سورة ق، الآية ٤٥) ففي هاتين الآيتين انتقاء صريح لما يمس

الإرادة من قهر، ونهي واضح عن إجبارها بالقوة. ولعل الباحث في كتب الفقه

القديمة لا يعثر على تعريف لمبدأ سلطان الإرادة، ولكن الذين كتبوا عن الشريعة الإسلامية من العلماء المعاصرين، حاولوا تعريف هذا المبدأ منهم الشيخ الضرير فقد قال: (يراد بسلطان الإرادة قدرة المتعاقدين على إنشاء ما يترضيان عليه من العقود، وعلى تحديد الآثار حسبما يريدان عن طريق الشروط التي تقيد الآثار الموضوعية للعقد) (الضرير صديق، ١٩٦٧م، ص ٢١) حيث اشتمل هذا التعريف على من له حق إنشاء العقود وتحديد آثارها، كما تضمن الرضا والذي يعتبر أساس العقود في الفقه الإسلامي وبالتالي أساس لمبدأ سلطان الإرادة. قال صاحب المدخل للفقه الإسلامي: (نجد الفقه الإسلامي في الشروط العقدية أو بالنسبة لمبدأ سلطان الإرادة بين مدرستين، مدرسة الظاهرية الذين لا يبيحون عقداً ولا شرطاً إلا إذا جاء به النص، وابن تيمية الذي يقول الأصل في الشروط والعقود الإباحة إلا إذا جاء نص بالحظر) (مذكور محمد، ١٩٦٢م، ص ٦٦٠) حيث اعتبر الشروط المقترنة بالعقد هي مبدأ سلطان الإرادة، لأن الشروط شق واحد من المبدأ، أما الشق الثاني والذي يتعلق في الأصل بالعقود الإباحة أم الحظر لم يشملها هذا التعريف، لذلك يجد الباحث أن تعريف العلامة الضرير كان الأشمل والأدق.

## ت- تعريف مبدأ سلطان الإرادة قانوناً:

يقصد بمبدأ سلطان الإرادة أمران، الأمر الأول: أن الإرادة تكفي وحدها لإنشاء العقد أو العمل القانوني بوجه عام. الأمر الثاني: أن الإرادة حرة في تعيين الآثار التي تترتب على العقد (مرقس سليمان، د.ت، ص ٦٣) يتفرع على القول الأول حرية الشخص في أن يتعاقد، فيلزم مما يبرم من عقود أو أن يتمتع عن إبرام عقد معين، ويتفرع عليه أيضاً حرية الأشخاص في المساومة على شروط التعاقد والإضافة، ويتفرع على الأمر الثاني أن الطرفين يكون لهما حرية ترتيب الآثار القانونية التي تترتب على تعاقدتهما. يذهب فريق آخر من فقهاء القانون إلى أن المقصود لمبدأ سلطان الإرادة أن الإرادة وحدها هي صاحبة السلطان الأكبر في إنشاء التصرفات القانونية وفي تحديد آثارها غير متقيدة في ذلك بأنواع العقود التي نظمها المشرع في القانون المدني والتي يطلق عليها العقود المسماة. (السنهوري، ١٩٥٢م، ص ١٤١) كما يكون للإرادة الحرية في تحديد آثار التصرف غير مقيدة بالآثار التي يربتها المشرع على نوع معين من التصرفات، وإنما يكون لها الحرية في تضيق هذه الآثار أو توسيعها أو حذفها،

كما يكون للإرادة الحرية في تعديل هذه الآثار بعد قيامها، وكذلك في إنهاء التصرفات بعد وجودها (عدوى جلال، ١٩٩٧م، ص ١٦٣) ويذهب فريق آخر من فقهاء القانون إلى أن مبدأ سلطان الإرادة يعني: أن الإرادة وحدها كافية لإنشاء التصرفات دونما حاجة إلى ورود صورة معينة يعبر بها عن هذه الإرادة (فرج عبد الرازق، ١٩٩٤م) يستنتج من ذلك أن لهذا المبدأ شقين: الأول يتعلق بالرضائية. والثاني قدرة الإرادة على تحديد ما يترتب على إنشاء التصرف (مرقس، سليمان، د.ت، ص ٦٣).

#### تعريف مبدأ سلطان الإرادة في القانون السوداني:

لم يفرد قانون المعاملات المدنية السوداني لسنة ١٩٨٤م تعريفاً مانعاً جامعاً لمبدأ سلطان الإرادة، ولكن من خلال النصوص المتعلقة بحرية الإرادة في إنشاء الالتزام يستطيع الباحث أن يعرف المراد بهذا المبدأ - بمبدأ سلطان الإرادة معنيان الأول: ان الإرادة هي التي تنشئ التصرف القانوني وتحدد آثاره، الثاني: أن كل التزام قام على الرضا فإنه يعتبر محققاً للعدالة، جاء في نص المادة (١١٣) (العقد شريعة المتعاقدين فلا يجوز نقضه ولا تعديله إلا باتفاق الطرفين أو للأسباب التي يقررها القانون) (قانون المعاملات المدنية السوداني

لسنة ١٩٨٤م) بناءً على ذلك يراد بمبدأ سلطان الإرادة قدرة الإرادة على إنشاء التصرفات وتحديد ما يترتب عليها من آثار مع مراعاة ما يفرضه القانون من شروط (عمر محمد الشيخ، د.ت، ص ٢٨)

### مشروعية مبدأ سلطان الإرادة في الفقه الإسلامي:

مبدأ سلطان الإرادة أو الحرية التعاقدية من المبادئ الأساسية في الفقه الإسلامي، وإن جذور هذا المبدأ ثابتة منذ فجر الدعوة الإسلامية، يكشف عن ذلك جملة من النصوص منها قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ) (سورة النساء، الآية ٢٩) فالتراضي هو الأصل الذي أنشأ العلاقات التعاقدية لأنه معتبر شرعاً في التصرفات.

### آراء الفقهاء في مبدأ حرية الإرادة في إنشاء العقود:

اختلف الفقهاء في مدى حرية الإنسان في إنشاء العقود، ذلك لأن الشارع قد نص على بعض العقود وجعلها أسباباً مقضية لآثارها، فهل يعتبر هذا التخصيص مانعاً من إنشاء غيرها؟ كما أن آثار العقود عينها الشارع وحددها بالنسبة لكل عقد فهل يملك المتعاقد تعديل هذه الآثار لمصلحة هذا العاقد أو ذاك؟ هذا هو جواهر اختلاف الفقهاء في هذا الباب، منهم المقيدون الذين



يشترطون النص الصريح على إباحة العقد، ومنهم الموسعون الذين لا يشترطون النص الصريح على الإباحة بل اكتفوا بعدم وجود النص على تحريم العقد ليقولوا بالجواز ومنهم المتوسطون الذين هم بين هؤلاء وأولئك (ابن حزم، ١٩٨٣) (ابن قدامة، ١٩٨٤)

#### أ - رأي المضيقين:

وهؤلاء يقيدون إرادة الإنسان ويضيفون عليها في باب العقود، لأن الأصل عندهم تحريم كل عقداً أو شرط إلا ما ورد الشارع بإجازته، وهم فقهاء المذهب الظاهري، الذين لم يصححوا عقداً ولا شرطاً إلا ما ثبت جوازه بنص أو إجماع وإذا لم يثبت أبطلوه (ابن حزم، ١٩٨٣م) فإرادة الإنسان على هذا الرأي لا تنشئ من العقود إلا ما نص الشارع على إباحته، أما ما وراء ذلك فهي لا تملك إنشاء وإن فعلته كان باطلاً واستدل أهل الظاهر على رأيهم بجملة أدلة منها:

١. استدلوا من القرآن بقوله تعالى: (الَّذِي لَهُ مُلْكُ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ ۖ وَاللَّهُ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ

شَهِيدٌ) (سورة البروج، الآية ٩) ووجه الاستدلال هو أن الآية بينت أن كل

شيء ملك لله تعالى ولا يحق التصرف فيه إلا بأمره، أي: أن الشريعة لم تترك

الناس على أهوائهم منعاً للجدل المؤدي للنزاع فكل عقد لم يعتمد على دليل يعتبر تعدياً على حقوق الله.

٢. دلت السنة على المنع من إنشاء أي عقد أو شرط لم يرد الشارع بجوازه، ومن ذلك قوله صلى الله عليه وسلم: (من عمل عملاً ليس عليه أمرنا فهو رد) (البخاري، ١٩٨٧م) وعليه من عقد عقداً أو شرط شرطاً لم يرد به نص يكون خارجاً على أمر الشرع فيكون باطلاً، وبهذا قرر صاحب المذهب الظاهري (بطلان كل عقد عقده الإنسان والتزمه إلا ما صح أن يكون عقداً جاء النص أو الإجماع بإلزامه باسمه أبحاثه بعينه) (ابن حزم، ١٩٨٣م، ص ٥٩٩). وفي الحديث قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: (ما بال أناس يشترطون شروطاً ليست في كتاب الله من اشترط شرطاً ليس في كتاب الله فهو باطل وإن كان مائة شرط) (البخاري، ١٩٨٧م، ص ١٨٦). مما سبق يتضح أن أصحاب الظاهر أكثر تشدداً في إطلاق العنان لمبدأ الحرية التعاقدية أو مبدأ سلطان الإرادة.

## ب- رأي الموسعين:

وأصحاب هذا الرأي هم المالكية (ابن رشد، ١٩٨٧م، ص ١٧٦) والحنابلة (ابن قدامة، ١٩٨٤م، ص ١٨٦) وعلى رأسهم ابن تيمية (ابن تيمية، ١٩٨٥م، ص ١٨٧) وهؤلاء يطلقون إرادة الإنسان في العقود والشروط ويعطون الإرادة حرية واسعة في هذه الباب ولا يضيقون ولا يقيدون كما فعل أهل الظاهر ذلك لأن الأصل عند الموسعين في العقود والشروط الصحة والجواز، فلا يحرم منها ولا يبطل إلا ما دل على تحريمه وإبطاله نص من الكتاب أو السنة أو الإجماع أو القياس (ابن تيمية، ١٩٨٥م، ص ١٩٣) فهؤلاء يختلفون مع أصحاب الاتجاه الأول اختلافاً بيناً، فلا يشترطون النص والإباحة، وإنما يشترطون فقط أن يوجد نص بتحريم هذا العقد أو الشرط، فإن لم يوجد مثل هذا النص المحرم كان للإنسان مطلق الحرية في إنشاء ما يريد، واستدل أهل هذا الرأي بجملة أدلة منها:

١. قوله تعالى: (يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ) (سورة المائدة، الآية ١) وقوله

تعالى: (وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ) (سورة النحل، الآية ٩١) فقد أمر الله

بالوفاء بالعقود وهذا عام وكذلك بالوفاء بعهد الله، وقد دخل في ذلك كل ما

عقده المرء على نفسه وإن لم يكن الله قد أمر بنفس ذلك المعقود عليه قبل

العهد كالنذر والبيع وإنما أمر بالوفاء به.

٢. إن السنة نهت عن الغدر وعدم الوفاء بالعهد ومن ذلك قوله صلي الله

عليه وسلم: (أربع من كن فيه كان منافقاً خالصاً ومن كانت فيه خصلة

منهن كانت فيه خصلة من النفاق حتى يدعها: إذا أؤتمن خان، وإذا حدث

كذب، وإذا عاهد غدر، وإذا خاصم فجر) (البخاري، ١٩٨٧م، ص ٢١١٤)

ت - رأي المتوسطين:

وهؤلاء يتوسطون بين الرأي الأول والثاني، فلا يشترطون لإباحة

العقود والشروط وجود نص خاص بالإباحة، كما اشترط أصحاب الرأي

الأول ولا يجعلون الأصل في العقود والشروط الإباحة، كما ذهب أصحاب

الرأي الثاني، بل يميلون إلى أن الأصل فيها التحريم، واستثنوا بعضها

ولكنهم توسعوا في الاستثناء (ابن قدامة، ١٩٨٤م، ص ٩٤).

### مبدأ سلطان الإرادة في القانون:

يعتبر مبدأ سلطان الإرادة من الأهمية بمكان في علم القانون، إذ تبنى

عليه النظريات وتوضع له الأحكام والقواعد في مجال العقود والمعاملات، ولقد

مر بأدوار مختلفة تضاق حيناً وتتسع حيناً آخر ولم يكن نطاقه يستقر إلى الآن

تبعاً لاختلاف النظم القانونية والعوامل الاقتصادية والسياسية، ويذهب فقهاء

القانون في مبدأ سلطان الإرادة إلى ثلاثة آراء وهي:

### أولاً: رأي أنصار مبدأ الحرية لسلطان الإرادة

يذهب أصحاب هذه الرأي إلى أن الإرادة لها سلطان أكبر في تكوين العقد

وما يترتب عليه من آثار، وعندهم أن النظام الاجتماعي يركز على الفرد، وهو

أن الفرد الغاية في ذلك، وأن لا يستكمل شخصيته إلا بالحرية، بل إن مظهر

هذه الشخصية تتمثل في الإرادة الحرة المستقلة، ولما كان الفرد يعيش في

المجتمع، ولما كانت الغاية الأولى هي احترام حريته وإرادته كان من الواجب أن

تكون روابطه بغيره من أفراد المجتمع أساساً للإرادة الحرة، فلا يخضع لواجبات

إلا إذا ارتضاها لنفسه، فالإرادة الحرة إذن هي مبدأ القانون، فحرية الفرد لا بد فيها من التماسي مع حريات الآخرين، وهذا التوازن بين حرية الفرد والآخرين منوط بالمشروع أن يعني به وينظمه (السنهوري، ١٩٨٧م، ص ٢٧) ويذهب هذا المبدأ إلى المقالات في دائرة هذه المبدأ بالقول بأن الإرادة ليست حرة في تكوين العقد وتحديد آثاره فحسب، وإنما هي الأساس لنشوء الالتزامات، وقالوا إن سلطان الإرادة لا يقتصر على توكيد الالتزامات وحدها بل يمتد ليولد كل الحقوق الأخرى، فحق الملكية قائم على حرية الإرادة وسلطانها وكذلك طرق اكتسابها، وقد وصل أنصار هذا المبدأ إلى حد المغالاة حينما أعلنوا أن طرق التنفيذ الجبرية تركز على الإرادة، لأن المدين حين التزامه بالدين يكون عالماً مسبقاً بأنه سيجبر على الوفاء بذلك الالتزام (الجبروري يسين، ٢٠٠٠م، ص ٩٦ - ٩٧)

#### ثانياً: آراء خصوم مبدأ سلطان الإرادة

إذا ما أرجعنا انتصار مبدأ سلطان الإرادة إلى عوامل اقتصادية وهي العوامل التي أدت إلى انتشار الروح الفردية في القرن الثامن عشر والتاسع عشر، فهذه العوامل ذاتها بعد أن أحدثت تطورات اقتصادية واجتماعية في القرن العشرين أخذت تتكشم لتفتح المجال أمام عوامل أخرى، فقد قامت شركات

ضخمة وظهرت طبقة عريضة من العمالة، عندما ظهر الإخلال في التوازن الاقتصادي مما أدى إلى تنظيم نقابات العمال لإعادة التوازن، وظهرت المذاهب الاشتراكية المضادة للمذهب الفردي، والتي ترجح مصلحة المجتمع على مصلحة الفرد، فقد غالب أصحاب هذا المبدأ (الخصوم) مبدأ سلطان الإرادة الأمر الذي وصل بهم إلى نفي المذهب إطلاقاً من دائرة العقد فذهبوا إلى أن الالتزامات الناشئة عن العقد لا تستند إلى إرادة العاقد المجردة، بل تركز إلى اعتبارات اجتماعية، كما أن العقد الذي يبدو أن قوامه توافق إرادتين كثيراً ما لا تتوفر فيه حرية الطرفين، إذ يكون أحدهما أقوى من الآخر فيملّي عليه إرادته كما في العقود التي يملّيها رب العمل على العامل، وفي عقود الإذعان التي تمليها شركات الاحتكار على المتعاقدين معها (الجبروري، ٢٠٠٠م، ص ٩٧- ٩٨) فالعقد عند خصوم مبدأ سلطان الإرادة ما هو إلا نظام يراد به تحقيق التضامن الاجتماعي، وليس المراد به الاستسلام لمبدأ سلطان الإرادة (مرقس، د.ت، ص ٥٣)

### ثالثاً: آراء المعتدلين

عند عرض الباحث لرأي المغالين لمبدأ سلطان الإرادة رأي أن هذا المبدأ (المغالين) أخذ مطلقاً في كل نواحي القانون، وهذه المغالاة كانت سبباً في رد الفعل الذي قام به خصوم مبدأ سلطان الإرادة، ولكن المعتدلين يرون الأخذ بمبدأ سلطان الإرادة كمبدأ عام ولكن في حدود معينة.

### النتائج والتوصيات:

توصلت هذه الدراسة لجملة من النتائج والتوصيات يمكن ابرازها علي الوجه التالي:

#### أولاً: النتائج:

١. إن ما استقر عليه القانون في القرن العشرين حول مدى حرية الإرادة في العقود يتفق مع ما قرره القرآن الكريم والسنة المطهرة.
٢. إن المالكية والحنابلة وابن تيمية يطلقون إرادة الإنسان في العقود، ويعطون الإرادة سلطة واسعة بخلاف أهل الظاهر الذي يضيفون على ذلك.
٣. إن رأي أنصار مبدأ سلطان الإرادة يركز على أن الإرادة لها سلطان في تكوين العقد وتحديد آثاره.



٤. إن رأي خصوم مبدأ سلطان الإرادة يركز على نفس حرية إرادة المتعاقدين

من دائرة العقود، لظهور المذاهب الاشتراكية المناهضة للمذهب الفردي.

٥. نجد إن المعتدلين من مبدأ سلطان الإرادة يعترفون بإرادة حرية التعاقد إلا

أنهم يقيدونها في حدود مع ما يتفق مع العدالة وتحقيق التوازن الاقتصادي

والاجتماعي للمصلحة العامة.

#### ثانياً: التوصيات:

١. ضرورة وضع مذكرة تفسيرية مصاحبة لقانون المعاملات المدنية

السوداني لسنة ١٩٨٤م تبين ما المراد ببعض المصطلحات، منها مبدأ

سلطان الإرادة.

٢. إحاطة دارس القانون بتاريخ مبدأ سلطان الإرادة ومراحل تطوره ومدارسه.

#### المصادر والمراجع:

١. ابن تيمية، تقى الدين أحمد بن عبد الحليم، الفتاوى الكبرى، الدار العلمية

بيروت، ١٩٨٠م.

٢. ابن حزم، محمد بن حزم الظاهري، الإحكام في أصول الأحكام، ط٢، دار الأوقاف، بيروت، ١٩٨٣م.
٣. ابن رشد، محمد بن رشد الأندلسي، بداية المجتهد ونهاية المقتصد، بيروت، ١٩٨٧م.
٤. ابن قدامة، موفق الدين، المغني على الشرح الكبير، دار الفكر بيروت، ١٩٨٤م.
٥. ابن منظور، محمد بن مكرم، لسان العرب، دار إحياء التراث العربي، بيروت، ١٤٢١هـ.
٦. البخاري، محمد بن إسماعيل، صحيح البخاري، تحقيق مصطفى ديب البغا، ط٣، دار ابن كثير، بيروت، ١٩٨٣م.
٧. الجبوري، يسين محمد، المبسوط في شرح القانون المدني، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، ٢٠٠٠م.
٨. الجرجاني، أبو الحسن علي بن محمد، التعريفات، الدار التونسية للنشر، تونس، ١٩٧١م.

٩. الرازي، محمد بن أبي بكر، مختار الصحاح، دار الحديث، بيروت، د.ت.

١٠. الضرير، الصديق محمد الأمين، الغرر وأثره في العقود، دار الجيل، بيروت، ١٩٦٧م.

١١. السنهوري، عبد الرزاق، الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، دار النشر بالجامعات المصرية، القاهرة، ١٩٥٢م.

١٢. العدوي جلال علي، المدخل لدراسة القانون، منشأة المعارف، الإسكندرية، ١٩٩٧م.

١٣. حسن فرج عبد الرزاق، النظرية العامة للالتزام، الكتاب الأول، مصادر الالتزام، د.ت، ١٩٩٤م.

١٤. محمد علي بابكر أبو سبحة، سلطان الإرادة العقدية في الفقه الإسلامي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الخرطوم، ١٩٩٦م.

١٥. محمد علي جعفر، نشأة القوانين وتطورها، دار النهضة، بيروت، ١٩٨٠م.

١٦. مدكور، محمد سلام، المدخل الفقهي الإسلامي، دار النهضة، بيروت،

ط٢، ١٩٦٢م.

١٧. مرقس، سليمان، الوافي في شرح القانون المدني الجديد، ط١، د.ت.

١٨. محمد الشيخ عمر، العقد الإرادة المنفردة، المصادر الإرادية، مطابع

سجل العرب، د.ت.

١٩. قانون المعاملات المدنية السوداني لسنة ١٩٨٤م.

## المسؤولية المجتمعية وسبل تفعيلها لدى أعضاء هيئة التدريس بجامعة الدنج - السودان

إعداد: د. مجذوب أحمد محمد أحمد قمر & د. موسى مكي حامد أبكر & د. عبد القادر آدم حسن مكي

أستاذ مشارك جامعة دنقلا      أستاذ مساعد جامعة الدنج      أستاذ مساعد جامعة دنقلا

### Abstract

This study aimed at identifying the social responsibility and modes of revitalization among staff members at Dalanj University as well as the effect of some variables (gender, qualification, functional rank, and experience). The sample consisted of (٨٤) staff members, taken from the total population of the study and the sample selected by stratified random sampling with (٢٥%). The method used in this study was the descriptive method. In attaining this aim, the researchers used social responsibility criterion, the researchers used multi methods in statistical processing such as the (T-test) for the two correlated groups, Pearson's correlation coefficient, validity (Alpha **Cornblance**), and variant analysis (ANOVA). The study indicated that the social responsibility of staff members at Dalanj university was immensely great according to the statistical analysis, also the study didn't find statistical inference of the tool entirely in social responsibility and the modes of revitalization among the staff members at Dalanj university ascribed to variables ( gender, qualification, functional rank, years of experience), furthermore,

the study found out inferences in social responsibility in favour of the student and master holders, and finally the study came out with a number of inferences and recommendations.

### مستخلص

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن المسؤولية المجتمعية وسبل تفعيلها لدى أعضاء هيئة التدريس بجامعة الدلنج، بالإضافة إلى تأثير بعض المتغيرات (الجنس، المؤهل العلمي، الدرجة الوظيفية، سنوات الخبرة) تكونت عينة الدراسة من (٨٤) عضواً من أعضاء الهيئة التدريسية، من مجتمع الدراسة الكلي (٢١١)، تم اختيارها عن طريق العينة العشوائية الطبقية بنسبة (٢٥%)، المنهج المستخدم في هذه الدراسة هو المنهج الوصفي. لتحقيق هذا الهدف استخدم الباحثون مقياس المسؤولية الاجتماعية، استخدم الباحثون طرق متعددة في المعالجات الإحصائية تمثلت في اختبار (ت) للمجموعتين المرتبطتين ومعامل ارتباط (بيرسون)، ومعامل ثبات (الفا كرونباخ)، وتحليل التباين. أشارت الدراسة إلى أن المسؤولية المجتمعية لدى أعضاء الهيئة التدريسية بجامعة الدلنج جاءت بدرجة كبيرة حسب التحليل الإحصائي، كذلك لم تجد الدراسة فروق ذات دلالة إحصائية على الأداة ككل في المسؤولية المجتمعية وسبل تفعيلها لدى أعضاء هيئة التدريس بجامعة الدلنج تعزى لمتغيرات (الجنس، المؤهل العلمي، الدرجة الوظيفية، سنوات الخبرة)، كذلك وجدت الدراسة فروق في المسؤولية الاجتماعية اتجاه الطالب ولصالح حملت الماجستير، وأخيراً قد خرجت الدراسة بمجموعة من الاستنتاجات والتوصيات.

## المقدمة والخلفية النظرية:

فرض هذا العصر على جميع المنظمات بما فيها الجامعات تغيير ممارستها، وإعادة التفكير في نشاطها بما يحقق ربطها بمشاريع التنمية وإعادة النظر في معايير الكفاءة الداخلية لها بغية تحقيق أعلى درجات المواءمة، والقيام بالمسؤولية الاجتماعية.

تُعد الجامعات في طليعة المؤسسات العلمية، وتشكل أكبر محضن للإعداد والبحث والتجديد، بإضافة إلى دورها الرائد في تعزيز مشاركة المجتمع في كافة مجالات التنمية المستدامة، ولا تستطيع الجامعة أن تقدم تعليماً متميزاً ما لم تتبع سياسة التحسين والتطوير لكوادرها والعاملين فيها في المجالات المختلفة، مما ينعكس على تحسين نوعية التعليم المقدم للطلبة، ويوفر لهم بيئة تعليمية مبدعة، كما أن رسالة الجامعة التي يتفق عليها معظم الباحثين وخبراء التربية تتحدد وفق أركان ثلاثة مرتبطة وهي التدريس والبحث العلمي، وخدمة المجتمع (شلدان، صايمه، ٢٠١٤: ١٥٢).

إذا كانت الجامعة هي المصدر الرئيس لتكوين الكوادر البشرية وتنمية المجتمع فإن عضو هيئة التدريس هو الأساس في ذلك، وهو أيضاً من أهم ركائز الجامعة، مع أن الجامعة كمفهوم وتنظيم تُعد مؤسسة فعالة في بناء الشخصية المعاصرة، إلا أن قدرتها على ذلك تعتمد على واقع العلاقة التربوية بين عضو هيئة التدريس والطالب وما يتخللها من آليات النمذجة والتمثيل والتأثير، وهذه جميعها تتضافر لكي تمكن الطالب من تنويع القيم الجديدة وأن يدمج نفسه مع النظام الاجتماعي الجامعي الجديد (الحري، ٢٠١٥: ١٣٢).

إن المؤسسات التربوية بما في مقدمتها الجامعات هي التي تؤسسها المجتمعات؛ لتسهم في تربية أبنائها، وهي حاملة رسالتها، وحامية مجتمعتها، وصانعة أجيالها، والأمانة عليهم، إذ يقع عليها العبء الأكبر في تربية أفرادها وتنمية شخصياتهم، وتأهيلهم علمياً وعملياً واجتماعياً؛ ليتخرجوا منها مؤهلين على الإسهام في حركة التنمية المجتمعية، ودفع عجلة النهوض المجتمعي (كيتا، ٢٠١٦: ٢٠٧).

يرى العبيد (٢٠١٦: ٤٨٩) إن المسؤولية الاجتماعية للجامعات تُعدّ أهم مراحل استكمال وظائف الجامعة وأدوارها؛ لأنها تغطي وظيفة خدمة المجتمع لدى الجامعة، وما يصاحبها من تطورات وظيفية عبر المتغيرات المتسارعة في المجتمع، وهي أيضاً إحدى أهم أبعاد الجامعة لتحقيق أهداف سياسة التعليم، لذا فقد أصبح منوطاً بالجامعات في الوقت الراهن تنفيذ الأنشطة والبرامج التعليمية التي تسهم في تحقيقها للمسؤولية الاجتماعية وإعداد طلابها وأعضائها للمشاركة في الحياة العامة تحقيقاً للمسؤولية الاجتماعية وغرس مفاهيم التضحية والمسؤولية نحو المجتمع، وهذا الأمر يتطلب وجود آلية للجامعة واضحة المعالم، تساعد في تعمق مفهوم المسؤولية الاجتماعية لديها ولدى منسوبيها وفق الإطار الاجتماعي، لتجعل منها نسيجاً واحداً، للحد من المشكلات التي تعيق تنمية المجتمع.

إن تحمل المسؤولية الاجتماعية من الصفات التي يجب أن يتحلى بها كل فرد من المجتمع الذي يريد أن ينهض لأن نهوضه متوقف على نهوضه أفراداً، فإن استطاع كل فرد أن يتحمل المسؤولية ارتقى المجتمع وتساند، أما إذا كان أفراد غير قادرين على



تحمل المسؤولية فقد أدى هذا إلى تكوين مجتمع اتكالي يعزو مسؤولياته إلى غيره من المجتمعات، وهذا يؤدي بدوره إلى حدوث اضطرابات شخصية وضغوط نفسية في المجتمع، وتهاون الأفراد في مسؤولياتهم وعدم إدراكهم للواجبات الاجتماعية في المجتمع من شأنه أن يؤدي إلى تمزق العلاقات والصلات، وأن مظاهر الاضطرابات التي ندركها إنما ترجع إلى ضعف المسؤولية الاجتماعية والتي تتضح في ضعف المسؤولية الاجتماعية وقلة الأدوار وانتشار المشاركة السلبية في الأعمال، لذلك فإن دراسة المسؤولية الاجتماعية ضرورية (عثمان، ١٩٩٦: ٨).

تمثل المسؤولية الاجتماعية موضوعاً مهماً في المجتمعات الإنسانية عامة ويزداد اهتمام هذه المجتمعات بالمسؤولية كلما كانت على درجة متقدمة في التنظيم الاجتماعي الذي يتطلب تشريعات وإحكام خاصة لضبط ألوان النشاط الإنساني فيه أكانت هذه النشاطات اجتماعية أم دينية أم أخلاقية أم اقتصادية أم مهنية أم تجارية، أم غير ذلك في نشاط يرتبط بالفعل الإنساني داخل المجتمع، كما أن صحة الضمير الاجتماعي وإحساس أفراد المجتمع بمسؤوليتهم نحو أنفسهم ومجتمعهم والنظام من حولهم بصورة عامة هو ركن مهم وأساس في الحياة (الحارثي، ١٩٩٥: ٧٤).

ولا شك أن المسؤولية المجتمعية لدى أعضاء هيئة التدريس كبيرة في ظل التغيرات الديناميكية والحياتية المستمرة، بحيث أنهم مطالبون بتحمل المسؤولية الاجتماعية تجاه مجتمعهم في الحرص على مقدراته، والدفاع عن حرماته، والتفاعل مع

مشكلاته، وعدم التقوقع داخل أسوار الجامعة، والاكتفاء بالتدريس (شلدان وصائمة، ٢٠١٤: ١٥٢).

هناك العديد من الدراسات السابقة التي تناولت موضوع المسؤولية الاجتماعية في علاقتها ببعض المتغيرات لدى شرائح مختلفة من المجتمع؛ وعلى صعيد البيئة العربية نجد دراسة شلدان وصائمة (٢٠١٤) التي هدفت إلى التعرف على المسؤولية الاجتماعية لدى أعضاء هيئة التدريس في الجامعة الإسلامية وسبل تفعيلها، على عينة مكونة من (١٣٥) من أعضاء هيئة التدريس، وقد توصلت الدراسة إلى أن المسؤولية الاجتماعية لدى أعضاء هيئة التدريس في الجامعة بلغت (٧٩.٥٨) بدرجة كبيرة. لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية تُعزى لمتغير الجنس والسن. وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير الكلية ولصالح الكلية الشرعية.

دراسة هلالو (٢٠١٣) بعنوان دور الجامعات الفلسطينية في خدمة المجتمع المحلي في ضوء مسؤوليتها الاجتماعية، على عينة مكونة من (١٥٨) عضو هيئة التدريس، وتوصلت إلى أن دور الجامعة في خدمة المجتمع في ضوء مسؤوليتها الاجتماعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس لا يرتقي لمعدل أكثر من (٦٠%) وهي درجة متوسطة، عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغيرات (الجنس، العمر، سنوات الخدمة، مكان العمل).

على الصعيد الأجنبي قام (Senol and Dahan, ٢٠١٢) بدراسة عن دور جامعة بيلجي اسطنبول في ممارسة المسؤولية الاجتماعية، تكونت عينة الدراسة من

(١٤) مركز تقديم خدمات المجتمع والباحثين، وتوصلت الدراسة إلى أن تجربة جامعة بيلجي اسطنبول في مجال المسؤولية الاجتماعية تجربة ناجحة.

يلاحظ من الدراسات السابقة ندرة الدراسات السابقة التي تناولت موضوع المسؤولية الاجتماعية لدى شريحة أعضاء الهيئة التدريسية في حد علم الباحث عليه اختلفت الدراسات السابقة في العينات التي أجريت عليها الدراسة واتفقت جميعاً في استخدام المنهج الوصفي، وقد كانت الدراسات السابقة عوناً مساعداً للباحثين في اختيار أداة الدراسة، والمنهج، والطرق الإحصائية وكيفية صياغة مشكلة الدراسة وتحليلها.

#### مشكلة الدراسة وأسئلتها:

يشهد العالم اهتماماً بموضوع المسؤولية الاجتماعية للجامعات، ويأتي ذلك الاهتمام من منطلق النظرة الجديدة لها، والتي تتجاوز النظرة الوظيفية التقليدية التي تعتبر الجامعة مؤسسة علمية وتعليمية اجتماعية وهي كذلك بطبيعة الحال شبكة مفتوحة على العالم تقوم بدور إنتاج المعرفة والعلوم، وتكوين مجتمع للمعلومات المعرفية ويعتمد المشاركة والحوار والتفاعل الحي للأفكار والنظريات والرؤى المختلفة (محمد، ٢٠١٦: ٤٠٩). يرى (Hellmann, ٢٠٠٣.p٢٧) أنه لا يمكن تحقيق أهداف عملية التعلم دون الاعتماد على أعضاء هيئة التدريس الذين يمكنهم توظيف استراتيجيات التعلم، علاوة عما سبق يُعدّ عضو هيئة التدريس الدّعمة الرئيسية في العملية التعليمية التي لن تحقق الغايات المنشودة منها دون توافر عضو هيئة التدريس الجيد، الذي يسخر كل الإمكانيات والفرص، ويهيئ الظروف لتكوين الخبرات والمهارات والاتجاهات لدى الطلبة

من جهة، ودوره في تقديم الخدمات الاجتماعية من جهة أخرى، عليه يمكن تلخيص مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس التالي: "ما واقع المسؤولية الاجتماعية المجتمعية لدى أعضاء هيئة التدريس بجامعة الدلنج؟" وتتفرع من هذا السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية التالية:

١. ما درجة المسؤولية الاجتماعية لدى أعضاء هيئة التدريس بجامعة الدلنج؟
  ٢. هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في درجة المسؤولية الاجتماعية المجتمعية لدى أعضاء هيئة التدريس بجامعة الدلنج وسبل تفعيلها تُعزى لمتغيرات (النوع، المؤهل العلمي، الدرجة الوظيفية، سنوات الخبرة)؟
- أهمية الدراسة:

لهذه الدراسة أهمية نظرية وأخرى تطبيقية على النحو التالي:-

١. أهمية الشريحة التي تتناولها الدراسة إلا وهي أعضاء الهيئة التدريسية بجامعة الدلنج.
٢. تعد الدراسة الأولى على حد علم الباحث التي تناولت المسؤولية الاجتماعية لدى أعضاء هيئة التدريس بجامعة الدلنج.
٣. قد تساهم الدراسة في فتح المجال أمام الباحثين لإجراء بحوث لاحقة تثري المعرفة حول المسؤولية الاجتماعية لدى أعضاء هيئة التدريس بجامعات أخرى.

**الأهمية التطبيقية:**

١. تعتبر هذه الدراسة دافعاً ومنبهاً لأعضاء هيئة التدريس بالجامعات السودانية بشكل عام وجامعة الدنج بشكل خاص بتفعيل المسؤولية الاجتماعية اتجاه المجتمع.

٢. تفيد نتائج الدراسة في تأكيد أهمية إدراج مقومات المسؤولية الاجتماعية لدى أعضاء هيئة التدريس في الخطط والبرامج التدريبية لعمادة التطور الجامعي وإدارة التطور الإداري بالجامعة.

٣. تكتسب الدراسة أهميتها من خلال ما تطرحه من مقترحات لتنمية المسؤولية الاجتماعية لدى أعضاء الهيئة التدريسية.

٤. يتوقع استفادة أعضاء هيئة التدريس في جامعة الدنج من التعرف على مقومات المسؤولية الاجتماعية على ضوء نتائج الدراسة الراهنة.

**أهداف الدراسة:**

تهدف هذه الدراسة إلى:-

١. الكشف عن مستوى المسؤولية الاجتماعية لدى أعضاء هيئة التدريس بجامعة الدنج.

٢. الكشف عن الفروق ذات دلالة إحصائية في درجة المسؤولية الاجتماعية المجتمعية لدى أعضاء هيئة التدريس بجامعة الدنج وسبل تفعيلها التي يمكن أن تُعزى لمتغيرات (النوع، المؤهل العلمي، الدرجة الوظيفية، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة).

**محددات الدراسة:**

يمكن عرضها على النحو التالي:-

١. **الحد الموضوعي:** اقتصرت الدراسة على المسؤولية الاجتماعية لدى أعضاء هيئة جامعة الدنج وسبل تفعيلها.
٢. **الحد البشري والمكاني:** تقتصر الدراسة على أعضاء هيئة التدريس بجامعة الدنج جنوب كردفان - جمهورية السودان.
٣. **الحد الزمني:** تم تطبيق الدراسة الميدانية في الفصل الدراسي من العام (٢٠١٨-٢٠١٩).

#### التعريفات الإجرائية:

المسؤولية الاجتماعية: إنها السياسة الأخلاقية لجودة أداء مجتمع الجامعة "الطالب، أعضاء هيئة التدريس، والاداريين وذلك مع مسؤولية إدارة التأثير البيئية والمعرفة التعليمية وسوق العمل وذلك في حوار تفاعلي مع المجتمع لتحسين التنمية البشرية المستدامة (Jossey, ٢٠٠٨: P.١٢) أو هي الجهود الطوعية من قبل المنظمة لتحقيق التوازن ما بين الأهداف الاقتصادية وبين الرفاهية (Obalola, ٢٠٠٨: P.٤٠٠). أو هي المسؤوليات تجاه الأنشطة والتي لا تتضمن جانباً مالياً بحتاً، والتي تكون المنظمة مطالبة بها وفق عقد محدد (ضميني أو صريح) (Abu And Abdel Karim ١٩٩٨: P.٤٠٩). ويعرفها الباحثون إجرائياً بأنها الدرجة التي يحصل عليها المستجيب على الأداة المستخدمة في هذه الدراسة حيث تتراوح ما بين (٣٠-١٥٠) بمتوسط نظري قدره (٩٠) وفي المحور الأول والثاني المسؤولية اتجاه (الطالب والجامعة) ما بين (١٠-٥٠) بمتوسط قدره (٣٠) وفي الأبعاد الأخرى كذلك.

### منهجية الدراسة وإجراءاتها:

في هذا الجزء من الدراسة سوف يستعرض الباحثون 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، وذلك تتبعاً في وصف عينة الدراسة ومتغيراتها.

#### ثانياً: مجتمع الدراسة:

يشمل مجتمع الدراسة جميع أعضاء هيئة التدريس بجامعة الدلنج ولاية جنوب كردفان، السودان ويبلغ عددهم (٢١١) من جميع كلياتها.

#### ثالثاً: عينة الدراسة

##### أ. العينة الاستطلاعية:

بلغ حجم العينة الاستطلاعية (٤٠) عضواً من أعضاء هيئة التدريس بجامعة الدلنج، تم اختيارهم عن طريق العينة العشوائية البسيطة بهدف التأكد من صدق وثبات أداة الدراسة.

## ب. عينة الدراسة (الفعلية):

تكونت عينة الدراسة من (٨٤) عضواً من أعضاء هيئة التدريس بجامعة الدلنج، منها (٤٥) ذكر و (٣٩) أنثى، تم اختيارهم عن طريق العينة العشوائية الطبقية بنسبة (٢٥%) من المجتمع الكلي (٢١١). فيما يلي الجدول (١) يوضح توزيعات أفراد عينة الدراسة على متغيرات الدراسة.

جدول (١): يوضح توزيعات أفراد عينة الدراسة على متغيرات الدراسة

| الكلية   |         |         | الدرجة الوظيفية |         |             |
|----------|---------|---------|-----------------|---------|-------------|
| النسبة % | التكرار | الكلية  | النسبة %        | التكرار | الدرجة      |
| ٢٨%      | ٢٣      | التربية | -               | -       | أستاذ       |
| ١٩%      | ١٦      | الزراعة | ٢١%             | ١٨      | أستاذ مشارك |
| ٢٦%      | ٢٢      | معلمين  | ٤٥%             | ٤٥      | أستاذ مساعد |
| ٨%       | ٧       | علوم    | ٢٥%             | ٢١      | محاضر       |
| ١٩%      | ١٦      | المجتمع | -               | -       | مساعد تدريس |
| ١٠٠%     | ٨٤      | المجموع | ١٠٠%            | ٨٤      | المجموع     |



| سنوات الخبرة     |         |          | المؤهل العلمي |         |          |
|------------------|---------|----------|---------------|---------|----------|
| الخبرة           | التكرار | النسبة % | المؤهل        | التكرار | النسبة % |
| أقل من (٧) سنوات | ٢٢      | ٢٦%      | ماجستير       | ٢٣      | ٢٧%      |
| (٧-١٥) سنة       | ٤٠      | ٨٤%      | دكتوراه       | ٦١      | ٧٢%      |
| أكثر من (١٥) سنة | ٢٢      | ٢٦%      | المجموع       | ٨٤      | ١٠٠%     |
| المجموع          | ٨٤      | ١٠٠%     |               |         |          |

رابعاً: أداة الدراسة:

#### مقياس المسؤولية الاجتماعية:

من إعداد شلدان وصايمة (٢٠١٤) أجرى عليها الباحثون بعض التعديلات حتى يتماشى مع بيئة الدراسة، تتكون الأداة من (٣٢) عبارة تقيس المسؤولية الاجتماعية لدى الهيئة التدريسية اتجاه الطالب (١٠) فقرة، المسؤولية الاجتماعية لدى الهيئة التدريسية اتجاه الجامعة (١١) فقرة، المسؤولية الاجتماعية لدى الهيئة التدريسية اتجاه المجتمع (١١) فقرات، يجابوب عليها وفقاً للسلم الخامس (كبيرة جداً، كبيرة، متوسطة، قليلة، قليلة جداً) حيث أعطيت الدرجات التالية على التوالي (١-٢-٣-٤-٥) للعبارة الموجبة والعكس للعبارة السالبة.

## صدق أداة الدراسة:

استخدم الباحثون أربع مؤشرات على دلالات الصدق على النحو التالي:

١. **الصدق الظاهري Face Validity**: إن الصدق الظاهري أو صدق المحتوى يتطلب أدلة منطقية وليست إحصائية، حيث يتم التحليل المنطقي لمحتويات المقياس ومطابقتها مع محتويات الجانب السلوكي المقاس من قبل المحكمين ويفضل الاعتماد على أكثر من محكم للحصول على تقديرات متجانسة ومتسقة قام الباحثون بعرضه على عدد (٣) من الأساتذة والخبراء في علم النفس والتربية في جامعة الدنجلج المختلفة لفحص عبارات المقاييس وابدوا آراءهم على كل عبارة.

٢. **صدق البناء Construct Validity**:

يتم حسابه بعدة طرق منها التحليل العاملي والتناسق الداخلي لمعرفة الفقرات المتسقة مع بعضها البعض، وتحقق منه الباحثون إحصائياً بحساب معامل الارتباط بين درجة كل بعد و الدرجة الكلية للمقياس والجدول (٢) يوضح ذلك.

جدول (٢): ارتباط كل فقرة من فقرات المقياس مع الدرجة الكلية للمقياس

| المسؤولية الاجتماعية لدى الهيئة التدريسية اتجاه |          |         |          |         |          |
|-------------------------------------------------|----------|---------|----------|---------|----------|
| الطالب                                          |          | الجامعة |          | المجتمع |          |
| الفقرة                                          | الارتباط | الفقرة  | الارتباط | الفقرة  | الارتباط |
| ١                                               | ٠.٥٦**   | ١٢      | ٠.٥٨**   | ٢٣      | ٠.٤٣**   |
| ٢                                               | ٠.٢٨     | ١٣      | ٠.٤٠**   | ٢٤      | ٠.٦٥**   |
| ٣                                               | ٠.٣٥*    | ١٤      | ٠.٢٨     | ٢٥      | ٠.٧٤**   |
| ٤                                               | ٠.٤٧**   | ١٥      | ٠.٤٥**   | ٢٦      | ٠.٥٥**   |
| ٥                                               | ٠.٥٠**   | ١٦      | ٠.٥١**   | ٢٧      | ٠.٦٢**   |
| ٦                                               | ٠.٦٣**   | ١٧      | ٠.٦٤**   | ٢٨      | ٠.٧٤**   |
| ٧                                               | ٠.٦٠**   | ١٨      | ٠.٦١**   | ٢٩      | ٠.٣٣*    |
| ٨                                               | ٠.٧٤**   | ١٩      | ٠.٧٠**   | ٣٠      | ٠.٤٥**   |
| ٩                                               | ٠.٦٨**   | ٢٠      | ٠.٦٣**   | ٣١      | ٠.٦٩**   |
| ١٠                                              | ٠.٥٢**   | ٢١      | ٠.٤٥**   | ٣٢      | ٠.٤٩**   |

|    |        |    |        |        |
|----|--------|----|--------|--------|
| ١١ | ٠.٤٩** | ٢٢ | ٠.٦٩** | ٠.٥٦** |
|----|--------|----|--------|--------|

\*\*دال عند مستوى الدلالة ( $a \geq 0.01$ )

\*دال عند مستوى الدلالة ( $a \geq 0.05$ )

يلاحظ من الجدول (٢) أن جميع معاملات الارتباط مرتفعة ودالة عند مستوى الدلالة (٠.٠١ و ٠.٠٥) في حين نجد أن الفقرتين (٢ و ٢٥) غير داليتين إحصائياً، لذا قرر الباحثون حذفهما، بهذا تكون أداة الدراسة مكونة من (٣٠) عبارة، (١٠) فقرات لكل محور.

٣. صدق المقارنة الطرفية: (الصدق التمييزي): قام الباحثون بحساب أعلى (١٤) درجة من الدرجة الكلية للأداة ككل و (١٤) درجة من أدنى درجات للأداة ككل وذلك بحساب اختبار (ت) (T-test) بين مجموعتين مستقلتين والجدول (٣) يوضح ذلك.

جدول (٣): يوضح معاملات الصدق التمييزي بين أعلى الدرجات وأدناها. (ن=٤٠)

| الفئة  | العينة | الوسط | الانحراف | قيمة (ت) | الدلالة | الاستنتاج |
|--------|--------|-------|----------|----------|---------|-----------|
| العليا | ١٤     | ١.٠١  | ٢٤.٤٣    | ٤.٤٣-    | ٠.٠٠*   | دالة      |
| الدنيا | ١٤     | ١.٣٨  | ٥.٨٤     |          |         |           |

\*القيمة التائية دالة عند مستوى الدلالة (٠.٠٥)

يبين الجدول (٣) وجود فروق دالة إحصائية عند مستوى دلالة أقل من (٠.٠٥) بين منخفض ومرتفع الدرجات على مقياس المسؤولية الاجتماعية مما يدل على صلاحية المقياس للتمييز بين مستوى المسؤولية الاجتماعية لدى أفراد عينة الدراسة.

#### ٤. الصدق الذاتي: Intrinsic Validity:

اعتمد الباحثون على طريقة كرونباخ ألفا ليجاد الصدق الذاتي، والجدول (٤) يوضح معاملات الصدق الذاتي بين المقاييس الفرعية والدرجة الكلية للأداة ككل.

#### جدول (٤): معاملات الصدق الذاتي بين المقاييس الفرعية والأداة ككل

| الأداة ككل | المسؤولية الاجتماعية لدى أعضاء الهيئة التدريسية اتجاه |         |        | الأبعاد      |
|------------|-------------------------------------------------------|---------|--------|--------------|
|            | المجتمع                                               | الجامعة | الطالب |              |
| ٠.٩٤       | ٠.٩١                                                  | ٠.٩١    | ٠.٩٠   | الصدق الذاتي |

يلاحظ الباحثين من الجدول (٤) أن معاملات الصدق الذاتي على المقياس كانت جيدة جداً مما يسمح له بالتطبيق على عينة الدراسة.

**ثبات أداة الدراسة:** يقصد به درجات الاختبار مدى خلوها من الأخطاء غير منتظمة التي تشوب القياس أي مدى قياس الاختبار للمقدار الحقيقي للسمة التي يهدف لقياسها (علام، ٢٠٢٠: ١٣١). استخدم الباحثون في هذه الدراسة مؤشرين لدلالة على ثبات الأداة وهي على النحو التالي:-

## ١. التجزئة النصفية: Split-Half

قام الباحثون بحساب الأعداد الفردية والأعداد الزوجية على الأداة ككل فبلغ معامل الارتباط ( $0.91^{**}$ ) عند مستوى الدلالة ( $0.01$ ) وتمت معالجته بمعادلة سبيرمان براون (Spearman-Brown) فأصبح ( $0.95$ ) فهو معامل ثبات أكثر من ( $0.60$ ) ويمكن الاعتماد عليه.

٢. طريقة الاتساق الداخلي Internal Consistency: فتم حساب مقياس بطريقة كرونباخ ألفا (Kronbach Alpha) وفيما يلي الجدول (٥) يوضح معاملات الثبات بطريقة ألفا كرونباخ.

جدول (٥): معاملات الثبات بطريقة ألفا كرونباخ للمقاييس الفرعية والأداة ككل.

| الأبعاد | المسؤولية الاجتماعية لدى أعضاء الهيئة التدريسية اتجاه |         |         | الأداة ككل |
|---------|-------------------------------------------------------|---------|---------|------------|
|         | الطالب                                                | الجامعة | المجتمع |            |
| الثبات  | ٠.٨١                                                  | ٠.٨٢    | ٠.٨٣    | ٠.٨٨       |

يلاحظ الباحثين من الجدول (٥) أن معاملات الثبات في طريقة ألفا والتجزئة ومعالجة سبيرمان-برون وكرونباخ ألفا أكبر من ( $0.60$ ) وهي معاملات ثبات عالية جداً،

ومن الإجراءات السابقة تميز المقياس بدرجة صدق وثبات عالية تسمح بتطبيقه على البيئة السودانية بصفة عامة وجامعة الدنج بصفة خاصة.

#### خامساً: إجراءات التطبيق:

قام الباحثون بالإجراءات التنفيذية التالية:-

١. جمع الإطار النظري والدراسات السابقة المتعلقة بمتغيرات الدراسة.
٢. إعداد أدوات الدراسة بصورتها النهائية.
٣. تحديد مجتمع الدراسة واختيار عينة الدراسة في العام الدراسي ٢٠١٨-٢٠١٩.
٤. تفريق إجابات أفراد عينة الدراسة، ومعالجتها إحصائياً باستخدام البرنامج الإحصائي (S.P.S.S).
٥. استخراج نتائج الدراسة وتحليلها ومناقشتها وتفسيرها.

#### سادساً: الأساليب الإحصائية:

استخدمت الوسائل الإحصائية الآتية لتحقيق أهداف الدراسة:

١. معامل ارتباط بيرسون Pearson correlation coefficient
٢. الاختبار التائي لعينتين مستقلتين (T-Test Two Independent sample).
٣. معادلة كرونباخ ألفا (Cronbach – Alpha formula).

٤. تحليل التباين الأحادي (One Way Anova)، للفروق بين متوسطات ثلاث عينات فأكثر.

٥. المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري والوزن النسبي  
سابعاً: متغيرات الدراسة:

١. المتغيرات المستقلة: اشتملت الدراسة على ثلاث متغيرات مستقلة هي: النوع الاجتماعي وله مستويان (ذكر، أنثى)، الدرجة الوظيفية (أستاذ، أستاذ مشارك، أستاذ مساعد، محاضر، مساعد تدريس)، سنوات الخبرة (أقل من ٧ سنوات، من ٧-١٥ سنة، أكثر من ١٥ سنة). الكلية (التربية، المعلمين، العلوم، الزراعة، تنمية المجتمع).

٢. المتغير المستقل: المسؤولية المجتمعية.

نتائج الدراسة ومناقشتها:

يقدم الباحثون عرضاً مفصلاً لنتائج الدراسة التي توصلت إليها ومناقشتها وتفسيرها في ضوء مشكلة الدراسة وتساؤلاتها.

اعتمد الباحثون المحك محك (Ozen et al, ٢٠١٢)، لتصنيف مستوى المسؤولية الاجتماعية إلى مرتفع، متوسط، منخفض على النحو التالي: الحد الأعلى للمقياس - الحد الأدنى للمقياس تقسيم عدد الفئات = ١-٥ تقسيم ٥ = ٠.٨ طول الفئة. والجدول (٦) يوضح ذلك



جدول (٦): يوضح المحك المعتمد في هذه الدراسة

|               |             |           |           |              |
|---------------|-------------|-----------|-----------|--------------|
| طول الخلية    | ١.٨-١       | ٢.٦٠-١.٨٠ | ٣.٤٠-٢.٦١ | ٤.٢٠-٣.٤١    |
| الوسط النسبي  | %٣٦-%٢٠     | %٥٢-٣٧    | %٦٨-٣٥    | من ٧٣% فأكثر |
| درجة الموافقة | منخفضة جداً | منخفضة    | متوسط     | مرتفع        |

أولاً: عرض نتيجة السؤال الأول:

نص السؤال الأول على "ما درجة المسؤولية الاجتماعية لدى أعضاء هيئة التدريس بجامعة الدلنج؟" قام الباحثون بحساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة اختبار (ت) لعينة واحدة كما هو مبين في الجدول (٧).

جدول (٧): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية

واختبار (T) لعينة مستقلة لمعرفة مستوى المسؤولية الاجتماعية المجتمعية لدى

أعضاء الهيئة التدريسية بالدلنج

| الأبعاد<br>المسؤولية<br>اتجاه | الدرجة<br>الكلية<br>للبعد | الوسط<br>الفرضي | الوسط<br>الحسابي | الانحراف<br>المعياري | قيمة<br>(ت) | الأهمية<br>النسبية | مستوى<br>الدلالة | الترتيب | التقييم |
|-------------------------------|---------------------------|-----------------|------------------|----------------------|-------------|--------------------|------------------|---------|---------|
|-------------------------------|---------------------------|-----------------|------------------|----------------------|-------------|--------------------|------------------|---------|---------|

|            |     |    |       |       |       |        |         |   |       |
|------------|-----|----|-------|-------|-------|--------|---------|---|-------|
| الطالب     | ٥٠  | ٣٠ | ٣٧.٥٢ | ٤٦.٣  | ٦٥٤.٢ | %٧٥.٠٤ | * ٠.٠٠٠ | ٢ | مرتفع |
| الجامعة    | ٥٠  | ٣٠ | ١٣٧.٨ | ٣٦.٦  | ١٥٢.٣ | %٧٥.٦٢ | * ٠.٠٠٠ | ١ | مرتفع |
| المجتمع    | ٥٠  | ٣٠ | ٣٥.٧٧ | ٧.٤٤  | ٤٤.٠٧ | %٧١.٥٤ | * ٠.٠٠٠ | ٣ | مرتفع |
| الأداة ككل | ١٥٠ | ٩٠ | ١١١.١ | ١٨.٠١ | ٤٥٦.٥ | %٧٤.٠٧ | * ٠.٠٠٠ |   | مرتفع |

\* دال عند مستوى الدلالة ( $a \geq 0.05$ )

الأهمية النسبية = الوسط الحسابي ÷ الدرجة الكلية للبعد  $\times 100$

يلاحظ الباحثون من الجدول (٧) أن الوسط الحسابي على الأداة ككل بلغ (١١١.١) بمتوسط نظري (٩٠) وانحراف معياري (١٨.٠١)، وكانت قيمة اختبار (ت) (٤٥٦.٥) دالة عند المستوى ( $a \geq 0.05$ )، بأهمية نسبية قدرها (٧٤.٠٧%) وهذا يشير إلى أن المسؤولية المجتمعية لدى أعضاء الهيئة التدريسية بجامعة الدلنج مرتفعة وجاء مرتبة على النحو التالي: المسؤولية المجتمعية اتجاه الجامعة، اتجاه الطالب، اتجاه المجتمع، يرى الباحثون أن هذه النتيجة عكست الواقع تماماً لمسؤولية أعضاء هيئة التدريس، إذ يعد أعضاء هيئة التدريس من الأفراد الذين يأتون في مقدمة تنمية المسؤولية الاجتماعية في المجتمع بل هم رائد اجتماعي في تنمية شخصية الطالب الذي يعد فرداً فعالاً في المجتمع، كما أن عضو هيئة التدريس قائد للجماعات متعددة في الجامعة يؤثر عليهم تأثيراً كبيراً، فهو العنصر الفعال في عملية تكوين شخصية الطلبة

واتجاهاتهم نحو المسؤولية المجتمعية في المجتمع اتفقت الدراسة مع دراسة (شلدان وصائمة) (٢٠١٤) التي توصلت الدراسة إلى أن المسؤولية الاجتماعية لدى أعضاء هيئة التدريس في الجامعة بلغت (٧٩.٥٨) بدرجة كبيرة. واختلفت مع دراسة هلولو (٢٠١٣) التي توصلت إلى أن دور الجامعة في خدمة المجتمع في ضوء مسؤوليتها الاجتماعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس لا يرتقي لمعدل أكثر من (٦٠%) وهي درجة متوسطة. كما اتفقت مع دراسة (Senol and Dahan, ٢٠١٢) التي أشارت إلى أن تجربة جامعة بيلجي اسطنبول في مجال المسؤولية الاجتماعية تجربة ناجحة.

#### أولاً: عرض نتيجة السؤال الثاني:

نص السؤال الثاني على "هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في درجة المسؤولية الاجتماعية المجتمعية لدى أعضاء هيئة التدريس بجامعة الدنج وسبل تفعيلها تُعزى لمتغيرات (النوع، الدرجة الوظيفية، سنوات الخبرة)؟" وتم حسابه على النحو التالي:

(أ) متغير النوع الاجتماعي: قام الباحثون بإجراء اختبار (T) لعينتين مستقلتين

والجدول (٨) يوضح ذلك الإجراء.

جدول (٨): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة اختبار (ت)

لعينتين مستقلتين

| النوع<br>المسؤولية<br>اتجاه | الذكور  |          | الإناث  |          | قيمة<br>(ت) | مستوى<br>الدلالة |
|-----------------------------|---------|----------|---------|----------|-------------|------------------|
|                             | المتوسط | الانحراف | المتوسط | الانحراف |             |                  |
| الطالب                      | ٣٧.٦٩   | ٦.٥٤     | ٣٧.٣٣   | ٦.١٧     | ٦.٢٠        | .٣٥٠             |
| الجامعة                     | ٣٨.٨٧   | ٥.٨١     | ٩٣٦.٥   | ٧.٣٤     | ٩١.٥        | .٢١٠             |
| المجتمع                     | ٣٦.٨٢   | ٥٦.٧     | ٣٤.٥٦   | ٨.٠٨     | ١.٣٩        | .٣٧٠             |
| الأداة ككل                  | ١١٣.٣٨  | ١٦.٣٣    | ١٠٨.٤٨  | ١٩.٦٦    | ١.٢٥        | .٣٥٠             |

دال عند مستوى الدلالة ( $a \geq 0.05$ )

يلاحظ الباحثون من الجدول (٨) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية

عند المستوى ( $a \geq 0.05$ ) في المسؤولية المجتمعية وسبل تفعيلها لدى أعضاء الهيئة التدريسية بجامعة الدلج في جميع الأبعاد والأداة ككل تعزى لمتغير الجنس، ويفسر الباحثون ذلك بأن عضو الهيئة التدريسية يبدي رغبته في تحقيق المسؤولية الاجتماعية ولكن هذه الرغبة تصطدم بعدم قدرتهم على تحقيق هذا الهدف بسبب الأعباء الدراسية

لديهم، من جهة ومن جهة أخرى قد يعزى إلى أن أعضاء الهيئة التدريسية بجامعة الدلنج على قناعة بأن الجامعة مؤسسة اجتماعية قيمية مسؤولة عن تخريج القادة والصالحين في المجتمع ربما أدى ذلك إلى غياب الفروق الفردية فيما بينهم، اتفقت الدراسة مع دراسة (شلدان وصائمة) (٢٠١٤) التي لم تجد فروق ذات دلالة إحصائية تُعزى لمتغير الجنس، ودراسة هلالو (٢٠١٣) التي أوضحت عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغيرات (الجنس، العمر، سنوات الخدمة، مكان العمل).

(ب) متغير المؤهل العلمي: قام الباحثون بإجراء اختبار (T) لعينتين مستقلتين والجدول (٩) يوضح ذلك الإجراء.

جدول (٩): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية وقيمة اختبار (ت)

لعينتين مستقلتين

| النوع<br>المسؤولية<br>اتجاه | ماجستير |          | دكتوراه |          | قيمة<br>(ت) | مستوى<br>الدلالة |
|-----------------------------|---------|----------|---------|----------|-------------|------------------|
|                             | المتوسط | الانحراف | المتوسط | الانحراف |             |                  |
| الطالب                      | ٣٨.٠٠   | ٣.٠٠     | ٣٧.٣٤   | ٧.٢٢     | ٠.٤٢٠       | ٠.٠٢٠            |
| الجامعة                     | ٥٣٧.٣   | ٤.٨٤     | ٣٧.٩٨   | ١٧.٢     | -<br>٠.٣٩٠  | ٠.٢٠٠            |

|         |        |       |       |       |     |     |
|---------|--------|-------|-------|-------|-----|-----|
| المجتمع | ٣٤.٤٣  | ٥.٥٧  | ٨٣٦.٢ | ٨.٠١  | -   | ١٣٠ |
| الأداة  | ١٠٩.٧٨ | ١١.٦٤ | ١١.٦٠ | ١٩.٩٥ | -   | ١٢٠ |
| ككل     |        |       |       |       | ٤١٠ |     |

دال عند مستوى الدلالة (٠.٠٥).

يلاحظ الباحثون من الجدول (٩) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ( $\alpha \geq 0.05$ ) في المسؤولية المجتمعية وسبل تفعيلها لدى أعضاء الهيئة التدريسية بجامعة الدلنج في الأداة ككل وجميع الأبعاد تعزى لمتغير المؤهل العلمي ما عدا البعد الأول (المسؤولية المجتمعية اتجاه الطالب) فتوجد فيه فروق ولصالح حملت الماجستير، ويفسر الباحثون هذه النتيجة فيما يتعلق بغياب الفروق على الدرجة الكلية بأن هذه الطموحات يصعب تحقيقها في وجود نوع من الضغوطات الأكاديمية لديهم، أما لصالح حملت الماجستير ربما يعود لخبرتهم القصيرة في الجامعة لذا يرون أن الخدمة المجتمعية يجب أن تركز على الطالب باعتباره المجتمع الآتي، باعتبار أن الطالب يتأثر في طريقة تفكيره وعاداته وسلوكه وكلامه بعضو هيئة التدريس فهو يساعدهم على تكوين قيمة أخلاقيه وكذلك طريقة تعامل عضو الهيئة التدريسية للآخرين. لم يتسنى للباحثين الحصول على دراسة تناولت هذا السؤال على حد علمهما، وعليه سوف يكون هذا السؤال هو منطلق جديد لدراسات لاحقة.

(ج) متغير الدرجة الوظيفية: قام الباحثون بإجراء اختبار التباين الأحادي كما في الجدول (١٠).

جدول (١٠) تحليل التباين الأحادي لأثر متغير الدرجة الوظيفية

| المجالات                   | مصدر التباين   | مجموع المربعات | درجة الحرية | متوسط المربعات | قيمة (ف) | الدلالة |
|----------------------------|----------------|----------------|-------------|----------------|----------|---------|
| المسؤولية<br>اتجاه الطالب  | بين المجموعات  | ٤٦.٤١          | ٢           | ١٢٣.٢          | .٥٧٠     | .٥٧٠    |
|                            | داخل المجموعات | ٤٣٢٨٨.٥        | ٨١          | ٤٠.٥٩          |          |         |
|                            | المجموع        | ٣٣٣٤.٩٥        | ٨٣          |                |          |         |
| المسؤولية<br>اتجاه الجامعة | بين المجموعات  | ٩١٠.٢          | ٢           | ٥.١٤           | ٢.١٠     | .٨٩٠    |
|                            | داخل المجموعات | ٣٦٣٢.٦٦        | ٨١          | ٥٤٤.٨          |          |         |
|                            | المجموع        | ٣٦٤٢.٩٥        | ٨٣          |                |          |         |

|                               |                   |          |    |        |              |
|-------------------------------|-------------------|----------|----|--------|--------------|
| المسؤولية<br>اتجاه<br>المجتمع | بين<br>المجموعات  | ١٩١.٣    | ٢  | ٤٥.٦٥  | .٨٢٠<br>.٤٤٠ |
|                               | داخل<br>المجموعات | ٤٥٠٣.٣٩  | ٨١ | ٥٥.٥٩  |              |
|                               | المجموع           | ٤٥٩٤.٧٠  | ٨٣ |        |              |
| الأداة ككل                    | بين<br>المجموعات  | ٣٢٣٩.٥   | ٢  | ١١٩.٧٦ | .٣٦٠<br>.٦٩٠ |
|                               | داخل<br>المجموعات | ١٢٦٦٨٨.٥ | ٨١ | ٩٣٢٩.٤ |              |
|                               | المجموع           | ٤٢٦٩٢٨.٠ | ٨٣ |        |              |

يلاحظ الباحثون من الجدول (١٠) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ( $\alpha \geq 0.05$ ) في المسؤولية المجتمعية وسبل تفعيلها لدى أعضاء الهيئة التدريسية بجامعة الدلنج في الأداة ككل وجميع الأبعاد تعزى لمتغير الدرجة الوظيفية، ويعزي الباحثين غياب الفروق إلى أن الدرجة الوظيفية على قدر تباينها ترى أن لعضو الهيئة التدريسية بجامعة الدلنج دوراً كبيراً في تنميتها اتجاه الطالب والجامعة والمجتمع، ويرى عثمان (١٩٨٦: ٦٥-٦٦)



إن المسؤولية الاجتماعية تعد حاجة اجتماعية بقدر ما هي حاجة فردية، فحاجة اجتماعية لأن المجتمع بأسره، ومؤسساته، وأجهزته كافة في حاجة إلى الفرد مسئول اجتماعياً، ومهنياً، وقانونياً، فالمسؤولية الاجتماعية هي أساساً مسؤولية الفرد أمام الذات، فما من فرد تتفتح شخصيته وتتكامل أو تتضج ذاتياً إلا وهو مرتبط بالجماعة ارتباطاً عاطفياً، حيث لن تتوافر للفرد صحته النفسية، وتكامله الأخلاقي، وتساميه في وجوده إلا بصحة توحيده مع جماعته، فالصحة النفسية هي صحة التحقق الاجتماعي للشخصية، وصحة التحقق الأخلاقي للذات، فلا يصح تحقيق الشخصية وهو أعمى اجتماعياً لا يرى أبعد حدود ذاته، أو إمكاناته الخاصة بعيداً عن الجماعة، أو على حسابها، أو ضد المصلحة النهائية للجماعة، ولا يصح تحقيق الذات وهو أعمى أخلاقياً، لا يرى أبعد من حدود حاجاته ونزعاته حتى لو كان بعيداً عن الأخلاقية، أو على حسابها أو ضدها، لذلك تعتبر الصحة النفسية هي الصحة الاجتماعية والصحة الأخلاقية. لم يتسنى للباحثين الحصول على دراسة تناولت هذه النتيجة في حد علمهما.

(د) متغير نوع الكلية: قام الباحثون بإجراء اختبار التباين الأحادي كما في الجدول (١١).

جدول (١١): تحليل التباين الأحادي لأثر متغير سنوات الخبرة

| المجالات                   | مصدر التباين   | مجموع المربعات | درجة الحرية | متوسط المربعات | قيمة (ف) | الدلالة |
|----------------------------|----------------|----------------|-------------|----------------|----------|---------|
| المسؤولية<br>اتجاه الطالب  | بين المجموعات  | ١٩٥.٦٥         | ٤           | ٤٨.٩١          | ١.٢٣     | ١.٣٠    |
|                            | داخل المجموعات | ٣١٣٩.٣٠        | ٧٩          | ٤٣٩.٧          |          |         |
|                            | المجموع        | ٣٣٣٤.٩٥        | ٨٣          |                |          |         |
| المسؤولية<br>اتجاه الجامعة | بين المجموعات  | ١٠٩.٠٢         | ٤           | ٦٢٧.٢          | ١.٦٠     | ٦.٦٠    |
|                            | داخل المجموعات | ٣٥٣٣.٩٣        | ٧٩          | ٤٤.٧٣          |          |         |
|                            | المجموع        | ٣٦٤٢.٩٥        | ٨٣          |                |          |         |
| المسؤولية<br>اتجاه         | بين المجموعات  | ٢٧٩.٨١         | ٤           | ٦٩.٩٥          | ١.٢٨     | ٩.٢٠    |

|  |      |        |    |          |                |            |
|--|------|--------|----|----------|----------------|------------|
|  |      | ٢٥٤.٦  | ٧٩ | ٤٣١٤.٨٩  | داخل المجموعات | المجتمع    |
|  |      |        | ٨٣ | ٤٥٩٤.٧٠  | المجموع        |            |
|  | .٩١٠ | ٢٩٧.٧٠ | ٤  | ١١٩٠.٨٠  | بين المجموعات  | الأداة ككل |
|  |      | ٩٣٢٥.٧ | ٧٩ | ٢٥٧٣٧.٢٣ | داخل المجموعات |            |
|  |      |        | ٨٣ | ٢٦٩٢٨.٠٣ | المجموع        |            |

يلاحظ الباحثون من الجدول (١١) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ( $\alpha \geq 0.05$ ) في المسؤولية المجتمعية وسبل تفعيلها لدى أعضاء الهيئة التدريسية بجامعة الدلنج في الأداة ككل وجميع الأبعاد تعزى لمتغير نوع الكلية، ويفسر الباحثون غياب الفروق بناءً على ما ذكره مشرف (٢٠٠٩: ١١١) حيث يرى أن الفرد مسئول عن نفسه وعن الجماعة، والجماعة مسئولة عن نفسها وأهدافها، وعن أعضائها كأفراد في جميع الأمور والأحوال، وتعتبر المسؤولية الاجتماعية ضرورية للمصلحة العامة، وفي ضوءها تتحقق الوحدة وتتماسك الجماعة، وينعم المجتمع بالسلام، فالمسؤولية الاجتماعية تفرض التعاون، والالتزام، والتضامن، والاحترام، والحب، والديمقراطية في المعاملة، والمشاركة الجادة، لذا يرى الباحثون أن متغير نوع الكلية لم يكن له أثر حسب التحليل

الإحصائي، ربما يعود ذلك إلى إحساس أعضاء الهيئة التدريسية بجامعة الدلنج بأن موضوع المسؤولية المجتمعية هو إحساس مشترك لديهم، اختلفت الدراسة مع دراسة (شلدان وصائمة) (٢٠١٤) التي وجدت فروق ذات دلالة إحصائية تُعزى لمتغير الكلية، واتفقت مع دراسة هلولو (٢٠١٣) التي أشارت إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير مكان العمل.

(هـ) متغير سنوات الخبرة: قام الباحثون بإجراء اختبار التباين الأحادي كما في الجدول (١٢).

جدول (١٢): تحليل التباين الأحادي لأثر متغير سنوات الخبرة

| المجالات               | مصدر التباين   | مجموع المربعات | درجة الحرية | متوسط المربعات | قيمة (ف) | الدلالة |
|------------------------|----------------|----------------|-------------|----------------|----------|---------|
| المسؤولية اتجاه الطالب | بين المجموعات  | ٣٤.٣٩          | ٢           | ١٧.١٩          | .٤٢٠     | .٦٥٠    |
|                        | داخل المجموعات | ٦٣٣٠.٠٥        | ٨١          | ٤٠.٧٤          |          |         |
|                        | المجموع        | ٣٣٣٤.٩٥        | ٨٣          |                |          |         |
| المسؤولية              | بين            | ١١٦.٢٩         | ٢           | ٥٨.١٤          | ١.٣٣     | .٢٦٠    |

مجلة الدراسات الاقتصادية والاجتماعية العدد الحادي عش - مارس ٢٠٢٠م

|      |      |        |    |          |                |                         |
|------|------|--------|----|----------|----------------|-------------------------|
|      |      |        |    |          | المجموعات      | اتجاه الجامعة           |
|      |      | ٤٣.٥٣  | ٨١ | ٦٣٥٢٦.٦  | داخل المجموعات |                         |
|      |      |        | ٨٣ | ٣٦٤٢.٩٥  | المجموع        |                         |
| .٦٤٠ | .٤٤٠ | ٢٤.٩١  | ٢  | ٤٤٩.٨    | بين المجموعات  | المسؤولية اتجاه المجتمع |
|      |      | ٥٦.١٠  | ٨١ | ٤٥٤٤.٨٦  | داخل المجموعات |                         |
|      |      |        | ٨٣ | ٤٥٩٤.٧٠  | المجموع        |                         |
| .٨٠٠ | .٢١٠ | ٧١.٢٥  | ٢  | ١٤٢.٤٩   | بين المجموعات  | الأداة ككل              |
|      |      | ٣٣٠.٦٨ | ٨١ | ٤٢٦٧٨٥.٥ | داخل المجموعات |                         |
|      |      |        | ٨٣ | ٢٦٩٢٨.٠٣ | المجموع        |                         |

دال عند مستوى الدلالة (٠.٠٥)

يلاحظ الباحثون من الجدول (١٢) أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند المستوى ( $\alpha \geq 0.05$ ) في المسؤولية المجتمعية وسبل تفعيلها لدى أعضاء الهيئة التدريسية بجامعة الدلنج في الأداة ككل وجميع الأبعاد تعزى لمتغير سنوات الخبرة، ويفسر الباحثان ذلك بأن سنوات الخبرة على تباينها اتفقت على أن المسؤولية المجتمعية لدى أعضاء الهيئة التدريسية من ضمن المسؤوليات الأساسية لعضو الهيئة التدريسية بمختلف سنوات خبراتهم، لأنها من الصفات التي يجب أن يتحلى بها عضو الهيئة التدريسية في المجتمع لأن نهضة المجتمع تتوقف عليه، فالجهل بالمسؤولية والنقص فيها وضعف نموها يمثل خطراً على المجتمع، ويعتبر من أنواع الاضطراب النفسي و الاجتماعي اتفقت الدراسة مع دراسة هلولو (٢٠١٣) التي لم تجد فروق ذات دلالة إحصائية تعزى لمتغير سنوات الخدمة.

### التوصيات:

على ضوء نتائج الدراسة يوصي الباحثون بالتوصيات التالية:-

١. تقليل العبء الإداري على أعضاء الهيئة التدريسية مما يسمح لهم بالانفتاح على المجتمع وتقديم أكبر قدر من البرامج المجتمعية.
٢. إن تشجع وزارة التربية والتعليم العالي الباحثين على إجراء العديد من الدراسات التي تهتم بالمسؤولية المجتمعية بهدف الوقف على الإيجابيات ومعالجة السلبيات التي تحول دونها.
٣. أن تكون هناك برامج إرشادية متخصصة لأعضاء الهيئة التدريسية بجامعة الدلنج عن دورهم في المسؤولية المجتمعية اتجاه المجتمع.

## المراجع:

١. الحارثي، زيدان بن عجير (١٩٩٥). المسؤولية الشخصية الاجتماعية لدى عينة من الشباب السعودي بالمنطقة الغربية وعلاقتها ببعض المتغيرات، مجلة مركز البحوث التربوية، جامعة قطر، العدد (٧)، ٩١-١٣٠.
٢. الحربي، عبد الله بن مزعل (٢٠١٥). مقومات التفاعل التربوي لدى أعضاء هيئة التدريس كما تدركها طالبات كليات التربية بجامعة الدمام، مجلة العلوم التربوية والنفسية جامعة البحرين، المجلد (١٦) العدد (٣) ١٢٩-١٧٠.
٣. شلدان، فايز كمال وصايمه، سميه مصطفى (٢٠١٤). المسؤولية الاجتماعية لدى أعضاء هيئة التدريس في الجامعة الإسلامية وسبل تفعيلها، المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي، المجلد السابع، العدد (١٨). ١٤٩-١٧٩.
٤. العبيد، إبراهيم بن عبد الله (٢٠١٦). تصور مقترح لتفعيل دور الجامعات السعودية في تنمية المسؤولية الاجتماعية لدى طلابها، المجلة العلمية لكلية التربية- جامعة اسيوط المجلد (٣٢) العدد الرابع، ٤٨٦-٥٥١.
٥. عثمان، سيد أحمد (١٩٨٦). المسؤولية الاجتماعية والشخصية المسلمة دراسة نفسية - اجتماعية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة. ط ١.
٦. عثمان، سيد أحمد (١٩٩٣). المسؤولية الاجتماعية والشخصية المسلمة دراسة نفسية - اجتماعية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة.
٧. علام، صلاح الدين (٢٠٠٢). القياس والتقييم التربوي والنفسية. دار الفكر العربي، القاهرة.
٨. كيتا، جاكاريجا (٢٠١٦). المناهج التعليمية ودورها في تعزيز المسؤولية الاجتماعية لدى طلبة التعليم العالي، مجلة العلوم النفسية، ٣ (٢)، ٢٠٦-٢٣٠.

٩. محمد، مديحة فخري محمود (٢٠١٦). تصور مقترح لتنمية المسؤولية الاجتماعية للجامعات المصرية على ضوء مجتمع المعرفة، دراسات عربية في التربية وعلم النفس، ع(٣٣)، ٤٠٧-٤٣١
١٠. مشرف، ميسون محمد (٢٠٠٩). التفكير الأخلاقي وعلاقته بالمسؤولية الاجتماعية وبعض المتغيرات لدى طلبة الجامعة الإسلامية بغزة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التربية الجامعة الإسلامية-غزة.
١١. هللو، إسلام (٢٠١٣). دور الجامعات الفلسطينية في خدمة المجتمع في ضوء مسؤوليتها الاجتماعية من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس دراسة حالة جامعة الأقصى، رسالة ماجستير غير منشورة، الجامعة الإسلامية-غزة.
١٢. Abu, Baker N. And Abdel Karim. N.M(١٩٩٨). Corporate social responsibility and Accountability As A comprehensive Approach Developing reporting And disclosure practices In Jordon, Dirasat, Vol. (٢٥). No,(٢).
١٣. Dahan G. S., and (٢٠١٢). Corporate Social responsibility in higher education institutions Istanbul Bilgi University case American International Journal of Contemporary Researcher ٢(٣), ٩٥-١٠٣.
١٤. Hellmann, B. (٢٠٠٣). Status (differential) as predictor of student learning and motivation, teacher evaluation, socio-communicative style and credibility. Paper presented at the annual meeting of the international communication association Marriott hotel. san Diego, CA, May ٢٧.
١٥. Jossey, B. Jossey, C. (٢٠٠٨). Social role of higher education in social AS a public good for the public good higher college: the undergraduate experience in America. New York. Boye.



١٦. Obalola, M.(٢٠٠٨). Corporate social Responsibility Philanthropy, Insurance, Nigeria, socil Responsibility Journal, Vol(٤), No(٤) Emerlald Group Publishing Ltd.