

رماح للبحوث والدراسات

مجلة دولية علمية محكمة

تصدر عن مركز البحث وتطوير الموارد البشرية رماح / الأردن

وجامعة القرآن وتاصيل العلوم / السودان

العدد (89) كانون أول (ديسمبر) 2023



رماح

للبحوث والدراسات

مجلة دولية علمية محكمة

تصدر عن مركز البحث وتطوير الموارد البشرية رماح / الأردن

وجامعة القرآن وتأصيل العلوم / السودان

العدد (89) كانون أول (ديسمبر) 2023

الورقي ISSN : 2392- 5418

الالكتروني ISSN:2520- 7423

الإيداع القانوني 24352015

رماح للبحوث والدراسات مجلة دولية علمية محكمة

تصدر عن مركز البحث وتطوير الموارد البشرية - رماح / عمان - الأردن

بالتعاون مع

جامعة القرآن وتاصيل العلوم / السودان

الرئيس الشرفي للمجلة: الأستاذ الدكتور محمد عبدالله سليمان

مدير المجلة: الأستاذ الدكتور خالد راغب الخطيب

رئيس التحرير: الأستاذ الدكتور سعادة الكسواني

نائب مدير تحرير المجلة:

هيئة تحرير المجلة

الأردن	جامعة البلقاء التطبيقية	أ.د. خليل الرفاعي (رئيس هيئة التحرير)
فلسطين	جامعة القدس المفتوحة	أ.د. يوسف أبو فارة
العراق	المديرية العامة لتربية ذي قار	م.د. أسعد شاكر حميد جاسم
السودان	جامعة القرآن الكريم وتاصيل العلوم	دكتور بربير سعد الدين الشيخ السماني
الجزائر	جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية	أ.د. دراجي سعيد
الأردن	جامعة العلوم الإسلامية العالمية	أ.د. هناء الحنيطي
السودان	جامعة القرآن الكريم وتاصيل العلوم	أ.د. محمد الفاتح زين العابدين
الأردن	مركز رماح	د. صائب كامل اللالا
العراق	وزارة التربية والتعليم	د. مصدق الدوري

الهيئة الاستشارية للمجلة

الأردن	جامعة الزرقاء	أ.د. نضال الرمحي (رئيس الهيئة الاستشارية)
الكويت		د. مبارك عادل الميع
الجزائر	جامعة بليدة	أ.د. كمال رزيق
الجزائر	جامعة ورقلة	أ.د. سليمان الناصر
السودان	جامعة القرآن الكريم وتاصيل العلوم	د. حسن الفاتح الشيخ
الجزائر	جامعة عنابة	أ.د. هوام جمعة
مصر	جامعة القاهرة	أ.د. سالي محمد فريد
السودان	جامعة القرآن الكريم وتاصيل العلوم	د. مزمل حسن يوسف
مصر	جامعة عين شمس	أ.د. أشرف محمد عبد الرحمن مؤنس
لبنان	جامعة جنان	أ.د. رامز طنبور
السودان	جامعة القرآن الكريم وتاصيل العلوم	د. محمد الطيب
السعودية	جامعة القصيم	أ.د. عبد الرحمن صالح الغفيلي
ليبيا	جامعة عمر المختار	أ.د. وائل جبريل
السودان	جامعة القرآن الكريم وتاصيل العلوم	د. خديجة عبد الكريم خيري
فلسطين	جامعة القدس المفتوحة	أ.د. شاهر عبيد
الأردن	مركز رماح	أ.د. عماد الصعيدي
الإمارات العربية المتحدة	جامعة الفلاح	أ.د. سمير البرغوثي
موريتانيا	جامعتي حائل / نواكشوط	أ.د. عبد الله سيدي محمد أبنيو
السودان	جامعة القرآن الكريم وتاصيل العلوم	د. جمال محمد البشري
السعودية	جامعة شقراء	أ.د. نايف عبد العزيز مطاوع
السودان	الهيئة الاستشارية	بروفيسور محمد الفاتح زين العابدين
الكويت	الهيئة العامة للتعليم التطبيقي والتدريب	الدكتورة حليلة إبراهيم محمد الفيلاوي
		أ.د. عثمان أحمد البشير

شروط النشر

إن إدارة المجلة لا تتحمل أية مسؤولية عن أصالة البحوث ولا تتحمل أية مسؤولية قانونية، وأن الباحثين هم من يتحملوا المسؤولية الكاملة.

- تقديم تعهد بعدم إرسال البحث لمجلة أخرى وعدم المشاركة به في مؤتمرات علمية.
- ألا تتجاوز صفحات البحث 20 صفحة ويكون ملخص البحث بلغتين لغة البحث بالإضافة إلى اللغة الإنجليزية ان لم تكن هي لغة البحث، ويكتب عنوان البحث باللغة الانجليزية رفقة اسم الباحث والكلمات المفتاحية.
- تقدم الأبحاث مطبوعة على ورق من حجم A4 وتكون المسافة مفردة بين الأسطر مع ترك هامش من كل الجوانب لمسافة 4.5 سم، وأن يكون الخط (Traditional Arabic) قياس 14 باللغة العربية ويكون الخط (Times New Roman) قياس 12 باللغة الإنجليزية أو الفرنسية، وفق برنامج (Microsoft Word)
- يرقم التمهيش والإحالات ويعرض في أسفل الصفحة: المؤلف، عنوان الكتاب أو المقال، عنوان المجلة أو الملتقى، الناشر، الطبعة، البلد، السنة، الصفحة أو ضمن البحث مع ذكر المؤلف وسنة النشر والصفحة .
- تتمتع المجلة بكامل حقوق الملكية الفكرية للبحوث المنشورة.
- على الباحث أن يكتب ملخصين للبحث: أحدهما بلغة البحث والآخر باللغة الإنجليزية، على ألا يزيد عدد كلمات الملخص عن 150 كلمة. منهج العلمي المستخدم في حقل البحث المعرفي واستعمال أحد الأساليب التالية في الإستهاد في المتن والتوثيق في قائمة المراجع، أسلوب إم إل أي (MLA) أو أسلوب شيكاغو (Chicago) في العلوم الإنسانية أو أسلوب أي بي أي (APA) في العلوم الإجتماعية، وهي متوافرة على الأنترنت.
- المقالات المنشورة في هذه المجلة لا تعبر إلا عن آراء أصحابها .
- يحق لهيئة التحرير إجراء بعض التعديلات الشكلية على المادة المقدمة متى لزم الأمر دون المساس بمحتوى الموضوع

- ترسل الأبحاث على البريد الإلكتروني التالي:

remah@remahtainingjo.com أو khalidk51@hotmail.com

إلى العنوان البريدي، شارع الجاردنز عمان الأردن

هاتف: 00962799424774 أو 00962795156512

موقع المجلة: www.remahtainingjo.com

موقع المجلة بقواعد البيانات العالمية :

- قاعدة ISI الماليزية على الموقع:
<http://isindexing.com/isi/journaldetails.php> ?
- قاعدة ebsco الأمريكية على الموقع : [http /www. ebsco.com](http://www.ebsco.com)
- قاعدة ULRICHS الألمانية على الموقع:
<http://ulrichsweb.serialssolutions.com/title/1536488677317824429>
- محرك البحث العلمي جوجل سكولار google scholars على الموقع:
<http://www.google.com>
- قاعدة EcoLink المتواجدة على الموقع www.mandumah.com
- قاعدة بيانات المنهل www.almanhal.com
- قاعدة ASKZED على الموقع : <http://www.ASKZED.com>
- قاعدة معرفة على الموقع : <http://www.maarifa.com>
- قاعدة بوابة الكتاب العلمي : <http://www.theleambook.com>
- معامل التأثير العربي، قاعدة البيانات العربية الرقمية (أرسيف) 2019.
- قاعدة بيانات:
<https://www.citefactor.org/journal/index/25867/ramah-journal-of-economic-research#.XzPCkCgzZPY>
- قاعدة أرسيف (Arcif) .



Arab Impact Factor
مخلص بالمجلات التي تصدر باللغة العربية



رماح للبحوث والدراسات	
Research and Development of Human Resources Center (REMAH)	اسم المجلة بالانجليزية
2392-5418	ISSN
 الأردن	الدولة
اضغط هنا	اصدارات المجلة
1.1	معامل التأثير لسنة 2018
1.3	معامل التأثير لسنة 2019
1.5	معامل التأثير لسنة 2020

ASSOCIATION OF ARAB UNIVERSITIES
Office of the
Secretary General

اتحاد الجامعات العربية
مكتب
الأمين العام

الرقم د.ع. / ٦٧٣
التاريخ
الموافق ٢٠٢٤/١١/٢١ م

Ref. _____
Date _____

الأستاذ الدكتور رئيس/ مدير الجامعة المحترم

تحية طيبة وبعد.

تهديكم الأمانة العامة لاتحاد الجامعات العربية أطيب تحياتها، وانطلاقاً من دور الاتحاد في دعم التقدم العلمي العربي والنشر العلمي والابتكار التكنولوجي وريادة الأعمال المعتمدة على الأفكار الابتكارية، يسرنا إرسال قائمة بالمجلات المعتمدة من اتحاد الجامعات العربية التي تصدر باللغة العربية ومصنفة طبقاً لمشروع معامل التأثير العربي من خلال التقرير السنوي الخامس لمعامل التأثير العربي والذي صدر في 15 أكتوبر 2019 والمبينة على الرابط <http://www.arabimpactfactor.com/pages/report.php?date=2018> :

وبهذه المناسبة يسعدنا دعوتكم للانضمام إلى المنصة التي قام بتأسيسها اتحاد الجامعات العربية للحفاظ على الإنتاج العلمي والفكري للباحثين العرب وتسهيل آلية النشر للأبحاث على المستوى الدولي لإظهار التميز الإبداعي للباحثين العرب حيث أن أحد المعايير التي يتم الأخذ بها عند حساب معامل التأثير العربي هو عدد مرات تحميل البحوث من خلال Digital Commons تمهيداً لتقديمها للحصول على تصنيف سكوبس الدولي.

بأني ذلك ضمن الخطة الاستراتيجية الجديدة التي يتبناها اتحاد الجامعات العربية والتي تهدف إلى تطوير أداء الاتحاد وتقديم خدمات عامة ونوعية لقطاع التعليم العالي في المنطقة العربية.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام...

الأمين العام
أ.د. عمرو عزت سلامة

ص.ب 121 طارق 11947 عمان - المملكة الأردنية الهاشمية ، هاتف 00962-6-5062048 ، فاكس 00962-6-5062051 ، برفقياً : اتحاد جامعات
P.O.Box 121 Tariq 11947 Amman - Jordan, Tel. 00962-6-5062048, Fax: 00962-6-5062051 , e-mail: secgen@aarj.edu.jo
www.aarj.edu.jo



معامل التأثير والاستشهادات المرجعية العربي
Arab Citation & Impact Factor
Arab Online Database
قاعدة البيانات العربية الرقمية

Arcif
Analytics

التاريخ: 2019-10-14

الرقم: ARCIF 19/317

سعادة أ. د. رئيس تحرير مجلة رماح للبحوث و الدراسات
مركز البحث و تطوير الموارد البشرية (رماح) / الأردن
تحية طيبة وبعد،،،

نتقدم إليكم بفائق التحية والتقدير، و نهديكم أطيب التحيات وأسمى الأمانى.

يسر معامل التأثير والاستشهادات المرجعية للمجلات العلمية العربية (Arcif - ارسيف)، أحد مبادرات قاعدة بيانات "معرفة" للإنتاج والمحتوى العلمي، إعلامكم بأنه قد أطلق تقريره السنوي الرابع للمجلات للعام ٢٠١٩، خلال الملتقى العلمي "مؤشرات الإنتاج والبحث العلمي العربي والعالمى فى التحولات الرقمية للتعليم الجامعى العربى" بالتعاون مع الجامعة الأمريكية فى بيروت بتاريخ ٣ أكتوبر ٢٠١٩.

يخضع معامل التأثير "Arcif ارسيف" لإشراف "مجلس الإشراف والتنسيق" الذي يتكون من ممثلين لعدة جهات عربية ودولية: (مكتب اليونيسكو الإقليمي للتربية فى الدول العربية ببيروت، لجنة الأمم المتحدة لغرب اسيا (الإسكوا)، مكتبة الاسكندرية، قاعدة بيانات معرفة، جمعية المكتبات المتخصصة العالمية/ فرع الخليج). بالإضافة للجنة علمية من خبراء وأكاديميين ذوي سمعة علمية رائدة من عدة دول عربية وبريطانيا.

ومن الجدير بالذكر بأن معامل " ارسيف Arcif " قام بالعمل على جمع ودراسة و تحليل بيانات ما يزيد عن (٤٣٠٠) عنوان مجلة عربية علمية أو بحثية فى مختلف التخصصات، والصادرة عن أكثر من (١٤٠٠) هيئة علمية أو بحثية فى (٢٠) دولة عربية، (باستثناء دولة جيبوتي وجزر القمر لعدم توفر البيانات). ونجح منها (٤٩٩) مجلة علمية فقط لتكون معتمدة ضمن المعايير العالمية لمعامل " ارسيف Arcif " فى تقرير عام ٢٠١٩ .

ويسرنا تهنئتم وإعلامكم بأن **مجلة رماح للبحوث و الدراسات** الصادرة عن **مركز البحث و تطوير الموارد البشرية (رماح)**، قد نجحت بالحصول على معايير اعتماد معامل " ارسيف Arcif " المتوافقة مع المعايير العالمية، والتي يبلغ عددها ٣١ معياراً، وللاطلاع على هذه المعايير يمكنك الدخول إلى الرابط التالى: <http://e-marefa.net/arcif/criteria>

و كان معامل ارسيف Arcif " لمجلتكم لسنة ٢٠١٩ (٠.٠١٠٣). مع العلم أن متوسط معامل ارسيف فى تخصص "العلوم الاقتصادية والمالية وإدارة الأعمال" على المستوى العربي كان (٠.١٣٩)، وصنفت مجلتكم فى هذا التخصص ضمن الفئة (الثالثة Q3)، وهى الفئة الوسطى.

و بإمكانكم الإعلان عن هذه النتيجة سواء على موقعكم الإلكتروني، أو على مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك الإشارة فى النسخة الورقية لمجلتكم إلى معامل " ارسيف Arcif " الخاص بمجلتكم.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

أ.د. سامى الخزندار
رئيس مبادرة معامل التأثير
" ارسيف Arcif "



+962 6 5548228 -9
+ 962 6 55 19 10 7

E info@e-marefa.net
www.e-marefa.net

Amman - Jordan
2351 Amman, 11953 Jordan



July 9, 2017

Mari Bergeron
EBSCO Information Services
10 Estes Street
Ipswich MA 01938 USA

Prof. Dr. Khalid Al-Khatib,
Research & Development of Human Resources Center
Amman, Jordan

Dear Professor Al-Khatib,

It is our pleasure to confirm that the following publications published by Research & Development of Human Resources Center have been licensed and indexed in EBSCOhost

- *REMAH Journal.*
- *Business Organizations Conference.*

EBSCO is the leading provider of databases to thousands of universities, business schools, medical institutions, schools and other libraries worldwide. Indexed content is available only through institutional subscription. Libraries in nearly every country subscribe to one or more EBSCO databases, and in more than 70 countries, all libraries subscribe. EBSCO hosts both peer reviewed and non-peer reviewed titles on our databases. The content serves educational needs of the researchers around the world as well the economic interest of the US.

You are welcome to announce your partnership with EBSCO on your website or in the front matter of your journal as soon as you like

Thank you for contributing your content to our databases.

Sincerely,

Mari Bergeron
Director of International Content Licensing Manager
EBSCO Information Services
mbergeron@ebSCO.com

Headquarters: 10 Estes Street P.O. Box 682 Ipswich, MA 01938 USA
hone: (978) 356-6500 (800) 653-2726 Fax: (978) 356-6565 E-mail: information@ebSCO.com Web: www.ebSCO.com





Home About Us Impact Factor Publishers Suggest Contact

Categories

Articles	168369
Journals	20546

News

[Journal Impact Factor Report 2018](#)

Date: 28th Dec, 2018

[Journal Impact Factor List 2014 \(Now Online !!!\)](#)

Date: 02nd August, 2014

[Getting Your Journal Indexed](#)

Date: 08th May, 2014

[2012 Impact Factor List](#)

Date: 28th April, 2014

Ramah Journal of Economic Research

An international scientific, refereed journal specialized in economics and administrative sciences, issued by the Center for Research and Human Resources Development: (Jordan's spears). It was established in 2005.



URL: <https://remahresearch.com/index.php/2020-03-02-13-00-36.html>

Keywords: economics and administrative sciences, Research and Human Resources Development, journal

ISSN: 2392-5418

EISSN: 2392-5418

Subject: Business and Management

Publisher: Remah Center

Year: 2005

Country: Jordan

Research Paper Indexed by Citefactor - Not Available

Views: 2

The screenshot shows the EBSCOhost database interface. The main content area displays the following information for 'REMAH Journal':

- Title:** REMAH Journal
- ISSN:** 2392-5418
- Publisher Information:** Research & Development of Human Resources Center (REMAH), Garden St. Complex behind Building No.36, 1st Floor, office No. 106, Amman, Jordan
- Bibliographic Records:** 05/01/2015 to present
- Publication Type:** Academic Journal
- Subjects:** Human Resources; Research & Development
- Description:** This journal specializes in Economics and Business, Finance and Accounting
- Publisher URL:** <http://www.remahtrainingjo.com/index.htm>
- Frequency:** 2
- Peer Reviewed:** Yes

On the right side, there are links for 'All Issues' with expandable options for '+ 2016' and '+ 2015'. The interface also includes a search bar, navigation buttons, and a 'Share' option.

Subject	BUSINESS AND ECONOMICS
Dewey #	330
▼ Additional Title Details	
Parallel Language Title	Remah - Review for Research and Studies
Key Features	Refereed / Peer-reviewed Website URL
Other Features	Back issues available
▼ Publisher & Ordering Details	
Commercial Publisher	
Al- Lugnat al-Bidagugiyat al-Wataniyat li Maydan al-Takwin fi al-'Ulum al-Iqtisadiyat wa al-Tigariyat wa 'Ulum al-Tasyir / Research and Development of Human Recourses Center	
Address: Garden St., Khalaf Company, Bldg. no.36, 1st Fl., Office no.106, Amman, Jordan	
Website: http://www.remahtrainingjo.com/	
Corporate Author	
Al- Lugnat al-Bidagugiyat al-Wataniyat li Maydan al-Takwin fi al-'Ulum al-Iqtisadiyat wa al-Tigariyat wa 'Ulum al-Tasyir / Research and Development of Human Recourses Center	
Address: Garden St., Khalaf Company, Bldg. no.36, 1st Fl., Office no.106, Amman, Jordan	
Website: http://www.remahtrainingjo.com/	
▼ Price Data	
JOD 10.00 subscription per year (effective 2018)	



معامل التأثير والاستشهادات المرجعية العربي
قاعدة البيانات العربية الرقمية

Arcif
Analytics

التاريخ: 2021/09/28

الرقم: ARCIF L21/289

سعادة أ. د. رئيس تحرير مجلة رماح للبحوث والدراسات المحترم
مركز البحث و تطوير الموارد البشرية (رماح)، عمان، الأردن
تحية طيبة وبعد،،،

يسر معامل التأثير والاستشهادات المرجعية للمجلات العلمية العربية (ارسييف - ARCIF)، أحد مبادرات قاعدة بيانات "معرفة" للإنتاج والمحتوى العلمي، إعلامكم بأنه قد أطلق التقرير السنوي السادس للمجلات للعام 2021.

يخضع معامل التأثير "Arcif" لإشراف "مجلس الإشراف والتنسيق" الذي يتكون من ممثلين لعدة جهات عربية ودولية: (مكتب اليونيسكو الإقليمي للتربية في الدول العربية ببيروت، لجنة الأمم المتحدة لغرب اسيا (الإسكوا)، مكتبة الاسكندرية، قاعدة بيانات معرفة، جمعية المكتبات المتخصصة العالمية/ فرع الخليج). بالإضافة للجنة علمية من خبراء وأكاديميين ذوي سمعة عالمية رائدة من عدة دول عربية وبريطانيا.

ومن الجدير بالذكر بأن معامل "ارسييف Arcif" قام بالعمل على فحص ودراسة بيانات ما يزيد عن (5100) عنوان مجلة عربية علمية أوبحثية في مختلف التخصصات، والصادرة عن أكثر من (1400) هيئة علمية أو بحثية في (20) دولة عربية (باستثناء دولة جيبوتي وجزر القمر لعدم توفر البيانات). ونجح منها (877) مجلة علمية فقط لتكون معتمدة ضمن المعايير العالمية لمعامل "ارسييف Arcif" في تقرير عام 2021 .

ويسرنا تهنئتك وإعلامكم بأن **مجلة رماح للبحوث و الدراسات** الصادرة عن **مركز البحث و تطوير الموارد البشرية (رماح)، عمان، الأردن** قد نجحت في تحقيق معايير اعتماد معامل "ارسييف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية، والتي يبلغ عددها (32) معياراً، وللاطلاع على هذه المعايير يمكنكم الدخول إلى الرابط التالي: <http://e-marefa.net/arcif/criteria>

و كان معامل "ارسييف Arcif" العام لمجلتكم لسنة 2021 (0.0962).

وقد صنفت مجلتكم في تخصص العلوم الاقتصادية والمالية وإدارة الأعمال (متداخلة التخصصات) ضمن الفئة (الثانية Q2)، وهي الفئة الوسطى المرتفعة، مع العلم أن متوسط معامل ارسيف في هذا التخصص على المستوى العربي كان (0.158).
وبإمكانكم الإعلان عن هذه النتيجة سواء على موقعكم الإلكتروني، أو على مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك الإشارة في النسخة الورقية لمجلتكم إلى معامل "ارسييف Arcif" الخاص بمجلتكم.

ختاماً، نرجو في حال رغبتكم الحصول على شهادة رسمية إلكترونية خاصة بنجاحكم في معامل " ارسيف"، التواصل معنا مشكورين.

وتفضلوا بقبول فائق الاحترام والتقدير

أ.د. سامي الخزندار
رئيس مبادرة معامل التأثير
" ارسيف Arcif"



+962 6 5548228 -9
+ 962 6 55 19 10 7

info@e-marefa.net
www.e-marefa.net

Amman - Jordan
2351 Amman, 11953 Jordan



File Edit View History Bookmarks Tools Help

Inbox (953) - arabimpactfactor.com

بيانات المجلة arabimpactfactor.com/pages/gethir

https://www.arabimpactfactor.com/pages/tafaseljournal.php?id=78 67%

Arab Impact Factor
خاص بالمجلات التي تصدر باللغة العربية

معامل التأثير العربي

ISSN: 2392-5418

Admin Panel

تقرير رماح للبحوث والدراسات لعام 2021

Research and Development of Human Recourses Center (REMAH)	اسم المجلة بالانجليزية
2392-5418	ISSN
الاردن	الدولة
2.56	معامل التأثير
اضغط هنا	اصدارات المجلة

10:58 ص ٢٠٢١/١٠/١٧



GLOBAL UNION OF
JOURNALISTS
& MEDIA PERSONS

الاتحاد العالمي للصحفيين والإعلاميين

شهادة عضوية

مُنحت الشهادة ل

رماح

التخصص: **مجلة دولية علمية محكّمة**
مقر العمل: **الأردن**

مع ما يترتب عليها من حقوق وواجبات وامتيازات مقررة للأعضاء بموجب قانون العضوية في الاتحاد العالمي للصحفيين والإعلاميين وقد أعطيت له هذه الإفادة حسب الأصول
رقم العضوية: **IUJ5506**

تاريخ الإصدار
16 / 10 / 2022

تاريخ الانتهاء
16 / 10 / 2024



رئاسة الاتحاد العالمي
للصحفيين والإعلاميين

GLOBAL UNION OF JOURNALISTS AND MEDIA PERSONS CIC

License number: 13973502
Registered address: 22 EDWARD ROAD, LEICESTER, UNITED KINGDOM LE2 1TF
Nature of business (SIC)

58130 - Publishing of newspapers
85422 - Post-graduate level higher education
94120 - Activities of professional membership organisations
94990 - Activities of other membership organisations not elsewhere classified
Notice: Any illegal or non-professional use of this certificate, the membership of its holder will be suspended in accordance with the terms and conditions of the GLOBAL UNION OF JOURNALISTS & MEDIA PERSONS.



www.iu.news
www.IUJournalists.org



Republic of Iraq
Ministry of Higher Education
& Scientific Research
Mustansiriyah University
College of Administration & Economics
Dep. :
No :
Date : / / 20



جمهورية العراق
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
الجامعة المستنصرية
كلية الادارة والاقتصاد
القسم : ٦٤٠٩ / ٤٠٣
العدد :
التاريخ : ٢٠٢٢/١١/١٧



الى الأقسام العلمية كافة

م / اعتمادية مجلة

تحية طيبة ...

نود اعلامكم باعتماد المجلة العلمية (الرماح) التي تصدر عن مركز البحث وتطوير الموارد البشرية (عمان - الاردن) ، وهي مجلة علمية متخصصة في العلوم الاجتماعية والانسانية والادارية والسياسية ، تأسست عام ٢٠٠٥ بالتعاون مع جامعة القران الكريم وتاصيل العلوم في السودان .
علماً ان الرمز المعياري للمجلة الورقي (ISSN:2392-5418) والالكتروني (7423-2520) وموقعها الالكتروني (WWW.remahresearch.com) ، لغرض نشر البحوث العلمية للتدريسيين وطلبة الدراسات العليا .

مع التقدير ...

أ.م.د. خديجة جمعة مطر
معاون العميد للشؤون العلمية
٢٠٢٢/١١/١٧

نسخة منه الى //

- مكتب السيد العميد المحترم .. مع التقدير .
- ✓ مكتب السيد المعاون العلمي المحترمة .. مع الاوليات .
- قسم الاحصاء .. مذكرتك المرقمة (٣٦١ في ٢٥/١٠/٢٠٢٢) .
- ملفه الصادرة .
- بهاء ١١/١٧ .

STATE OF LIBYA
GOVERNMENT OF NATIONAL UNITY
MINISTRY OF HIGHER EDUCATION
& SCIENTIFIC RESEARCH
RESOLUTIONS



دولة ليبيا
حكومة الوحدة الوطنية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
القرارات

**قرار وزير التعليم العالي والبحث العلمي
رقم (339) لسنة 2022 م
بشأن ضوابط نشر الإنتاج العلمي لفرض الترقية العلمية لأعضاء هيئة التدريس**

وزير التعليم العالي والبحث العلمي:

- بعد الاطلاع على الإعلان الدستوري المؤقت وتعديلاته
- وعلى الاتفاق السياسي الليبي الموقع في (17 ديسمبر 2015 ميلادي).
- وعلى القانون رقم (12) لسنة (2010 م) بشأن إصدار قانون علاقات العمل ولائحته التنفيذية.
- وعلى القانون رقم (18) لسنة 2010 م بشأن التعليم.
- وعلى قرار مجلس النواب رقم (1) لسنة 2021 م بشأن منح الثقة لحكومة الوحدة الوطنية
- وعلى قرار مجلس وزراء حكومة الوحدة الوطنية رقم (39) لسنة 2021 م بشأن اعتماد الهيكل التنظيمي وتعديد اختصاصات وزارة التعليم العالي والبحث العلمي وتنظيم جهازها الإداري.
- وعلى قرار اللجنة الشعبية العامة سابقا رقم (501) لسنة 2010 م بشأن إصدار لائحة تنظيم التعليم العالي وتعديلاته.
- وعلى كتاب السيد / المستشار الأكاديمي بوزارة التعليم العالي والبحث العلمي .

قرر

مسادة (1)

لا يعتمد بأي إنتاج علمي مقدم لفرض الترقية العلمية لأعضاء هيئة التدريس إلا إذا كان منشورا بأحدى الوسائل التالية :

- 1- البحوث المنشورة بالمجلات العلمية المحكمة المعتمدة من الهيئة الليبية للبحث العلمي .
- 2- المجلات العلمية المعتمدة في قاعدة بيانات سكوبس الدولية (Scopus) - ويمكن الوصول مجانا إليها عبر الرابط التالي:
<https://www.scopus.com/sources.uri?zone=Top Nav bar&origin=searchbasic>
- 3- المجلات المعتمدة في قاعدة بيانات ويب أوف ساينس (web of science) - ويمكن الوصول إليه عبر الرابط التالي:
<https://mil.ciarivate.com/search-results>
- 4- المجلات المدرجة في قاعدة بيانات معامل التأثير العربي - ويمكن الوصول إليها عبر الرابط التالي:
<https://www.arabimplyfactor.com/pages/journals.php>

مسادة (2)

يعمل بهذا القرار من تاريخ صدوره وعلى الجهات المعنية تنفيذه.



عبدالمجيد القويد
وزير التعليم العالي والبحث العلمي

صدر في
يوم 27
بتاريخ 27 / 2 / 2022 م
شرف

هاتف: 00218 21 484 34 57
هاتف: 00218 21 484 32 52

www.mhesr.gov.ly

طرابلس - ليبيا

افتتاحية العدد

بحمد الله وفضله ارتفع معامل التأثير العربي لمجلة رماح للبحوث والدراسات/الأردن وفقا لتقرير عام (2020) والصادر عن مشروع التأثير العربي باتحاد الجامعات العربية، حيث بلغ (1.5) مقارنة بالتقرير السابق عام (2019) والذي حظي (1.3).

وبعون الله وتوفيقه نرفخ خبر إنتلافنا وتعاوننا منذ صدور العدد (51) والأعداد التي تليه مع جامعة القرآن الكريم وتاصيل العلوم في السودان اعتباراً من 2021/1/1. كما أننا نشكر الله تعالى على استمرارية العمل واستمرارية تقدم الخُطى نحو العالمية، بصدور العدد (89) حيث تم إدخال المجلة لمحرك البحث العلمي جوجل سكولار (Google Scoler)، وقاعدة بيانات المكتبة البريطانية وأولخ الألمانية وهذه خطوة تسمح لنا بالدخول إلى القواعد الأخرى بإذن الله علماءً بأن المجلة موجودة على قاعدة بيانات إبيسكو الأمريكية، وحصلت المجلة بحمد الله على مُعامل التأثير العربي، وباختراق مذهل انضمت المجلة لموقع CiteFactor.

وهذا العدد (89) فيه من الأبحاث القيمة لباحثين من جامعات عربية متعددة من: الأردن، الجزائر، السعودية، العراق، قطر، الكويت، السودان، فلسطين، مصر... الخ.

كما يسرنا إعلامكم بأن مجلة رماح قد نجحت في تحقيق معايير اعتماد معامل "أرسيف Arcif" المتوافقة مع المعايير العالمية والتي يبلغ عددها (32) معياراً، ولإطلاع على هذه المعايير يمكنكم الدخول إلى الرابط التالي:

http://e-marefa.net/arcif/criteria وكان معامل "أرسيف Arcif" لسنة
2021 (0.0962).

وقد صنفت المجلة في تخصص العلوم الاقتصادية والمالية وإدارة الأعمال
(متداخلة التخصصات) ضمن الفئة (الثانية Q2) وهي الفئة الوسطى المرتفعة.
آملين من الله العلي القدير أن تبقى مجلة رماح متميزة ببحوثها وتسعى للتطور
مع كل عدد.

رئيس التحرير

الاستاذ الدكتور سعادة الكسواني

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
5	هيئة تحرير المجلة
6	الهيئة الاستشارية للمجلة
7	شروط النشر
8	موقع المجلة بقواعد البيانات العالمية
9	شهادات المجلة
21	افتتاحية العدد
23	فهرس المحتويات
27	دراسة العلاقة السببية بين التضخم وسعر الصرف في السودان – للمدة 1985-2022م. باستخدام نموذج الانحدار الذاتي المتجه (VAR) المؤلفان د. حسن علي عثمان فطر الأستاذ المشارك – قسم الاقتصاد – كلية الاقتصاد والدراسات التجارية- جامعة نيالا – السودان د. ادم سليمان عيسى بخيت الأستاذ المساعد – قسم الاقتصاد – كلية الاقتصاد والدراسات التنموية – جامعة الضعين - السودان
57	الهوية الصوتية في الإعلان ودورها في تكوين الصورة الذهنية للمنظمات إعداد علي بن يحيى مشيه خبير الاتصال الاستراتيجي والإعلام المملكة العربية السعودية

105	<p>أعراض مرض السل وأثاره على مستوى جودة الحياة لدى المصابين به: دراسة تطبيقية على مرضى السل في منطقة نجران إعداد الباحثين: عبد الرحمن يحيى جحشر (الباحث الرئيسي)، سعود مسفر مصلوم، عبدالله حسن دعكم، عبد المحسن مسعود ورقش، محمد علي الكنفري، مسفر سعيد ال سوار، بندر مسعود ورقش، يوسف حسن دعكم، بشائر مضواح القحطاني، ياسر مسعود ال دغمان</p>
149	<p>دور الإعلام الرقمي في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية دراسة تطبيقية على بنك عز الإسلامي في سلطنة عمان الباحث أحمد بن عامر بن سهيل العمري</p>
191	<p>دور الذكاء الاصطناعي في تحقيق التنمية المستدامة دراسة تحليلية قانونية إعداد الباحث نظمي خالد حسين</p>
233	<p>بعض العوامل الاجتماعية والثقافية المرتبطة بالاعتقاد بالغيبيات (السحر والشعوذة) في المجتمع الليبي دراسة ميدانية على عينة من الشباب بمدينة سرت د. سعد عبد العزيز مناع عضو هيئة تدريس بجامعة سرت أ. مريم مصباح محمد اطيقة عضو هيئة تدريس بجامعة سرت</p>
265	<p>دراسة أداء المتاجر الالكترونية في تحقيق التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية : الفرص والمعوقات هدى خالد سراج العمري</p>

<p>301</p>	<p>مدى توافق التعليم المحاسبي مع متطلبات سوق العمل -دراسة مقارنة بين دبلوم المحاسبة في الجامعات وفي كليات التقنية بمنطقة عسير- اعداد محمد عبيد محمد الأحمري</p>
<p>345</p>	<p>التخرج في الميراث وفقاً للنظام القانوني الفلسطيني دانه قدرى أبوبكر طالبة دكتوراة - جامعة صفاقس – تونس</p>
<p>373</p>	<p>البصيرة المعرفية والكفاءة الذاتية لدى طلبة الجامعة (دراسة مقارنة) م. د لبنى هاشم لطفي كلية التربية للعلوم الانسانية / قسم العلوم التربوية والنفسية</p>
<p>403</p>	<p>هوية الاقتصاد الليبي ومناخ الاستثمار في ليبيا دراسة تحليلية لمؤشرات التنمية والموارد الاقتصادية المتاحة في ليبيا خلال الفترة (2010 - 2020) اعداد ارويحلة ابراهيم محمد حسين محاضر بجامعة درنة</p>
<p>433</p>	<p>مستوى ممارسة التخطيط الإستراتيجي في معاهد التعليم التقني والتدريب المهني بالجمهورية اليمنية في ضوء إستراتيجية ريادة الأعمال الباحث / مصطفى علي أحمد الجعدي طالب دكتوراه - قسم الإدارة والتخطيط التربوي - كلية التربية - جامعة صنعاء أ.د / عبدالجبار الطيب أمين أستاذ الإدارة والتخطيط التربوي المشارك بكلية التربية - جامعة صنعاء أ.د / محمد عبد الله حميد أستاذ الإدارة والتخطيط التربوي المشارك بكلية التربية - جامعة حجة</p>

دراسة العلاقة السببية بين التضخم وسعر الصرف في السودان - للمدة

1985 - 2022م - باستخدام نموذج الانحدار الذاتي المتجه (VAR)

Study of Causality Relationship between Inflation and Exchange rate in Sudan for the period 1985- 2022 by using Victor Autoregressive Model (VAR)

المؤلفان

د. حسن علي عثمان فطر

الأستاذ المشارك - قسم الاقتصاد - كلية الاقتصاد والدراسات التجارية - جامعة نيالا - السودان

د. ادم سليمان عيسى بخيت

الأستاذ المساعد - قسم الاقتصاد - كلية الاقتصاد والدراسات التنموية - جامعة الضعين - السودان

Authors

1- Dr. Hassan Ali Osman Fatur

Associate Professor Department of Economic - Faculty of Economic and Commercial Studies - University of Nyala - Sudan

2- Dr. Adam Suliman Eissa Bakhit

Assistant Professor - Department of Economic - Faculty of Economic and Developmental Studies - ALdeain University- Sudan

المستخلص :

هدفت الدراسة إلى تحديد شكل العلاقة بين التضخم وسعر الصرف والتأثير الذي يمكن أن يحدثه كل متغير على الآخر في السودان في الفترة (1985- 2022م)، ولتحقيق هذا الهدف تم بناء وصياغة نموذج قياسي لقياس تلك الأثر. تمثلت مشكلة الدراسة في السؤال الرئيس: إلى أي مدى يمكن أن تساهم ارتفاع سعر صرف الجنيه السوداني في خفض معدلات التضخم في السودان؟ اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري وفي الجانب التطبيقي اتبعت المنهج الإحصائي مستخدمة أدوات الاقتصاد القياسي في التحليل (نموذج شعاع الانحدار الذاتي). تم الحصول على بيانات الدراسة لتلك الفترة من الجهاز المركزي للإحصاء وبنك السودان المركزي، افترضت الدراسة وجود علاقة سببية بين سعر الصرف والتضخم في السودان. خلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: وجود علاقة سببية تتجه من التضخم إلى سعر الصرف، وكذلك وجود علاقة سببية تتجه من سعر الصرف إلى التضخم في السودان. أوصت الدراسة بضرورة اتباع سياسة نقدية انكماشية للسيطرة على التضخم وتحقيق استقرار سعر الصرف.

الكلمات المفتاحية: التضخم، سعر الصرف، العلاقة السببية، الانحدار الذاتي، نموذج.

Abstract

The study aimed to determine the form of the relationship between the exchange rate and inflation in Sudan within the period (1985 – 2022) and to investigate the variables of the study can affect each other, to achieve this goal a standard model for the relationship between the variables of the study was formulated and constructed, the study problem lies in the main question: how is increasing exchange rate of Sudanese pound negatively impacted on inflation in Sudan? Descriptive Analytical method was used in theoretical side of the study and tools of econometrics in analysis was used in practical side (Vector Autoregressive Model). The study's data for that period was collected from the Central Bureau of Statistics and the Central Bank of Sudan. The study assumed some hypotheses, the most important one is existence of casual relationship having a negative impact statistically between exchange rate and inflation in Sudan. The study has concluded to the existence of a significant causal relationship from inflation to exchange rate, and also concluded to the existence of a significant causal relationship from exchange rate to inflation. The study has recommended to necessity of a deflationary monetary policy to control inflation in order to stability of exchange rate.

Keywords: model, autoregressive, causality relationship, exchange rate, inflation.

المحور الأول: الإطار المنهجي للدراسة

مقدمة :

يعتبر التضخم أحد المشكلات الاقتصادية التي تعاني منها معظم بلدان العالم بغض النظر عن مستوى تطور تلك البلدان. هناك شبه اتفاق على وجود عدد من الآثار السلبية لظاهرة التضخم على كافة مناحي الحياة سواء كانت اقتصادية أو اجتماعية أو غيرها، خاصة في الدول النامية التي تعاني من هذه الظاهرة بدرجة أكثر حدة من نظيرتها المتقدمة. ويتطلب حل هذه المشكلة معرفة ماهيتها بما يحتويه الأمر من وضع تعريف مقبول للتضخم يسمح باستعراض أنواعه وكيفية قياسه من جهة والتعرف على أسبابه وآثاره من جهة أخرى. وقد شهد معدلات التضخم في السودان خلال الثلاث سنوات الأخيرة ارتفاعات غير مسبوقة، فأدى ذلك إلى انخفاض سعر صرف العملة المحلية كذلك بصورة لم يسبق لها مثيل على الإطلاق في تاريخ السودان الحديث والقديم. إذ إن العلاقة بين التضخم وسعر الصرف علاقة معقدة يصعب إدارتها؛ فيؤثر التضخم بشكل سلبي على قيمة عملة الدولة وسعر صرفها، لذلك تسعى هذه الدراسة إلى بحث مدى أثر العلاقة السببية بين التضخم وسعر الصرف من خلال تحليل البيانات الكمية التي جمعت من مصادرها الثانوية والتوصل إلى النتائج ومحاولة وضع تصور للحلول الملائمة للمساهمة في حل المشكلة.

مشكلة الدراسة وأسئلتها :

تتمثل مشكلة الدراسة في الإجابة على السؤال الرئيس: لماذا تتزايد معدلات التضخم في السودان بالرغم من استخدام السياسات والوسائل الاقتصادية لمعالجته؟ كما تتمثل مشكلة الدراسة في الإجابة على التساؤلات الفرعية التالية :

1- هل انخفاض سعر صرف الجنيه السوداني يؤدي إلى ارتفاع معدل التضخم في

السودان؟

2- ما هي طبيعة العلاقة السببية بين سعر الصرف والتضخم؟

3- ما مدى أثر انخفاض سعر الصرف على ارتفاع معدل التضخم في السودان خلال فترة

الدراسة؟

4- ما هو اتجاه العلاقة السببية بين سعر الصرف والتضخم؟

أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

1- التعرف على مفاهيم التضخم وسعر الصرف وتطوراتها في السودان.

2- دراسة طبيعة العلاقة السببية بين التضخم وسعر الصرف في السودان.

3- صياغة نموذج لمعرفة وتحديد اتجاه العلاقة السببية وشكلها بين سعر الصرف

والتضخم.

4- قياس أثر انخفاض سعر الصرف على ارتفاع معدلات التضخم في السودان.

5- استخدام التحليل القياسي الكمي للوصول لنتائج الدراسة ومحاولة استخلاصها.

أهمية الدراسة:

تتلور أهمية الدراسة في الآتي:

1- الأهمية العلمية: تتمثل في تسليط الضوء على ظاهرة التضخم وعلاقته بسعر

الصرف في السودان ومحاولة سد الفجوة العلمية في الأدبيات السابقة، هذا إلى

جانب المساهمة في إثراء المكتبة العلمية بمادة علمية.

2- الأهمية العملية: تأتي أهمية الدراسة من أن التضخم له أثر سلبي على قيمة العملة

الوطنية، الأمر الذي ينعكس على مجمل الأداء الاقتصادي في البلد داخلياً وخارجياً.

كما تتجلى أهمية الدراسة العملية من خلال التعرف على أثر سعر الصرف على التضخم، وذلك من خلال علاقات قياسية تقديرية للوصول إلى نتائج رياضية رقمية واضحة من خلالها يتم طرح حلول وتوصيات يمكن أن تعين القائمين على أمر السياسة النقدية للمساهمة في الحد من آثار التضخم السالبة على الاقتصاد السوداني.

فروض الدراسة:

أهم فرضية في هذه الدراسة هي أن السودان يعاني من ظاهرة التضخم بأسباب عدة من بينها انخفاض قيمة العملة الوطنية ويمكن صياغتها على النحو التالي:

1- هنالك علاقة ذات دلالة إحصائية بين انخفاض سعر الصرف وارتفاع معدل التضخم في السودان.

2- هنالك علاقة سببية تتجه من التضخم إلى سعر الصرف في السودان.

3- هنالك علاقة سببية تتجه من سعر الصرف إلى التضخم في السودان.

نموذج الدراسة:

استكمالاً لمعالجة مشكلة الدراسة وتحقيقاً لأهدافها، فقد تم بناء نموذج فرضي

تعرضه المعادلة الرياضية التالية:

$$INF = \alpha - B1ER + ui$$

حيث أن:

INF: التضخم متغير تابع.

ER: سعر الصرف متغير مستقل.

α : الحد الثابت للدالة، ويعكس معدل التضخم عندما يكون معدل سعر الصرف يساوي الصفر.

$\beta 1$: معامل الانحدار.

U_i : المتغير العشوائي.

وفقاً للنظرية الاقتصادية والأدبيات المتعلقة بالتضخم فإننا نتوقع أن سعر الصرف والتضخم يتناسبان تناسباً عكسياً وبالتالي فإن معامل سعر الصرف يكون سالباً وذلك وفقاً للواقع العملي.

مناهج الدراسة:

اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لتشخيص مشكلة الدراسة، والمنهج الإحصائي مستخدماً أدوات الاقتصاد القياسي، وذلك من خلال إتباع منهجية (VAR) والذي من خلالها تم اختبار فرضيات الدراسة والتأكد من صحتها ومنهج دراسة الحالة، حيث تم اختيار السودان لتحديد شكل العلاقة السببية بين التضخم وسعر الصرف.

حدود الدراسة:

الحد المكاني جمهورية السودان أما الحد الزمني؛ فتغطي الدراسة الفترة الممتدة من 1985 - 2022م.

مصادر جمع البيانات:

اعتمدت الدراسة بصورة أساسية على المصادر الثانوية التي تم الحصول عليها من بنك السودان المركزي والجهاز المركزي للإحصاء.

محاوير الدراسة:

تتكون الدراسة من ثلاثة محاور كما يلي:

المحور الأول: الإطار المنهجي للدراسة.

المحور الثاني: الإطار النظري للدراسة والدراسات السابقة.

المحور الثالث: منهجية التحليل ونتائج تقدير نموذج الدراسة

المحور الثاني: الإطار النظري للدراسة والدراسات السابقة

أولاً: الإطار النظري للدراسة

مفهوم التضخم:

بالرغم من شيوع استخدام لفظ التضخم إلا أنه يتعذر إيجاد تعريف شامل يلقي قبولاً عاماً في الأدب الاقتصادي، ومع كل ذلك يمكن تقديم بعض التعريفات كما يلي:

يعرف التضخم بأنه زيادة كمية النقود تفوق معدلات النمو في الناتج القومي الحقيقي (حسين، 2014م). كما يعرف بأنه ارتفاع مستمر في المستوى العام لأسعار السلع والخدمات داخل الاقتصاد القومي خلال فترة زمنية معينة (مقلد والفيل، 2010م). بينما يرى كينز التضخم الحقيقي بأنه ظرف اقتصادي لا تؤدي فيه زيادة إضافية في الطلب الكلي إلى زيادة أخرى في الناتج (حسام وآخرون، 2005م).

أما التعريف الإجرائي للدراسة؛ هو ظاهرة صعودية ذاتية مستمرة لأسعار السلع والخدمات ناجمة عن فائض في الطلب الكلي عن قدرة العرض الكلي مما يؤدي إلى انخفاض مستمر ومتواصل في قيمة وحدة النقد المحلية.

قياس التضخم:

عند قياس معدل التضخم في المجتمع يتم الاعتماد على الأرقام القياسية للأسعار (سواء كان الرقم القياسي لأسعار المستهلكين أو الرقم القياسي لأسعار الجملة أو مكمش الناتج المحلي) وهناك عدة طرق تقليدية يقاس من خلالها التضخم ولكن من بين هذه الطرق نذكر منها طريقة واحدة مشهورة وهي: (مقلد والفيل، 2010م)

الرقم القياسي للأسعار في السنة الحالية

$$\text{معدل التضخم البسيط} = \frac{\text{الرقم القياسي للأسعار في السنة الحالية}}{100} \times$$

الرقم القياسي للأسعار في السنة السابقة

معدل التضخم البسيط وهو عادة يقيس معدل التغير السنوي في الأسعار بين عامين متتاليين.

أنواع التضخم:

هناك عدة أنواع للتضخم نذكر منها ما يلي:

1- التضخم الجامح: يحدث عادة في بداية مرحلة الانتعاش أو مرحلة الانتقال من نظام

اقتصادي إلى نظام اقتصادي آخر أو في الفترات التي تعقب الحروب لذلك يعتبر هذا

النوع من التضخم أسوأ أنواع التضخم، حيث يفقد الناس الثقة بالنظام الاقتصادي

القائم مثال ذلك ما حدث في ألمانيا بعد الحرب العالمية الأولى، حيث تضاعفت

الأسعار (العتيبي، 1983م) وكذلك ما حدث للعراق من جراء حروبه والحصار الذي

فرض عليه، حيث انخفضت قيمة الدينار العراقي من سعر ثلاثة دولارات أمريكية

إلى أن أصبح الدولار الواحد يساوي أكثر من 200 ألف دينار عراقي وكذلك ما

يحدث الآن في الاقتصاد السوداني من تدهور في قيمة العملة الوطنية أمام العملات

الأجنبية وخاصة الدولار.

2- التضخم الزاحف (المعتدل): يتميز هذا النوع بارتفاع بطئ وتدرجي في الأسعار

ومعدلاتها قد تتراوح بين 2% - 3% سنوياً ويظهر هذا النوع عادة في فترات متباعدة

وهناك إمكانية السيطرة عليه بسهولة (مالكوم ومايكل، 1995م). وقد ساد هذا

النوع من التضخم في كل من أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية خلال فترة

الخمسينيات والستينات وذلك خلال فترة الرواج والازدهار الاقتصادي، كما ساد في

الاقتصاد السوداني خلال الفترة 1992- 1997م ويعود سبب ظهور هذا النوع من

التضخم إلى زيادة كمية النقود المتداولة وإلى الارتفاع النسبي في الأجور والأرباح.

3- التضخم المفرط: هو الذي ترتفع فيه الأسعار بشكل كبير جداً وتزداد فيه سرعة

تداول النقود وتتوقف فيه النقود عن العمل كمستودع للقيمة. فإذا استمر ذلك فإنه

قد يؤدي إلى انهيار النظام النقدي وتنهار معه قيمة الوحدة النقدية كما حدث في ألمانيا عامي 1921م و1923م وفي هنغاريا عام 1945م بعد الحرب العالمية الثانية وهي حالات اقترنت بالحروب والهزائم والثورات وعدم الاستقرار السياسي والاقتصادي والاجتماعي (علي، 1986).

4- التضخم المكبوت: يسمى أحياناً بالتضخم المستتر، حيث لا يظهر ارتفاع ملموس بالأسعار نتيجة لرقابة الدولة الشديدة على الأسعار والقيود المباشرة التي تتحكم من خلالها بالتسعير أو بالتوزيع للسلع والخدمات مثل استخدام البطاقات التموينية التي تحدد حصص معينة لأفراد المجتمع من السلع الضرورية ذات أسعار ثابتة (عبد الله، 1999م).

5- التضخم المستورد: هو الزيادة المتسارعة والمستمرة في أسعار السلع والخدمات النهائية والمستوردة من الخارج (الوزني والرفاعي، 2004م).
في ضوء ما تقدم عرضه من تصنيفات للتضخم ولعل أخطر أنواعه هو التضخم الجامح، لأن الناس عند حدوثه يفقدون الثقة في العملة الوطنية وتضطرب الأحوال الاقتصادية والاجتماعية.
أسباب التضخم:

يعزى التضخم إلى ثلاثة أسباب رئيسة كما يلي:

1- تضخم جذب الطلب:

إن أية زيادة في مستوى الطلب الكلي عند مستوى التشغيل الكامل لن تقابلها زيادة في العرض من السلع والخدمات مما سيؤدي إلى ارتفاع في المستوى العام للأسعار وهذه الحالة لا تحدث إلا عندما يكون الاقتصاد القومي عند مستوى التشغيل الكامل، حيث جميع عوامل الإنتاج موظفة ولا مجال لتوظيف عوامل جديدة (حسام وآخرون، 2005م).

2- تضخم دفع التكلفة:

يعزى التضخم طبقاً لهذه النظرية إلى التصرفات الاحتكارية لبعض الجماعات، فقد يحدث التضخم بسبب ضغوط النقابات العمالية لزيادة الأجور النقدية بنسبة أكبر من نسبة الزيادة في الإنتاج، ويسمى هذا بالتضخم الناشئ عن ارتفاع الأجور، أو قد يحدث التضخم بسبب الممارسات الاحتكارية لأصحاب الأعمال حين يرفعون الأسعار دون حدوث زيادة في الطلب أو النفقات ويسمى هذا بالتضخم الناشئ عن زيادة الأرباح (مايكل، 1988م).

3- التضخم الهيكلي:

هو التضخم الذي يصيب الدول النامية عند سعيها لتحقيق التنمية الاقتصادية لأنه ينتج عن اختلال في هيكل كل من الطلب الكلي والعرض الكلي، وبالتالي فإن هذا النوع من التضخم ينشأ نتيجة لتغيير أو خلل في تركيبة الطلب الكلي في الاقتصاد (الحلاق، 2010م).

سياسات علاج التضخم:

هناك سياسات تتبع لمعالجة التضخم وهي: (حسام وآخرون، 2005م)

- 1- السياسة المالية: هي السياسة التي تتبعها الحكومة عبر وزارة المالية تتمثل في الآتي:
 - أ- تتوسع الحكومة في تحصيل الضرائب لتقليص النقود في أيدي أفراد المجتمع.
 - ب- تخفيض الحكومة من إنفاقها العام لتقليص الطلب.
 - ج- تتوسع الحكومة في الاقتراض العام الداخلي من المجتمع من أجل تخفيض كمية النقود ودرجة السيولة والطلب على السلع والخدمات.
 - د- تؤجل الحكومة سداد القروض العامة الداخلية في أوقات التضخم.
- 2- السياسة النقدية: هي السياسات التي يمارسها البنك المركزي ويمكن تلخيصها في الآتي:

أ- للتقليل من كمية النقود يقوم البنك المركزي ببيع ما لديه من سندات حكومية ليأخذ ثمنها من أيدي الذين يحملونها على شكل أوراق نقدية، فيقلل من النقود في أيدي أفراد المجتمع وهذا ضمن ما يسمى بعمليات السوق المفتوحة.

ب- يرفع البنك المركزي من نسبة الاحتياطي لتقليل من مقدرة البنوك التجارية في التوسع بالائتمان وعمليات خلق النقود.

ج- يرفع البنك المركزي أسعار الفائدة على القروض التي يعطيها للبنوك التجارية، كما يرفع أسعار إعادة الخصم على الكمبيالات.

3- الرقابة المباشرة: وتشمل بعض الإجراءات منها:

أ- التسعير.

ب- استخدام البطاقات في توزيع السلع الضرورية.

ج- التشجيع على إنتاج السلع الضرورية.

د- تخفيض القيود على الواردات لزيادة عرض السلع.

هـ- رقابة الأجور ودراسة الأوضاع بدقة قبل زيادتها.

مفهوم سعر الصرف:

يعرف سعر الصرف بأنه عدد الوحدات من عملة معينة الواجب دفعها للحصول

على وحدة واحدة من عملة أخرى أو هو ما يدفع من وحدات النقد الوطني للحصول على

وحدة أو عدد معين من وحدات النقد الأجنبي (شمعون، 1994م). كما يعرف بأنه

أداة الربط بين أسعار السلع في الاقتصاد المحلي وأسعار السلع في الاقتصاد العالمي

(الطاهر، 2005م). وكذلك يعرف بأنه نسبة مبادلة عملة بعملة أخرى، حيث تعد إحدى

العملتين سلعة في حين تعتبر الأخرى السعر النقدي لها (حمدي، 19987م).

أما التعريف الإجرائي للدراسة هو ذلك المعدل الذي يتم على أساسه تبادل

عملة دولة ما ببقية عملات البلدان الأخرى. إذاً سعر الصرف هو السعر الذي تتم من

خلاله عملية تبادل عملة بعملية، أي أنها أداة التسوية الخاصة بالمعاملات الدولية فشاء أية سلعة لا يتم بالعملية المحلية وإنما تحديد قيمتها بالنسبة للعملة الأجنبية. أهداف سعر الصرف:

يسعى سعر الصرف إلى تحقيق الأهداف التالية: (الحسيني، 1999م)

- 1- تخفيض معدلات التضخم: يؤدي تحسن في سعر الصرف إلى انخفاض مستوى التضخم، فعلى المدى القصير يكون للانخفاض في تكاليف الاستيراد أثر ايجابي على مستوى التضخم.
- 2- تخصيص الموارد: يعمل سعر الصرف على تحويل الموارد إلى قطاع السلع الدولية الموجهة للتصدير، وهذا ما يعمل على توسيع قاعدة السلع الدولية بحيث يصبح عدد كبير من السلع قابل للتصدير.
- 3- تنمية الصناعات المحلية: يستطيع البنك المركزي تخفيض سعر الصرف من أجل تشجيع الصناعات الوطنية مما يشجع الصادرات، كما أن تخفيض حجم العملة من قبل البنك المركزي يحمي السوق المحلي من المنافسة الخارجية وتشجيع الصادرات.
- 4- توزيع الدخل: يؤدي سعر الصرف دوراً هاماً في توزيع الدخل بين الفئات أو القطاعات المحلية، فعند ارتفاع القدرة التنافسية لقطاع التصدير التقليدي تتجه سعر الصرف الحقيقي إلى الانخفاض فإن ذلك يجعله أكثر ربحية ويعود الربح على أصحاب رؤوس الأموال بينما تنخفض القوة الشرائية للعمال والعكس عند انخفاض سعر الصرف الرسمي فإن ذلك يؤدي إلى ارتفاع القدرة الشرائية لأصحاب الأجور.

أنواع سعر الصرف:

هنالك عدة أنواع لأسعار الصرف نذكر منها ما يلي:

- 1- سعر الصرف الاسمي: يعرف بأنه سعر وحدة من عملة أجنبية بدلالة وحدات من العملة المحلية، ويمكن عكس هذا التعريف ليصبح سعر الصرف الاسمي يعبر وحدة من

العملة المحلية التي تدفع ثمناً لعدد من الوحدات من العملة الأجنبية (خضر، 2012م). ويتم تحديد سعر الصرف الاسمي طبقاً للطلب والعرض على ذلك السعر في سوق الصرف في لحظة زمنية معينة، ولهذا يمكن لسعر الصرف أن يتغير تبعاً للعرض والطلب. وينقسم سعر الصرف الاسمي إلى قسمين سعر الصرف الرسمي وهو المعمول به فيما يخص المبادلات التجارية الرسمية، وسعر الصرف الموازي وهو المعمول به في الأسواق، وهذا يعني وجود أكثر من سعر صرف أسمى للعملة في البلد نفسه، ويتغير سعر الصرف الاسمي يومياً إما بالتحسن الذي يعني ارتفاع سعر صرف العملة المحلية بالنسبة للعملة الأجنبية، وإما التدهور الذي يعني انخفاض سعر صرف العملة المحلية مقابل العملة الأجنبية، لذا فإن سعر الصرف الاسمي ينظر إليه على أنه يقيس الأسعار النسبية بين عمليتين نقديتين.

2- سعر الصرف الحقيقي: إن أسعار الصرف الاسمية لا تعكس التغييرات التي تحدث في مستويات الأسعار في الدولتين، وبذلك يقوم سعر الصرف الحقيقي بتعديل سعر الصرف الاسمي طبقاً للتغييرات في مستوى أسعار الدول، وبالتالي فهو يقيس القوة الشرائية للسلع والخدمات المحلية مقابل السلع والخدمات الأجنبية (جوزرف وديفيد، 2010م).

3- سعر الصرف الفعلي: يعبر هذا النوع من سعر الصرف عن المؤشر الذي يقيس متوسط التغيير في سعر صرف عملة ما بالنسبة لعدة عملات أخرى في فترة زمنية محددة (محمود، 2000م).

4- سعر الصرف التوازني: اقترنت تسمية سعر الصرف هذا مع التوازن الاقتصادي الكلي، أي أن سعر الصرف التوازني يعبر عن توازن مستديم لميزان المدفوعات عندما يكون الاقتصاد في ينمو بمعدل طبيعي (بغداد، 2014م).

كيفية تحديد سعر الصرف:

يتحدد سعر الصرف في سوق العملة تبعاً للكميات المعروضة والمطلوبة من الصرف الأجنبي، ويتحدد الطلب الأجنبي على العملة الوطنية من العناصر الدائنة في ميزان المدفوعات، بينما يتمثل عرض العملة المحلية بالعناصر المدينة في ميزان المدفوعات، ويعتبر حجم الطلب على العملة في علاقة عكسية مع سعرها. ارتفاع سعر العملة يؤدي إلى انخفاض الطلب عليها، وعلى العكس من ذلك يؤدي انخفاض سعر الصرف إلى زيادة الطلب عليها. قد يتولد الطلب أو العرض عن حركة رؤوس الأموال على شكل استثمارات طويلة الأجل نظراً لارتفاع سعر الفائدة، أو اختلاف معدلات الربح في الداخل. وبعد توالي إلغاء قاعدة الذهب، باتت البنوك المركزية تدخل في سوق العملة بائعة أو مشترياً للصرف الأجنبي وبالتالي تؤثر على طلب وعرض الصرف الأجنبي من أجل تحقيق نوع من الاستقرار في سعر الصرف (فطر وآخرون، 2021م).

العلاقة بين التضخم وسعر الصرف:

يؤثر التضخم في سعر صرف العملات المختلفة، حيث يؤدي ارتفاع مستوى التضخم المحلي إلى انخفاض في قيمة العملة في سوق الصرف، بينما تؤدي حالة الركود إلى ارتفاع قيمة العملة (محمد صاي، 2018م). كما تظهر العلاقة بين سعر الصرف والتضخم في أن التضخم هو الزيادة المستمرة في المستوى العام للأسعار لفترة زمنية، وأن هذه الزيادة تؤثر على الطلب المحلي للسلع والخدمات، وبالتالي ترتفع أسعارها محلياً، كما يؤثر ذلك على أسعار السلع المصدرة الأمر الذي يقلل من مقدرتها في المنافسة الخارجية وفي نفس الوقت فإن الطلب على السلع المستوردة يتزايد، مما يؤثر سلباً على حركة الحساب الجاري ومن ثم ميزان المدفوعات وبالتالي على استقرار أسعار الصرف.

وفقاً لنظرية غوستاف كاسل المسماة بتعادل القوة الشرائية وبحسب آرائه فإن سعر صرف العملة المحلية مقابل العملات الأخرى يميل إلى الهبوط بنفس النسبة التي

يرتفع بها مستوى الأسعار، فإذا تضاعفت الأسعار في الدولة محلياً فيما لم يتغير الوضع السعري في غيرها من الدول التي تشترك معها في التجارة فإن قيمة التعادل للعملة المحلية سوف تصبح أقل مما كانت عليه من قبل، وتعمل على الموازنة السلعية على إعادة التوازن عند اختلاله (علو ويوسف، 2016م).

ثانياً: الدراسات السابقة

- دراسة: إبراهيم، أنس قريب الله أحمد وعبد الله، زينب بشير علي (2017م) نموذج قياسي للعوامل المؤثرة على التضخم في السودان باستخدام السببية خلال الفترة (1990-2015): هدفت هذه الدراسة إلى بحث العلاقة طويلة الأجل بين الناتج المحلي الإجمالي، معدل البطالة وسعر الصرف وبين التضخم. استخدمت الدراسة أسلوب التكامل المشترك ونموذج تصحيح الخطأ واختبار السببية لتقدير العلاقة بين المتغيرات. تشير النتائج إلى وجود علاقة تكامل مشترك بين المتغيرات، كما أن المتغيرات متكاملة من الدرجة الأولى. أظهرت النتائج وجود علاقة سببية ذات اتجاه واحد بين الناتج المحلي الإجمالي والتضخم وبين سعر الصرف والتضخم، وبين التضخم والبطالة، كما توصلت الدراسة إلى أن ارتفاع سعر الصرف بنسبة 1% يؤدي إلى انخفاض معدلات التضخم بنسبة 0.012. ومن أهم التوصيات ضرورة وضع برنامج اقتصادي يتم من خلاله تحقيق الاستقرار الاقتصادي بمراعاة العوامل المؤثرة على التضخم.

- دراسة: علو مسعودة ويوسف مرزوق (2016م) أثر تغيرات سعر الصرف على التضخم دراسة قياسية لحالة الجزائر: هدفت الدراسة للوصول إلى إيجاد أثر تغيرات سعر الصرف على التضخم في الجزائر وذلك من خلال إيجاد العلاقة بينهما. وكان ذلك من خلال تطبيق صدمة عشوائية وتحليل التباين وتم استنتاج العلاقة الموجودة بين المتغيرين سعر الصرف والتضخم، والتي تسمح بقياس الأثر المفاجئ لتغير التضخم إثر حدوث صدمة في المتغير سعر الصرف. وقد توصلت نتائج الدراسة إلى وجود أثر مباشر بين

المتغيرين سعر الصرف والتضخم، حيث أنه كلما حدثت صدمة ولو طفيفة في المتغير سعر الصرف، سيكون له أثر واضح على التضخم.

- دراسة: محمد، إمامة مكي والرشيد، طارق محمد (2015م) العلاقة السببية بين عرض النقود والتضخم في السودان خلال الفترة (1990-2012): هدفت الدراسة إلى تحديد طبيعة العلاقة السببية بين التضخم وعرض النقود في السودان خلال الفترة (1990-2012) وذلك عن طريق تحليل بيانات شهرية باستخدام منهجية جرا نجر لاختبار العلاقات السببية وفق خمسة مراحل هي اختبار جذر الوحدة باستخدام ديكي فولر الموسع، واختبار توازن طويل الأجل بين بيانات السلسلتين باستخدام انجل جرا نجر، تحديد الضجوات الزمنية المناسبة عن طريق اختيار Hsiao 1981، اختبار جرا نجر للسببية في المدى القصير ونموذج تصحيح الخطأ لتحديد اتجاه العلاقة في المدى الطويل. دلت نتائج الاختبارات على وجود تكامل مشترك بين النمو في عرض النقود ومعدلات التضخم. أوصت الدراسة بإيجاد وسائل وأدوات لامتناس أثر التوسع في عرض النقود وخلق وسائل أخرى لتمويل موازنة الدولة عدا الاستدانة من البنك المركزي والجهاز المصرفي ليحافظ على تحقيق معدلات تضخم منخفضة ومستقرة.

- دراسة حسين عمر (1416هـ) تأثير عرض النقد وسعر الصرف على التضخم في الاقتصاد الكويتي: هدفت الدراسة للتعرف على أثر كل من عرض النقود وسعر الصرف على معدل التضخم بدولة الكويت وذلك بتحليل العلاقة السببية بين المتغيرات الثلاثة باستخدام جرا نجر (Granger) وأوضحت الدراسة حجم وطبيعة إسهام كل من عرض النقد وسعر الصرف في سلوك الرقم القياسي لأسعار المستهلك وذلك باستخدام متجه الانحدار الذاتي من خلال نتائج تحليل التباين ودوال ردة الفعل. وغطى التحليل الفترة من الربع الأول من عام 1976م إلى الربع الثاني من عام 1990، حيث أوضحت نتائج اختبار السببية أن لعرض النقود أثراً ذا أهمية إحصائية على كل من سعر الصرف مقابل

الدولار ومعدل التضخم بالإضافة إلى تأثير معدل التضخم بتغيرات سعر الصرف، كما أظهرت النتائج أن أثر الأخير كان أطول أمداً.

المقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة :

تتفق هذه الدراسة مع دراسة إبراهيم وعبد الله (2017م) من حيث المتغير التابع ومنهجية التحليل وطريقة جمع البيانات والحد المكاني للدراسة وتختلف معها في المتغيرات المستقلة والفرضيات. وتتفق هذه الدراسة مع دراسة علو مسعودة ويوسف مرزوق (2016م) من حيث المتغير التابع والمستقل وطبيعة مشكلة الدراسة والفرضيات وتختلف معها في حدود الدراسة وأسلوب تحليل البيانات. كما تتفق هذه الدراسة مع دراسة محمد والرشيد (2015م) من حيث المتغير التابع وطبيعة مشكلة الدراسة ومكانها والأهداف وطريقة جمع بيانات الدراسة وأسلوب تحليلها وتختلف معها في المتغير المستقل وفرضيات الدراسة. وكذلك تتفق هذه الدراسة مع دراسة حسين عمر (1416هـ) في المتغير التابع ومشكلة الدراسة وأهدافها وتختلف معها في بعض متغيرات الدراسة وفرضياتها وحدها الزماني والمكاني.

أهم ما يميز هذه الدراسة عن الدراسات السابقة أنها استخدمت منهجية تودا يامامو Toda- Yamamoto باعتبارها أحدث منهجية لاختبار العلاقات السببية بين متغيرات الدراسة. كما أنها تعالج اختلاف درجات التكامل المختلفة وهو اختبار للسببية طويلة المدى، ولعل بذلك تغطي النقائص السابقة لاختبار Granger causality الذي يفترض سلاسل مستقرة وهو اختبار متحيز ومتعلق بوجود التكامل المشترك حسب نظرية التمثيل لجرانجر.

المحور الثالث: منهجية التحليل ونتائج تقدير نموذج الدراسة

يشتمل هذا الجزء على توصيف نموذج الدراسة والنتائج التي تم الوصول إليها من خلال تطبيق نمذجة العلاقات السببية لتحديد طبيعة العلاقة السببية بين التضخم وسعر الصرف في الاقتصاد السوداني خلال الفترة (1985م - 2022م) وذلك من خلال تطبيق منهجية تودا يامودو Hairo y, toda & taku, Yamamoto والتي تعتبر ضمن أحدث المناهج لاختبار العلاقات السببية وذلك على النحو التالي:

أولاً: توصيف نموذج الدراسة

يتضمن النموذج القياسي المقترح والذي يهدف إلى التعرف على طبيعة العلاقة السببية بين التضخم وسعر الصرف في السودان خلال الفترة (1985م - 2022م) وتشتمل هذه المرحلة على ما يلي:

(1) تحديد متغيرات الدراسة:

بما أن الدراسة تهدف إلى قياس العلاقة السببية بين التضخم وسعر الصرف فإن المتغيرات تتمثل في:

أ- معدل التضخم (INF) تم الحصول على بياناته من الجهاز المركزي للإحصاء.

ب- سعر الصرف (ER) تم الحصول على بياناته من بنك السودان المركزي.

(2) منهجية التحليل:

اعتمدت الدراسة على أحدث منهجيات اختبار العلاقات السببية والتي تتمثل في استخدام منهجية تودا يامودو Hairo y, toda & taku, Yamamoto وجاء هذا الاختبار ليغطي النقائص السابقة لاختبار Granger causality الذي يفترض سلاسل مستقرة وهو اختبار متحيز ومتعلق بوجود التكامل المشترك حسب نظرية التمثيل لجرانجر إلا أن اختبار Toda Yamamoto يعالج اختلاف درجات التكامل المختلفة وهو

اختبار للسببية طويلة المدى ويقوم هذا الاختبار على مفهوم Augmented VAR واختبار Wald المعدل، حيث أن اختبار Wald العادي الخاص باختبار القيود الخطية يفقد خصائصه (التقريبية توزيعه المعروف تحت الفرضية الصفرية إذا كانت السلاسل غير مستقرة) ولهذا فإن اختبار السببية لجرانجر لا يصلح في ظل سلاسل غير مستقرة أما اختبار Toda Yamamoto يأخذ هذا الأمر بعين الاعتبار فاعتمد على سلاسل غير مستقرة وكذلك الاعتماد على اختبار Wald المعدل (modified wald) وأن تقدير النموذج يمكن أن يتم باستخدام طريقة المربعات الصغرى على كل معادلة، كما يختلف هذا الاختبار من اختبارات السببية الأخرى كونه لا يأخذ في الاعتبار درجة تكامل المتغيرات (0)، (1)، أو حتى (2)، وبغض النظر عما إذا كانت هناك علاقة تكامل مشترك أو لا. ويتطلب استخدام اختبار toda-yamamoto إتباع الخطوات التالية:

1- اختبارات الإستقرارية لكل سلسلة وتحديد رتبة تكاملها من أجل تحديد درجة التكامل الكبرى (dmax) مثلاً إذا كان لدينا سلسلتين متكاملتين واحدة من الدرجة الأولى ((1)) والثانية من الدرجة الثانية ((2)) ولذلك يتم اختيار درجة التكامل الكبرى (dmax=2). ويفضل عند إجراء اختبارات جذر الوحدة للإستقرارية استخدام اختبارات الإستقرارية ذات الجذر الأحادي عند الفرضية الصفرية H_0 كاختبارات Augmented Dick Fuller (ADF) و Philips-perron (p.p).

2- تحديد فترة الإبطاء المثلى (p) يتم الحصول عليه من خلال تقدير نموذج VAR للمتغيرات في مستوياتهم (السلاسل الأصلية) كما يتم تحديد فترات الإبطاء بناءً على معايير المعلومات المعروفة أكايك (AIC) وشوارز (SIC) ومعيار هانن (HQ) حيث يتم اختيار أقل قيمة لكل معيار والتي يقابلها التباطؤ الزمني الأمثل.

3- تقدير نموذج VAR (K) لكن السلاسل الأصلية حيث (K) مساوية لدرجة التكامل الكبرى إضافة لفترة الإبطاء الأمثل (K=dmax+P) حيث أن هذا الاختبار يتبع توزيع كاي تربيع مع عدد (p) درجات حرية.

ويعبر عن النموذج (VAR(p+dmax)) لمتغيرين على النحو التالي:

$$X_t = a + \sum_{i=1}^{p+dmax} Bi x_{t-1} + \sum_{i=1}^{p+dmax} \acute{Y}i y_{t-i} + \epsilon 1t \dots \dots \dots (1)$$

$$y_t = a + \sum_{i=1}^{p+dmax} Bi x_{t-1} + \sum_{i=1}^{p+dmax} \acute{Y}i y_{t-i} + \epsilon 2t \dots \dots \dots (2)$$

Xt ,yt المتغيرات قيد الدراسة .ε1.ε2 عبارة عن الخطأ الأبيض لكلتا المعادلتين وهما غير مرتبطان خطياً، t تعبر عن الزمن.

4- التأكد من أن نموذج VAR صالح ومستوفي كل الشروط (خلو النموذج من مشاكل الارتباط الذاتي، عدم ثبات التباين، التوزيع الطبيعي).

5- اختبار السببية بالاعتماد على اختبار ولد المعدل (WaldM) بهدف اختبار القيود المفروضة على معاملات متجه الانحدار الذاتي المطور (VAR(K)) ويعتمد هذا الاختبار على القيمة الاحتمالية تقاربياً لتوزيع كيدو بدرجة حرية p ويتم اتخاذ القرار بناءً على هذا الاختبار بمقارنة القيمة الاحتمالية بمستوى المعنوية 5% إذا كانت p-value أكبر من 5% فهذا يعني عدم رفض الفرضية الصفرية أي عدم وجود علاقة سببية طويلة الأجل بين المتغيرات والعكس صحيح.

ثانياً: نتائج التحليل

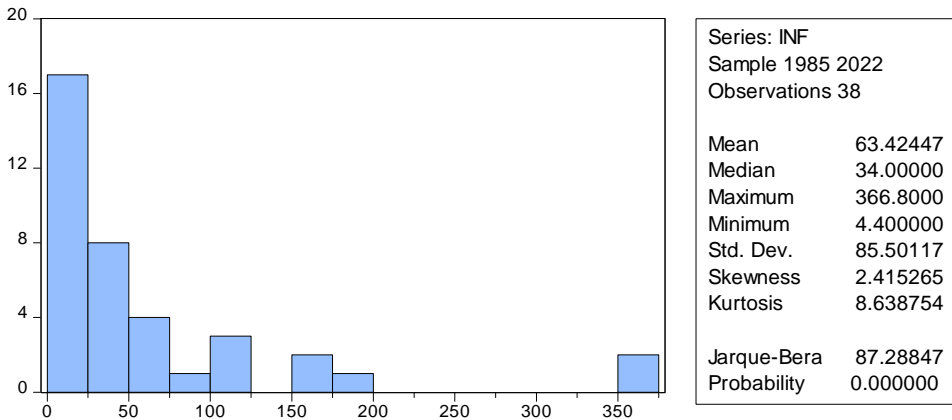
فيما يلي تطبيق خطوات اختبار تودا يامودا toda Yamamoto لاختبار طبيعة العلاقة السببية بين التضخم وسعر الصرف في الاقتصاد السوداني خلال الفترة (1985-2022) وذلك على النحو التالي:

(1) التحليل الإحصائي الوصفي لمتغيرات الدراسة :

استخدمت الدراسة التحليل الإحصائي الوصفي في أولى مراحل التحليل الإحصائي وذلك من أجل وصف وتحليل بيانات متغيرات الدراسة خلال الفترة موضع القياس باستخدام كل من المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والمدى لمعرفة أكبر وأقل قيمة وكذلك استخدام معامل الالتواء واختبار جاركوا بيررا لتحديد شكل التوزيع الطبيعي للبيانات. وذلك على النحو التالي:

(i) التضخم:

الشكل رقم (1) يوضح التحليل الإحصائي الوصفي لمتغير التضخم

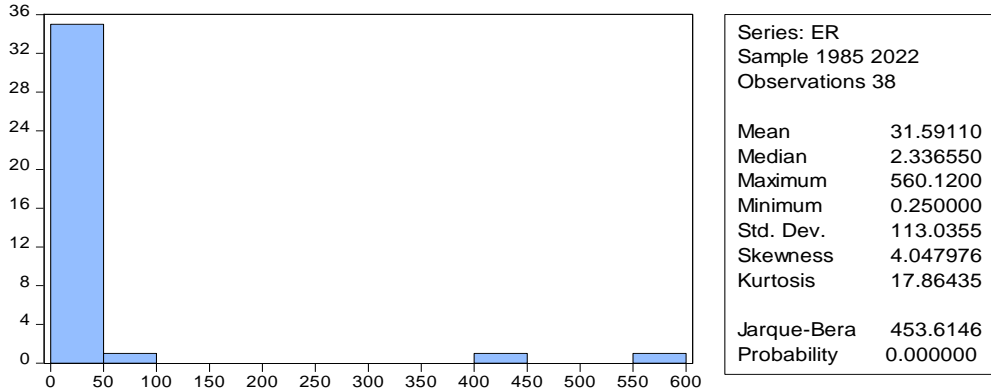


المصدر: إعداد الباحثان من نتائج التقدير باستخدام برنامج E.Views 12، 2023م.

بلغ متوسط معدل التضخم خلال فترة الدراسة (63.4) بانحراف معياري (85.5) وبحد أعلى مقداره (366.8) وذلك في عام (2022م) وحد أدنى مقداره (4.40) وذلك في عام (2001م) كما ويدل اختبار الالتواء على أن بيانات سلسلة متغير التضخم لا تتوزع توزيعاً طبيعياً، حيث بلغت قيمة معامل الالتواء (2.41) كما يدعم ذلك اختبار (Jarque-Bera) حيث بلغت قيمة الاختبار (87.28) بمستوى دلالة معنوية (0.000) وهي قيمة أقل من مستوى المعنوية (0.05).

(ب) سعر الصرف:

الشكل رقم (2) يوضح التحليل الإحصائي الوصفي لمتغير سعر الصرف



المصدر: إعداد الباحثان من نتائج التقدير باستخدام برنامج EViews 12، 2023م.

بلغ متوسط معدل سعر الصرف خلال فترة الدراسة (31.5) بانحراف معياري (113.03) ويحد أعلى مقداره (560.12) وذلك في عام (2022م) وحد أدنى مقداره (0.25) وذلك في عامي (1985,1986) كما ويدل اختبار الالتواء على أن بيانات سلسلة متغير سعر الصرف لا تتوزع توزيعاً طبيعياً، حيث بلغت قيمة معامل الالتواء (4.04) كما يدعم ذلك اختبار (Jarque-Bera) حيث بلغت قيمة الاختبار (453.6) بمستوى دلالة معنوية (0.000) وهي قيمة أقل من مستوى المعنوية (0.05).

(2) اختبار استقرار بيانات السلاسل الزمنية (اختبارات جذر الوحدة)

يهدف اختبار جذر الوحدة إلى فحص خواص السلاسل الزمنية لمتغيرات الدراسة والتحقق من سكون السلاسل الزمنية وتحديد درجة تكامل كل سلسلة (درجة سكونها) حيث يعد شرط السكون شرطاً أساسياً من شروط تحليل السلاسل الزمنية للوصول إلى نتائج سليمة ومنطقية. وسوف تعتمد الدراسة على تطبيق اختبار فليبس- بيرون (P.P) للتأكد من سكون السلاسل الزمنية لمتغيرات الدراسة. والجدول (1) يوضح نتائج اختبار (ADF) لمتغيرات الدراسة خلال الفترة (1985-2022):

الجدول رقم (1) يوضح نتائج اختبار جذر الوحدة لمتغيرات الدراسة خلال الفترة
(1985-2022)

القرار	اختبار جذر الوحدة		المتغيرات
	قيمة الاختبار (ADF)	P.value	
مستوى الاستقرار			
الفرق الأول	-4.377	0.0014	1/ النمو التضخم (INF)
الفرق الأول	-4.023	0.0036	2/ سعر الصرف (ER)

المصدر : إعداد الباحثان من بيانات الدراسة بناء على مخرجات برنامج E.Views12, 2023م.

يتضح من الجدول رقم (1) واعتماداً على اختبار فليبس- بيرون (P.P) بوجود ثابت واتجاه أن جميع المتغيرات غير ساكنة في مستوياتها ولذلك تم إعادة إجراء اختبارات جذر الوحدة مرة أخرى لهذه المتغيرات فكانت النتائج تشير لوجود سكون لهذه المتغيرات بعد أخذ الفروق الأولى عند مستوى معنوية 5% وهذا يعنى أن السلاسل الزمنية لمتغيرات الدراسة (التضخم وسعر الصرف) متكاملة من الدرجة الأولى (1). وبناءً على ذلك فإن قيمة (1=dmax) وهى أعلى درجة تكامل لمتغيرات الدراسة.

(3) تحديد فترات الإبطاء المثلى؛

الخطوة الثانية في اختبار سببية تودا يامودا Yamamoto toda هو تحديد فترات الإبطاء المناسبة (درجة تأخير k) لنموذج VAR وذلك بالاعتماد على مجموعة من المعايير من أهمها معيار خطأ التنبؤ النهائي (FPE) Final Predictor Error Criterion، معيار المعلومات ل AKAIKE (AIC) معيار المعلومات لشوارتز (SC) معيار المعلومات HOIC (in Hannan CriterionformationQuinn). حيث أن اختيار عدد فجوات أقل من عدد الفجوات الحقيقية من شأنه أن يؤدي إلى تحيز المعلومات وأن اختيار عدد فجوات أكبر من عدد الفجوات الحقيقية يجعل التقدير غير معنوي وذلك بالرغم من معنوية المعلومات. ملحوظة: يمكن أن نحصل في التطبيق العملي على نتائج مختلفة من هذه المعايير وفي هذه الحالة نقوم باختيار التباطؤ الزمني الذي حصلنا عليه في العدد الأكبر من المعايير.

ويوضح الجدول (2) نتائج اختيار فترة الإبطاء المثلى لمتغيرات الدراسة.

الجدول رقم (2) يوضح معايير اختيار فترة الإبطاء المثلى

HQ	SC	AIC	FPE	LR	LogL	Lag
22.18193	22.24211	22.15141	14298882	NA	-363.498	0
20.19228	20.37282	20.10073	1841296	68.79316	-325.662	1
18.86568	19.16658	18.71309	461409.8	45.64165	-298.766	2
18.66667	19.08794	18.45306	358750.5	13.06401	-290.475	3
17.58556*	18.12719*	17.310*	116247.7*	33.227*	-267.63	4

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة بناءً على مخرجات برنامج E.Views12، 2023 م.

❖ تشير إلى العدد الأمثل لفترات الإبطاء الذي يختاره كل معيار عند مستوى معنوية (5%).

ويتضح من الجدول (2) أن العدد الأمثل لفترات الإبطاء والذي اجتمعت عليه معظم المعايير المستخدمة والذي يمتلك أقل القيم للمعايير هي عدد (4) فترات إبطاء وهي التي يتم استخدامها في تقدير العلاقة السببية (4) $(p=4)$.

(4) فحص نموذج VAR:

قبل تطبيق اختبار سببية Toda Yamamoto يتم تقدير نموذج (VAR(5)) حيث $(P=4)$ و $(K=1)$ ويتبع ذلك التأكد من أن نموذج VAR صالح ويستوفي كل الشروط (خلو النموذج من مشاكل الارتباط الذاتي، عدم ثبات التباين، التوزيع الطبيعي) وذلك على النحو التالي:

(أ) نتائج اختبار الارتباط الذاتي للبواقي:

تشير النتائج في جدول (3) لاختبار فرضية استقلالية البواقي من خلال نموذج VAR (الارتباط الذاتي للبواقي) إلى عدم وجود دليل إحصائي لقبول فرضية عدم؛ بمعنى عدم وجود ارتباط ذاتي للبواقي حيث بلغت القيم الاحتمالية عند الفترات المختلفة وهي قيمة أكبر من 5%.

الجدول رقم (3) يوضح اختبار فرضية استقلال البواقي

0.0529	(4, 48.0)	3.548378	0.0129	4	12.69343	1
0.7643	(4, 48.0)	0.460542	0.7642	4	1.845359	2
0.9242	(4, 48.0)	0.223187	0.9241	4	0.902975	3
0.9651	(4, 48.0)	0.143247	0.9651	4	0.581462	4
0.9031	(4, 48.0)	0.258360	0.9031	4	1.043772	5

المصدر: إعداد الباحثان من بيانات الدراسة بناء على مخرجات برنامج E.Views12، 2023م.

(ب) نتائج اختبار فرضية ثبات التباين:

الجدول (4) يوضح نتائج فرضية ثبات التباين والذي يشير إلى عدم وجود دليل إحصائي لرفض فرضية عدم الأمر الذي يعني عدم وجود مشكلة اختلاف تباين، حيث جاءت القيم الاحتمالية لاختبار كاي تربيع أكبر من مستوى الدلالة المعنوية (5)%.
الجدول رقم (4) يوضح اختبار فرضية ثبات التباين

Prob.	Chi-sq(26)	Prob.	F(26,4)	R-squared	Dependent
0.2283	30.99908	0.0000	5164.645	0.999970	res1*res1
0.2572	30.25547	0.0433	6.251820	0.975983	res2*res2
0.2315	30.91318	0.0007	54.78108	0.997199	res2*res1

المصدر: إعداد الباحثان من نتائج التحليل باستخدام برنامج E.Views12، 2023م.

(ج) نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لحد الخطأ:

تم التحقق من شرط التوزيع الطبيعي باستخدام كل من معامل الالتواء التفرطح واختبار (Jarque-Bera) وكانت النتائج تشير إلى أن قيمة معامل الالتواء (Skewness) بلغت (0.511). وقيمة معامل التفرطح (Kurtosis) (3.8) كما بلغت قيمة اختبار جاركوا بيررا (Jarque-Bera) الاختبار بلغت (3.82) بقيمة احتمالية (0.1479) وهي أكبر من مستوى الدلالة 5% وتشير جميع هذه القيم إلى أن البواقي في نموذج VAR تتبع التوزيع الطبيعي عند مستوى معنوية 5%.

الجدول رقم (5) يوضح اختبارات التوزيع الطبيعي (Normal Distribution Test)

Prob.*	Df	Chi-sq	Skewness	Component
0.1788	1	1.807448	0.511688	1
0.0001	1	15.48778	-1.912105	2
Prob.	Df	Chi-sq	Kurtosis	Component
0.1558	1	2.014627	3.833187	1
0.2768	1	1.182835	10.01237	2
0.2022	2	3.197461		Joint
	Prob.	Df	Jarque-Bera	Component
	0.1479	2	3.822075	1
	0.0002	2	16.67061	2
	0.0004	4	20.49269	Joint

المصدر: إعداد الباحثان من نتائج التحليل باستخدام برنامج E.Views12، 2023م.

(5) اختبار سببية Toda Yamamoto

في هذه المرحلة يتم اختبار سببية Toda Yamamoto بالاعتماد على اختبار ولد المعدل (WaldM) لتحديد طبيعة العلاقة السببية بين التضخم وسعر الصرف في الاقتصاد السوداني خلال الفترة (1985-2022) وفيما يلي جدول يوضح نتائج اختبار

سببية Toda Yamamoto

الجدول رقم (6) يوضح نتائج اختبار سببية Toda Yamamoto

Dependent variable: INF			
Prob.	Df	Chi-sq	Excluded
0.0000	2	42.16140	ER
0.0000	2	42.16140	All
Dependent variable: ER			
Prob.	Df	Chi-sq	Excluded
0.0091	2	9.402894	INF
0.00091	2	9.402894	All

المصدر: إعداد الباحثان من نتائج التحليل باستخدام برنامج E.Views12، 2023م.

يتضح من الجدول (6) ما يلي:

تشير نتائج اختبار (Toda Yamamoto) للعلاقة السببية بين التضخم كمتغير تابع وسعر الصرف كمتغير مستقل إلى وجود علاقة سببية تتجه من سعر الصرف إلى

التضخم، حيث بلغت قيمة (Chi-sq) (42.16140) بمستوى المعنوية (0.000) وهي قيمة أقل من مستوى المعنوية 5% مما يعنى رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة والتي تشير إلى تغير سعر الصرف بسبب التغيرات في معدلات التضخم. وتوضح كذلك نتائج السببية بين سعر الصرف كمتغير تابع والتضخم كمتغير مستقل إلى وجود علاقة سببية تتجه من التضخم إلى سعر الصرف، حيث بلغت قيمة (Chi-sq) (9.402894) مستوى المعنوية (0.0091) وهي قيمة أقل من مستوى المعنوية 5% رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة والتي تشير إلى أن تغير التضخم بسبب التغيرات في سعر الصرف.

وعليه نخلص من نتائج التحليل إلى وجود علاقة سببية تتجه من التضخم إلى سعر الصرف، وكذلك علاقة سببية تتجه من سعر الصرف إلى التضخم خلال فترة الدراسة أي أن هنالك علاقة سببية في الاتجاهين مما يشير إلى أن التضخم يؤثر في سعر الصرف وسعر الصرف كذلك يؤثر في معدلات التضخم في الاقتصاد السوداني خلال الفترة (1985-2022) وهي الفترة موضوع الدراسة.

النتائج والتوصيات:

أولاً: النتائج

توصلت الدراسة لعدد من النتائج كما يلي:

- 1- كشفت نتائج التحليل أن هنالك علاقة سببية في الاتجاهين مما يشير إلى أن التضخم يؤثر في سعر الصرف وكذلك سعر الصرف يؤثر في معدلات التضخم في الاقتصاد السوداني خلال الفترة (1985م -2022م).
- 2- أظهرت نتائج التحليل وجود علاقة سببية تتجه من التضخم إلى سعر الصرف.
- 3- أكدت نتائج التحليل وجود علاقة سببية تتجه من سعر الصرف إلى التضخم خلال فترة الدراسة.

4- دلت نتائج التحليل أن متغير التضخم متغيراً تابعاً تارة ومتغيراً مستقلاً تارة أخرى وكذا الحال بالنسبة لمتغير سعر الصرف أي أن متغير سعر الصرف ليس فقط متغيراً مستقلاً مفسراً لمتغير التضخم التابع، ولكن هو أيضاً يفسر بالمتغير الذي كان يفسره.

ثانياً: التوصيات

بناءً على النتائج توصي الدراسة بالآتي:

- 1- الاهتمام بالقطاعات الإنتاجية وتوفير التمويل اللازم لها من أجل زيادة الإنتاج مما يؤدي إلى خفض معدل التضخم واستقرار سعر الصرف.
- 2- السيطرة على سعر الصرف الذي يؤثر بشكل مباشر أو غير مباشر على التضخم ودراسة تطوره والتنبؤ بقيمه مستقبلاً لاتخاذ التدابير اللازمة التي من شأنها التخفيف من التضخم.
- 3- التنسيق بين السياستين المالية والنقدية بل سياسات الاقتصاد الكلي مع بعضها البعض بصورة سليمة وفعالة من أجل خفض معدل التضخم وتحسن سعر الصرف.
- 4- العمل على إتباع سياسة نقدية انكماشية للسيطرة على التضخم وتحقيق استقرار سعر الصرف.
- 5- وضع برنامج اقتصادي يتم من خلاله تحقيق الاستقرار الاقتصادي بمراعاة العوامل المؤثرة على التضخم وسعر الصرف.
- 6- على البنك المركزي الأخذ بعين الاعتبار درجة تأثير المتغيرات الكلية بالمتغيرات النقدية عند اتخاذ سياساته النقدية حتى لا يحدث تعارض بين السياسات النقدية وخاصة تلك التي تهدف إلى تعزيز النمو الاقتصادي.

قائمة المصادر والمراجع

- إبراهيم، أنس قريب الله أحمد وعبد الله، زينب بشير علي (2017م) نموذج قياسي للعوامل المؤثرة على التضخم في السودان باستخدام السببية خلال الفترة (1990-2015).
- الحسيني، عرفان تقي (1999م) التمويل الدولي، دار مجدلاوي، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.
- الحلاق، سعيد سامي (2010م) النقود والبنوك والمصارف المركزية، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- الطاهر اطرش (2005م) تقنيات البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائرية، الجزائر.
- العتيبي، محمد الفاتح عبد الوهاب (1983م) الإدارة والاقتصاد، دار المعرفة، الكويت.
- الوزني، خالد واصف والرفاعي، أحمد حسين (2004م) مبادئ الاقتصاد الكلي بين النظرية والتطبيق، دار وائل للنشر، عمان، الأردن.
- بغداد زيان (2014م) تغيرات سعر صرف اليورو والدولار وأثرها على المبادلات التجارية الخارجية الجزائرية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة وهران، الجزائر.
- جوزيف دانيالز وديفيد فانهوز تعريب محمود حسن حسني (2010م) اقتصاديات النقود والتمويل الدولي، دار المريخ للنشر، الرياض.
- حسام داؤد وآخرون (2005م) مبادئ الاقتصاد الكلي، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن.
- حسين، بني هاني (2014م) اقتصاديات النقود والبنوك والمبادى والأساسيات، دار ومكتبة الكندي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- حسين عمر (1416هـ)، تأثير عرض النقد وسعر الصرف على التضخم في الاقتصاد الكويتي، مجلة جامعة الملك سعود للعلوم الإدارية، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- حمدي عبد العظيم (1987م) سعر الصرف وعلاقتها بالموازنة العامة للدولة، مكتبة النهضة، القاهرة، مصر.
- خضر، زاهر عبد الحليم (2012م) تأثير سعر الصرف على المؤشرات الكلية للاقتصاد الفلسطيني في الفترة (1994-2010) رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الأزهر - غزة، فلسطين.

- شمعون شمعون (1994م) البورصة، دار الأطلس للنشر والتوزيع، الجزائر.
- صايف، محمد إبراهيم محمد (2018م) أهم محددات سعر الصرف في السودان باستخدام نماذج المعادلات الآتية (1980-2015)، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
- فطر، حسن علي عثمان وآخرون (2021م) قياس محددات سعر الصرف في السودان- دراسة إحصائية قياسية، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية والقانونية، المجلد الخامس العدد الثالث، فلسطين.
- عبد الله، عقيل جاسم (1999م) النقود والمصارف، دار مجدلاوي للنشر، عمان، الأردن.
- علو مسعودة ويوسف مرزوق (2016م) أثر تغيرات سعر الصرف على التضخم دراسة قياسية لحالة الجزائر، رسالة ماجستير منشورة، جامعة الدكتور الطاهر مولاي سعيدة.
- علي، عبد المنعم السيد (1986م) اقتصاديات النقود والمصارف في النظم الرأسمالية والاشتراكية والأقطار النامية مع إشارة خاصة للعراق، مطبعة الديواني، الجزء الأول الطبعة الثانية، بغداد.
- مالكوم جبلز ومايكل دومر (1995م) اقتصاديات التنمية، دار المريخ للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- مايكل ايدجمان تعريب محمد إبراهيم منصور (1988م) الاقتصاد الكلي النظرية والسياسة، دار المريخ للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- محمد، إمامة مكي والرشيد، طارق محمد (2015م) العلاقة السببية بين عرض النقود والتضخم في السودان (1990-2012)، مجلة العلوم الاقتصادية، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا.
- محمود حميدات (2000م) مدخل للتحليل النقدي، ديوان المطبوعات الجامعة الجزائرية، الجزائر.
- مقلد، رمضان محمد والفيل، أسامة أحمد (2010م) النظرية الاقتصادية الكلية، كلية التجارة - جامعة الإسكندرية، مصر.

الهوية الصوتية في الإعلان ودورها في تكوين الصورة الذهنية للمنظمات

إعداد

علي بن يحيى مشيبه¹ ❖

ملخص

هدفت الدراسة إلى الكشف عن الدور الذي تلعبه الهوية الصوتية في تكوين الصورة الذهنية للمنظمات وتأثيرها على استجابة الجمهور واستدامة العلامة التجارية، وقد اتبعت الدراسة المنهج النوعي الذي يعتمد على الأدبيات والدراسات السابقة في التوصل إلى النتائج، كما اعتمدت المنهج الوصفي في وصف أبعاد متغيرات الدراسة، حيث أظهرت نتائج الدراسة أن الهوية الصوتية وتكوين الصورة الذهنية للمنظمة الحديثة تشكل عنصراً مهماً في التسويق وبناء العلاقات مع العملاء والجمهور، حيث تسهم هذه العناصر في تحديد كيفية تمييز المنظمة نفسها وكيفية تفاعل الناس معها، وخرجت الدراسة بمجموعة من التوصيات أهمها لا بد للمنظمة أن تتكيف في رسالتها الصوتية مع التغيرات في السوق واحتياجات الجمهور.

الكلمات المفتاحية: الهوية الصوتية، الصورة الذهنية، الإعلان، المنظمات، العلامة التجارية.

* خبير الاتصال الاستراتيجي والإعلام المملكة العربية السعودية

Abstract

The study aimed to reveal the role that vocal identity plays in forming the mental image of organizations and its impact on audience response and brand sustainability. The study followed a qualitative approach that relies on previous literature and studies in arriving at results. It also adopted a descriptive approach in describing the dimensions of the study variables. The results of the study showed that the vocal identity and the formation of the mental image of the modern organization constitute an important element in marketing and building relationships with customers and the public, as these elements contribute to determining how the organization distinguishes itself and how people interact with it. The study recommended that the organization must adapt its voice message to changes in the market and the needs of the audience.

Keywords: audio identity, mental image, advertising, organizations, brand.

مقدمة :

في عالم الأعمال شديد التنافسية اليوم، لم يعد يكفي ببساطة نشر مشاركات وطرح إعلانات تعبر عن جودة المنتج بل أصبح لزاما التعرف على المحتوى الخاص بالمنتج على الفور، وأن يتم نقل القيم الأساسية للعلامة التجارية من خلال صوت مرتبط بالترفيه ومفيداً وملائماً، فاعتمدت الكثير من الشركات على صوت محدد يشكل هويتها أو هوية منتجها بحيث مجرد سماع الصوت يعرف المستمع العلامة التجارية حتى وان لم يسمع الكلمات ومعانيها.

إن طريقة القاء الكلمات ونبرتها وصوت المرسل هي في غاية الأهمية لتحديد تأثيرها على المتلقي، وهو ما أيقنته العديد من المؤسسات والشركات وخاصة تلك التي تعتمد في عملياتها التسويقية على جماهير كبيرة وتعتمد على صوت ونبرة معينة تحمل المشاعر التي تهدف المؤسسة الى ارسالها الى جماهيرها من خلال رسائلها الاعلانية. وقد أصبح الصوت المرتبط برسالة إعلامية أو اعلانية هو الطريقة التي تتصل بها الشركات مع عملائك ويتم تحديدها والتعرف عليها من قبل الجمهور ويربطها بالعلامة التجارية أو بطبيعة المؤسسة المرسله.

وقد تطور ذلك الأسلوب بشكل كبير ومن الملاحظ ان العديد من الشركات الكبرى اعتمدت على عناصر صوتية لإيصال هويتها التجارية للمتلقي واعتمدت العديد منها على مقاطع أغاني معينة تم تغيير بعض كلماتها للتوافق مع المنتج حتى أصبحت في الكثير من الحالات كلمات الاغنية التسويقية منتشرة ومعروفة أكثر من الاغنية الأصلية.

وينجذب المستهلكون أكثر في العلامات التجارية عندما يكون هناك اتصال عاطفي، بدلاً من العلامات التجارية التي تقدم محتوى غير ملهم وغير متصل وفي النهاية، فالأمر لا يتعلق بما تحتويه الرسالة الاعلانية من عبارات، انما هو يتعلق بكيفية قولها، ومدى قدرتها على مخاطبة وجدان المستمع واثاره عواطفه اتجاه العلامة التجارية.

وتعدّ الصورة الذهنية للمنظمة من الأولويات التي تسعى المنظمة إلى الاهتمام بها عند وضعها للخطط، وتقوم أيضاً المنظمات بدراسة صورتها الذهنية وتقييمها بشكل منظم لتقوم برسم الخطط الموجهة للجمهور المستهدف بما يضمن تحقيق أهداف المنظمة، حيث أن للصورة الذهنية دور في التأثير في العلاقات العامة السائدة نحو الجوانب ذات العلاقة بالمنظمة، وكذلك تؤثر في تكوين الرأي وتوجيهه باعتبارها مصدر لآراء الناس وتحديد اتجاهاتهم وسلوكهم (خوالدية وآخرون، 2022).

وأدركت المنظمات أن تكوين صورة ذهنية إيجابية عن المنظمة للجمهور يركز على تسويق منتجاتها وخدماتها اعتماداً على المشاعر الإنسانية، وذلك من خلال ملاحظة أن غالبية الزبائن تستهلك المنتجات وتقوم بعملية الشراء بناءً على المشاعر والتصورات العقلية والعاطفية التي تجعل المنتجات تصنع من أجلها، حيث توجه اهتمام وتركيز المنظمات في حملاتها التسويقية نحو التجربة الحسية للتأثير في الحكم والاختيار لدى المستهلك، وهي ما يُعبّر عنه بالتسويق الحسي الذي يهتم بالتسويق من خلال التركيز على تحريك حواس وعواطف المستهلكين (لخذاري ولحول، 2018).

ويعدّ الإعلان بكافة أشكاله من استراتيجيات التسويق القديمة والتي تتأقلم مع التغييرات المختلفة التي تحدث في بيئة الأعمال والمنافسة، حيث أصبح التركيز في الإعلانات الحديثة على استحضار الحواس الخمس للعملاء والتأثير بها وجعلها جزء من عملية التسويق من أجل التأثير على مشاعر العملاء وتصوراتهم وذكرياتهم وتفضيلاتهم، وبالتالي قرارات الشراء لديهم وسلوكهم (ببة وشين، 2022).

ونظراً لاعتماد الإعلانات بشكل كبير على عنصري الصوت والصورة في جذب المستهلك، اتجهت المنظمات نحو خلق هوية صوتية لمنتجاتها وخدماتها عند تسويقها لها، أو التركيز على وضع أصوات ومؤثرات صوتية في الإعلان تكون مألوفة لدى المستهلك وتهدف إلى إثارة وتحريك مشاعره، أو إنشاء هوية صوتية وموسيقى ترتبط مباشرة بالمنظمة وتخلق تصوّر لدى المستهلك حول المنظمة بمجرد سماعها (كيلاني، 2023).

مشكلة الدراسة :

تُعد الهوية الصوتية واحدة من العوامل الرئيسية في استراتيجيات الإعلان للمنظمات في العصر الرقمي والتي تشمل العناصر المثلية للصوت والموسيقى والتأثيرات الصوتية المستخدمة في الإعلانات، حيث وبحسب عبد الواحد، وسليمان (2021) فإن حاسة السمع تعتبر ثاني أهم وسيلة اتصال تسويقية مع العملاء، حيث أنها تؤثر على عواطف العملاء والتي إذا تم استخدامها بشكل متكرر فإنها تتخلل إلى وعي العميل ويتذكر المنظمة والمنتجات من خلال تلك المؤثرات الصوتية الموجودة في ذاكرته ولاوعيه، كما تؤثر على توجيه سلوكه واختياراته¹.

وتسعى المؤسسات السعودية الى تعزيز عملياتها الإدارية والتسويقية وتطويرها من خلال إدخال التكنولوجيا الحديثة والاعتماد بشكل كبير على الإعلانات الالكترونية بهدف تحسين صورتها الذهنية التي أثبتت فاعليتها في تعزيز الحصة السوقية للمنظمات إلا أنها لا تزال دون المستوى المأمول حيث لازالت الشركات الدولية والأجنبية تمتلك السمعة والصورة الذهنية لدى المستهلكين بشكل واضح في معظم القطاعات، ومن الملاحظ أنه على الرغم من الأهمية الكبير للهوية الصوتي للمنظمات إلا أنه لا يوجد الاهتمام الكافي بتلك الهوية مما اثار مشكلة الدراسة والتي تتمحور في التعرف على الهوية الصوتية في الإعلان ودورها في تكوين الصورة الذهنية للمنظمات.

أسئلة الدراسة :

تسعى الدراسة الى الإجابة عن الأسئلة التالية :

- (1) ما أهمية الهوية الصوتية في تمييز المنظمة عن المنافسين ؟
- (2) هل هناك علاقة بين الهوية الصوتية وبناء الثقة بين المنظمة وعملائها؟

1 عبد الواحد، يارا وسليمان، لمياء (2021)، الدور الوسيط لرضا العملاء في العلاقة بين التسويق الحسي ونية تكرار الزيارة "دراسة ميدانية على المطاعم بمحافظة المنوفية"، المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، 51(4)، 13-68.

3) ما أثر الهوية الصوتية على تكوين الصورة الذهنية للمنظمات؟

أهمية الدراسة :

إن للدراسة الحالية أهمية عملية تتمثل في زيادة الادراك والتوجيه لمشكلة الدراسة في مستشفى الملك فيصل وأهمية علمية وتتمثل في الأهمية الأكاديمية للدراسة، وذلك على النحو التالي :

الأهمية العملية :

وتنبع الأهمية الموضوعية للدراسة في أنها تضيد إدارات المنظمات السعودية في التعرف على أهمية الهوية الصوتية في عملياتها التسويقية وفي بيان دورها في تعزيز صورتها الذهنية مما يساهم في زيادة فاعلية عملياتها التسويقية واعلاناتها.

الأهمية العلمية :

تنبع أهمية الدراسة العلمية في كونها من الدراسات النادرة (حسب علم الباحث) التي تناولت موضوع الهوية الصوتية في الإعلان ودورها في تكوين الصورة الذهنية للمنظمات، فمن شأن الدراسة الحالية أن تثري المكتبة العلمية الوطنية والعربية بمادة هامة وحديثة، وتشكل منطلقاً للباحثين لإجراء دراسات تنطلق من نتائج الدراسة الحالية.

أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة إلى الكشف عن الدور الذي تلعبه الهوية الصوتية في تكوين الصورة الذهنية للمنظمات وتأثيرها على استجابة الجمهور واستدامة العلامة التجارية. وتركز الدراسة على فهم كيفية استخدام الهوية الصوتية في الإعلانات للتأثير على تصور الجمهور للمنظمة وتعزيز عوامل الثقة والتميز والاتصال العاطفي، حيث تسعى الدراسة الى تحقيق الأهداف التالية :

(1) التعرف على أهمية الهوية الصوتية في تمييز المنظمة عن المنافسين وفي بناء الثقة بين المنظمة وعملائها.

(2) التعرف على أهمية الهوية الصوتية في بناء الثقة بين المنظمة وعملائها.

(3) بيان أثر الهوية الصوتية على تكوين الصورة الذهنية للمنظمات.

منهجية الدراسة :

اتبعت الدراسة المنهج النوعي الذي يعتمد على الأدبيات والدراسات السابقة في التوصل الى النتائج، كما اعتمد الباحث المنهج الوصفي في وصف أبعاد متغيرات الدراسة والمتمثلة في الهوية الصوتية في الإعلان ودورها في تكوين الصورة الذهنية للمنظمات. الهوية :

الهوية هي مصطلح يتم استخدامه من أجل توضيح مفهوم الشخص وتعبيره عن شخصيته وعلاقته مع الآخرين، حيث تنسب كلمة هوية إلى الضمير (هو)، إذ تعبر عن مجموعة الصفات التي تميز شيء معين أو عديد الأشياء عن غيرها. وتحمل الهوية مجموعة من العناصر، والتي تعتبر أمرا ديناميكيا يمكن أن يبرز أحدها أو بعضها في مرحلة ما وبعضها الآخر في مرحلة أخرى، كما أن الهوية تختلف من مجتمع لآخر، فكل مجتمع يمتاز بسمات وعناصر تعبر عن هويته عن طريق فنونه وسلوكه وعاداته¹.

كما وتشير الهوية إلى مزيج من السمات (سواء اجتماعية أو ثقافية) التي يتقاسمها الأشخاص، ويمكن من خلالها التمييز بين مجموعة وأخرى، كما أن الهوية تعبر عن عديد الانتماءات التي ينتمي لها الشخص وتعبر عن سلوكه، أو كيفية إدراك الشخص لنفسه².

1 Burke, P. (2020). Identity. The Cambridge Handbook of Social Theory, Contemporary Theories and Issues, Cambridge University Press.

2 Aghabi, L., Bondokji, N., Osborne, A. & Wilkinson, K. (2017). Social Identity And Radicalization, Amman: Wana Institute.

بناء الهوية (نظريات متعلقة بالهوية):

تشمل الهوية العديد من القيم المعقدة، بحيث أن الكثير منها مستمد من الحياة الاجتماعية، فهوية الفرد راسخة بقوة في المجتمع الذي يعيش فيه، وهذا يشير إلى نظريات ميد التفاعلية (Mead's interactionist theories)، حيث يدعي أن العقل الفردي والذات يظهران من العملية الاجتماعية، ومن جهة أخرى يصف مارسيل موس (Marcel Mauss) الهوية تتحدد من خلال العملية التي بموجبها تفرضها "العقلية الجماعية" في مرحلة ما على الشخص نفسه¹.

قد تكون كلتا النظريتين صحيحتين، اعتماداً على ما إذا كنا نفكر في وعينا بالهوية من وجهة نظر تطورية (موس) أو إذا اعتبرناها من منظور أكثر تزامناً، فيما يتعلق بما يحدث في حياتنا (ميد)، حيث يساهم كلا المؤلفين بأفكار مهمة. من ناحية أخرى، فإن موس يعتبر الفرد بشكل عام يشتمل على القدرات، والإجراءات الروتينية، واستراتيجيات الإدراك ورد الفعل، وليس فقط جسدياً. ولكن من خلال الأحداث التي تحدث في المكان والزمان، ومن ناحية أخرى، الفكرة الأساسية أن الفرد موجود، ويتم بناؤه وإعادة بنائه باستمرار في تفاعله مع المجتمع؛ بشكل عام فإن كلا من المجتمع والفرد ضروريان لتحديد الهوية.

وهناك نظرية أخرى عن الفرد أو الذات تتناسب جيداً مع النظريات السابقة هي تلك التي وضعها جوفمان (Goffman)، حيث يطبق المصطلحات المسرحية لشرح أن الهوية هي شخصية أو دور نلعبه في مرحلة معينة (سياق اجتماعي محدد) وبالتالي يمكن اعتبار هويتنا أو الذات التي نظهرها للآخرين على أنها كوكبة من التفاعل نفسه، المسرح، الكواليس، المسرح الأمامي، الممثلين الآخرين والجمهور. النقطة الأساسية في نظرية جوفمان هي أنه لا يمكن تصور الذات من تلقاء نفسها، إنما هو موجود فقط في التفاعل مع

1 Payá Herrero, B. (2009). Voice and identity: a contrastive study of identity perception in voice. PhD Thesis, der Ludwig-Maximilians-Universität, München.

الآخرين فقط لأن هناك جمهوراً يفسر الدور الذي يلعبه كل فرد. يظهر وصف مشابه للهوية في مفهوم هابرماس (Habermas) عن "الفعل الدرامي" (أحد أنواعه الاجتماعية الأربعة للتواصل)، حيث يصور المتحدثين كمشاركين في تدخل يؤدي أداءً لجمهور معين، وستكون فكرة الهوية الدرامية هذه أساسية لفهم كيفية عمل الصورة النمطية للصوت¹.

في إطار دراسات الهوية في مجال علم النفس، اشتهر إريكسون (Erikson) بنظريته عن "أزمة هوية المراهقين"؛ حيث يصف نظرية تطور الأنا في ثماني مراحل من دورة حياتنا، ويتم فيها إحدى مراحلها ذكر مفهوم الهوية لأول مرة واكتساب أهمية رئيس البلدية، كما وتحدث إحدى المراحل عن المراهقة (مرحلة المراهقة) حيث يتمزق الفرد بين قطبين (هوية الأنا وانتشار الدور)، وفي هذه المرحلة، يقترح إريكسون أن "هوية الأنا تتطلب معرفة من أنت وكيف تتناسب مع المجتمع، إذ أنه يتطلب تكوين هوية أو ذات ترضي كلاً من احتياجات الفرد الداخلية واحتياجات المجتمع"².

يتضح لنا أن الهوية قد تشمل شيئين مختلفين (الاحتياجات الفردية واحتياجات المجتمع)، إذ يعبر إريكسون أيضاً عن الفكرة بأن "الهوية لا تثبت أبداً على أنها إنجاز في شكل درع شخصي أو أي شيء ثابت وغير قابل للتغيير". لا يقدم إريكسون وصفاً للهوية غير الثابتة التي تتطور باستمرار فحسب، بل يقدم أيضاً فكرة أن الهوية الشخصية تقوم على شيئين³:

1. التصور التماثلي واستمرارية وجود المرء في الزمان والمكان.
2. التصور الحقيقي بأن الآخرين يدركون تماثل المرء واستمراريته؛ لذلك لا يتعلق الأمر فقط بإدراك الفرد للاستمرارية في الأفكار والذكريات وما إلى ذلك، ولكن يتعلق الأمر بإدراك الآخرين لهذه الاستمرارية أيضاً.

1 Payá Herrero, B. (2009). *ibid*.

2 Hauge, Å. L. (2007). Identity and place: a critical comparison of three identity theories. *Architectural science review*, 50(1), 44-51.

3 Payá Herrero, B. (2009). *ibid*.

إن الهوية بشكل عام مما سبق من النظريات تفهم بأنها مصطلح علائقي يبني التوازي بين مجالين (مجال الفردية (الذات الشخصية) ومجال التجميع (الذات الاجتماعية))، أو بعبارة أخرى، مجال الجوانب التي تجعل الشخص فريداً (محددًا)، من ناحية الجسد والشخصية والمواقف والذكريات والخبرات ... إلخ، ومجال ما يشاركه مع المجتمع الذي يعيش فيه (الفئات الاجتماعية، الجنسية، الدين، العادات).

الهوية الصوتية (البصمة الصوتية):

تعتبر الهوية الصوتية واحدة من أشكال الهوية، والتي يشار لها بالبصمة الصوتية. فالبصمة الصوتية تعتبر وسيلة للتعرف على الشخص ومعرفة هويته، إذ أن لكل شخص نظام عصبي يتحكم في الجهاز الصوتي ينتج عنها موجات صوتية فريدة تميز كل شخص عن الآخر، ومما يتسم به الجهاز الصوتي أنه عرضة لمؤثرات عدة منها المرضية، والنفسية والمزاجية وعامل الزمن كالتقدم في العمر¹.

وبشكل عام، وبعد دراسات طويلة على أسرار الصوت البشري، تبين أن لكل شخص هوية صوتية تميزه عن أي شخص آخر، ويقول الخبراء إن صوت الشخص أكثر تعقيداً مما هو متصور، إذ أن للأصوات خصائص محددة، يبلغ عددها أكثر من 100، بعضها تتعلق بسماكة وطول الأحبال الصوتية، وشكل اللسان، وكذلك الجيوب الأنفية، وبعضها يتعلق بشخصية الفرد، مثل النبرة والنغمة والسرعة².

مفهوم الهوية الصوتية:

يقصد بالصوت أنه النغمة الطبيعية والمميزة لأصوات الكلام التي ينتجها شخص معين، أو على نطاق أوسع على أنه أي نوع صوتي يتضمن اهتزاز الطيات والأحبال الصوتية³.

1 حسين، عبد الرحمن، وأبو نقرة، ندى، وبركات، أسماء (2018). تأمين منشأة حيوية عن طريق البصمة الصوتية وتحليلها باستخدام الخوارزمية الجينية. المؤتمر العلمي الأكاديمي الدولي التاسع بعنوان "الاتجاهات المعاصرة في العلوم الاجتماعية، الإنسانية، والطبيعية"، خلال الفترة 17-18 تموز 2018، في إسطنبول، تركيا.

2 الكحيل، عبد الدائم (2022). بصمة الصوت. تم استخلاصه بتاريخ 2022/6/20 من خلال الموقع الإلكتروني <http://www.kaheel7.com>.

3 Sisman, B., et al. (2020). An overview of voice conversion and its challenges: From statistical modeling to deep learning. IEEE/ACM Transactions on Audio, Speech, and Language Processing, 29, 132-157.

فمن أجل إنتاج أصوات الكلام ووصفها، يتم تضمين العديد من ميزات الصوت وتميل إلى تصنيفها بشكل أساسي إلى مجموعتين (ميزات جودة الصوت وخصائص ديناميكيات الصوت)؛ حيث تشير ميزات جودة الصوت إلى تلك السمات المادية والعضوية التي يولد بها الأفراد ولا يتم اختيارنا برغبتهم، أما خصائص ديناميكيات الصوت فتشير إلى تلك السمات التي يتم تعلمها من خلال التنشئة الاجتماعية والتي يُقال إنها يمكن اكتسابها والتحكم فيها¹.

ويساعد الصوت على التعرف على صاحبه على الفور ويمكن التعرف عليه من الكلمة الأولى التي يلفظها، فمن المعروف أن كل شخص يختلف شكلا وجسدا عن الآخرين، إلا أن الأمر الآخر، والذي قليلا ما يعرفه الأشخاص هو أن لكل شخص هوية صوتية فريدة تختلف من شخص لآخر².

فالهوية الصوتية هي التي يمكن من خلالها للأشخاص تصنيف الأصوات التي يسمعونها بسرعة لاكتشاف الشخصية أو العواطف أو من يتحدث؛ أي العناصر التي يشملها مصطلح "الهوية"، فمن خلال الصوت، يمكن إيجاد وسائل تعكس هوية الأفراد من خلال مجموعة محدودة من الميزات الصوتية مثل درجة الصوت أو الإيقاع أو الشدة أو مدى حدة الصوت أو معدل الكلام وغيرها³. بالتالي فإن الانسان قادر على تحديد هوية الفرد من خلال صوته حيث ان السماع المتكرر للصوت يجعل الدماغ يربط بين الصوت وهوية الفرد مصدر الصوت فلا عجب أن يتمكن الانسان من تحديد هوية شخص ما من خلال صوته الذي سمعه سابقاً والذي ارتبط سابقاً بصورة مصدر الصوت أو بخصائصه، او بما يمثله أو بما يدعو اليه، وذلك يرتبط أيضا بالمشاعر والأحاسيس فالأم عند سماع صوتها ابنتها الغائب تعرفه وتثار لديها مشاعر الأمومة والحب والاشتياق، وكذلك عند سماع أحدهم

1 Payá Herrero, B. (2009)ibid.

2 Bonenfant, W. (2018). Voice, identity, contact. Journal of Interdisciplinary Voice Studies, 3(2), 107-114.

3 Payá Herrero, B. (2009). op.

لصوت احد اعدائه يتكون لديه مشاعر الانزعاج أو الخوف أو العداء أو حتى قد يصيبه التوتر، فالصوت المؤثر ايجابياً هو الذي يرتبط بهوية إيجابية أو محببة لدى المستمع. خصائص الهوية الصوتية (البصمة الصوتية):

يوجد هنا أكثر من 70 جزءاً من أجزاء الجسم - لكل منها حجم وشكل فريد - تساهم في الطريقة التي يتحدث بها الشخص، تعتمد القياسات الحيوية للصوت على حقيقة أن خصائص الصوت البشري ترتبط ارتباطاً وثيقاً بالصفات الفسيولوجية لكيفية إنشاء الشخص للكلام، ويساهم أكثر من 70 جزءاً من أجزاء الجسم في كيفية نطق الشخص للكلام، وكل جزء من هذه الأجزاء يختلف من انسان لآخر، والنتيجة هي "بصمة صوتية" مماثلة لبصمة الإصبع، ويُطلق على البصمة الصوتية أيضاً "نموذج صوتي"¹. وفي خصائص الهوية الصوتية/ البصمة الصوتية، يجب معرفة أن تلك البصمة تقوم على مبدئين مهمين وهما²:

الأول؛ أن لكل شخص جهاز صوتي فريد لا يشبهه شخص آخر فيه.

الثاني؛ لكل شخص نظام عصبي فريد يتحكم في الجهاز الصوتي وينتج عن تلك الخاصيتين موجات صوتية يختلفون الأشخاص فيما بينهم في سماتها، ومما يتسم به الجهاز الصوتي أنه عرضة لمؤثرات عديدة (منها المرضية، والنفسية والمزاجية وعامل الزمن كالتقدم في العمر).

وبالتالي فإن لكل فرد جهاز صوتي خاص وفريد لا يشبه غيره تماماً كبصمة الاصبع أو بصمة العين، كما أن لكل فرد نظاماً عصبياً خاصاً يكون نبرة صوت خاصة تعتمد على العديد من التفاعلات في النظام العصبي فتكون تلك النبرة خاصة لا تتشابه مع أي نبرة شخص آخر بشكل تام، وتلك النبرة تتأثر بالعديد من العوامل التي تساهم في تميزها ومنها العوامل النفسية التي تؤثر في نبرة الصوت فالإنسان عندما يكون في حالة

1 <https://www.idrnd.ai/voice-biometrics/>

2 حسين وآخرون (2018). مرجع سابق، ص1870.

من التوتر تختلف نبرة صوته عن تلك النبرة في حال كان في حالة استقرار كما تختلف نبرة الصوت في حالات الحزن والفرح والمرض بالإضافة الى التقدم في العمر. ونبرة الصوت هي ليست ما تقول، انما كيف تقولها ولا يشمل ذلك الكلمات التي تختارها فحسب، بل يشمل ترتيبها وإيقاعها وسرعتها. بل من المربك، عند رؤيتها في عالم الأعمال والتسويق، أن عبارة "نغمة الصوت" تشير إلى الكلمات المكتوبة - بدلاً من الكلمات المنطوقة. ستعمل نبرة صوت الشركة على إبلاغ جميع نسختها المكتوبة، بما في ذلك موقعها على الويب ورسائل وسائل التواصل الاجتماعي ورسائل البريد الإلكتروني والتغليف.

فالأمر لا يقتصر على ما تفعله الشركة فحسب، بل من هو الذي يجعلها علامة تجارية. تجسد نبرة الصوت وتعبّر عن شخصية العلامة التجارية ومجموعة قيمها. يتعلق الأمر بالأشخاص الذين يشكلون العلامة التجارية - والأشياء التي تدفعهم، وما يحبونهم ويكرهونهم، وما يريدون مشاركته مع العالم.

ويجب أن تكون نبرة صوت العلامة التجارية مميزة ومميزة وفريدة من نوعها. قد يبدو هذا أمراً صعباً حتى نفكر في استخدام لغتنا في الحياة اليومية. كلنا نستخدم اللغة - المكتوبة والمنطوقة - بطريقتنا الخاصة. بالطبع، الثقافة واللهجة هما أهم العوامل التي تملي أسلوبنا في التعامل مع الكلمات. لكن ضمن هذه، كل منا لديه خصوصياته الخاصة، والتعبيرات المفضلة، والتصريفات، والسرعة، وما إلى ذلك.

علامات الكلام التي تنقل معلومات حول الهوية الصوتية:

أشير إلى جوانب الجودة الصوتية (سمات الكلام التي تشكل جزءاً من النظام اللغوي الاجتماعي) وجوانب الجودة الشخصية (السمات الفطرية جزئياً والمكتسبة جزئياً والمميزة للمتحدث)، إذ أن هناك تفاعل دائم بين كلا العنصرين، وقد بحثت إحدى المشاريع في إسبانيا عن هذين الجانبين اللذين يؤثران على التباين الصوتي (الاختلاف الصوتي بين

وداخل مكبر الصوت الناشئ في تحديد المتحدث). حيث تم التركيز على العلامات الشائعة لتحديد المتحدث مثل الشدة، والصيغ الصوتية وتوزيع الطاقة الأنفية، وذلك لدراسة الدور الذي يلعبونه وحتى إجراء بعض التجارب الإدراكية¹.

وقد أجرى علماء اللغة وعلماء النفس وعلماء الأصوات وعلماء الأعصاب وغيرهم أبحاثاً حول العديد من الارتباطات بين الصوت والهوية، والتي لخصت في ثلاث علامات رئيسية (علامات الكلام التي تنقل معلومات حول هويتنا الصوتية) وهي:

1. العلامات الجسدية (حجم الجسد، الجنس والعمر، الحالة الصحية).
2. العلامات الاجتماعية (الأصل الإقليمي، الطبقة الاجتماعية، المهنة، السلطة، الأدب والاخلاق).
3. العلامات النفسية (شخصية الفرد، الاتجاهات، المشاعر).

صورة المنظمة الذهنية

تناولت العلوم المختلفة كالتسويق والإعلام وعلم النفس مصطلح الصورة الذهنية في صور عديدة، وبرزت مفاهيم عديدة لا يمكن حصرها بسهولة تتميز في بعض الأوقات بعدم الوضوح أو الغموض، فتعرف الصورة الذهنية بأنها "مجموعة من الأفكار والمشاعر والمعتقدات التي يكونها الشخص تجاه شيء معين"².

كما تعرف بأنها "الانطباع الذهني الذي يتكون لدى العملاء، عن طريق تجمع مجموعة من الإدراكات حول شيء معين، فهي مجموعة من التمثيلات الذهنية، التي تتميز بأنها شخصية، منحازة، مستقرة، انتقائية ومبسطة"³.

1 Payá Herrero, B. (2009). ibid.

2علي، أيمن حسن (2021). دور الصورة الذهنية كمتغير وسيط في العلاقة بين جودة الخدمة المصرفية ورضا العميل. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية (2) 12، 45-1.

3سعد، بهاء الدين مسعد، وأبو زيد، وليد أبو بكر (2022). أثر أخلاقيات البيع الإلكتروني على الصورة الذهنية للعلامة وانعكاس ذلك على سلوكيات تحول العملاء. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية. (1) 3، 69-117، ص76.

والصورة الذهنية هي تجربة، في معظم المناسبات، تشبه إلى حد كبير تجربة الإدراك البصري أو الصوتي لبعض الأشياء أو الأحداث أو المشاهد، ولكنها تحدث عندما لا يكون الكائن أو الحدث أو المشهد ذي الصلة موجوداً فعلياً للحواس¹.

والصورة الذهنية مصطلح يستخدم للإشارة إلى التمثيلات والتجربة المصاحبة للمعلومات الحسية بدون منبه خارجي مباشر. يتم استدعاء مثل هذه التمثيلات من الذاكرة وتعود المرء لإعادة تجربة نسخة من المنبه الأصلي أو مزيج جديد من المنبهات². وهي الوسيلة التي يستعملها شخص ما للتعبير عن وجهة نظره الشخصية والمتعلقة بالمخططات، والأفكار المختلفة التي تدور في ذهنه؛ حيث تُستعمل عوضاً عن الاقتصار على أسلوب الكلمات وحسب³.

وعرفت الصورة الذهنية بأنها "إجمالي الانطباعات الذاتية للعملاء عن المؤسسة، وهي انطباعات عقلية غير ملموسة تختلف من عميل لآخر، وهي المشاعر التي تخلقها المؤسسة لدى العملاء بتأثر ما تتيحه من منتجات وخدمات وتعاملاتها مع العملاء، وعلاقاتها مع المجتمع، واستثماراتها الاجتماعية ومظهرها الإداري، وتندمج تلك الانطباعات الفردية وتتوحد لتكوين الصورة الذهنية الكلية للمؤسسة"⁴.

أهمية الصورة الذهنية:

يرجع اهتمام الباحثين والمفكرين بالصورة الذهنية الى كونها ذات أهمية تساعد

المؤسسات على ما يلي⁵:

1 Al-Samydai, M., Al-Kholaifeh, A., & Al-Samydai, A. (2019). The impact of social media in improving patient's mental image towards healthcare provided by private hospitals' in Amman/Jordan. *Indian J Public Health Res Dev*, 10(2), 491-49.

2 Pearson, J., Naselaris, T., Holmes, E. A., & Kosslyn, S. M. (2015). Mental imagery: functional mechanisms and clinical applications. *Trends in cognitive sciences*, 19(10), 590-602.

3 مروان، محمد (2018). ما هي الخريطة الذهنية. تم استخلاصه بتاريخ 2023/2/1 من خلال الموقع الإلكتروني <https://mawdoo3.com>.

4 بليل، سلوى، وبو بكرة، الفاتية (2021). دور أبعاد جودة الخدمة في تحسين الصورة الذهنية. رسالة ماجستير، جامعة المسيلة، الجزائر.

5 عمي، سهام (2020). أثر التسويق الفيروسي على الصورة الذهنية. رسالة ماجستير، جامعة أم البواقي، الجزائر.

- أ- تقوم بدور مهم ومحوري في تكوين الآراء واتخاذ القرارات وتشكيل سلوك الأشخاص.
- ب- تساعد المؤسسات في رسم الخطط، واتخاذ القرارات التي تكون صورة إيجابية عن المؤسسة التي تتفق مع احتياجات العملاء.
- ج- تؤدي دورا مهما في إثراء، أو إتاحة الرؤية المتكاملة للدراسات الإعلامية والإدارية والاجتماعية، والنفسية نظرا لكونها تقوم بدور مؤثر في السلوكيات، والقرارات الحياتية في تسيير أمور الحياة.
- د- تساهم في تكوين وتشكيل الرأي العام تجاه المؤسسات، والأشخاص في المجتمع. والصورة الذهنية أداة للتمييز؛ إذ تعمل على تمييز المؤسسة عن منافسيها، وهي تسمح بتطوير اتجاهات إيجابية في صالحها، من شأنها استمالة العميل واكتساب وفائه، وإن إعطاء صورة جيدة عن المؤسسة معناه إنشاء قيمة خاصة بها، وهذا يساعد على ما يلي¹ :
- تبرير ارتفاع أسعار خدماتها.
 - تسهيل عمليات تقديم الخدمات الجديدة، بحيث أنها تستفيد مباشرة بالصورة المكتسبة من قبل.
 - سهولة التفاوض مع نقاط البيع لأنها تفضل علامات ذات شهرة واسعة وسمعة جيدة.
 - إفضال المنافسة من الاستثمار في نفس القطاع.
- وبشكل عام، بدأت المؤسسات تدرك أهمية الارتباط الذهني بين المؤسسة والعميل. وما يثبت ذلك تركيز معظم المؤسسات على قطاعات سوقية معينة او فئات محددة من

1 عيواج، صليحة (2018). أثر جودة الخدمة الصحية في تحسين الصورة الذهنية المدركة من وجهة نظر المستفيدين. رسالة ماجستير، جامعة المسيلة، الجزائر.

العملاء وتحديد احتياجاتها ورغباتها والسعي لإشباعها بكفاءة وفاعلية، مما يحقق ارتباطاً عاطفياً بين المؤسسة والعملاء المستهدفين. ويساهم في تعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة لدى العملاء المتعاملين معها، وتعد الصورة الذهنية الايجابية لأية مؤسسة مؤشراً جيداً لكسب رضا الجمهور الداخلي (الموظفين) والخارجي، مما يساعد ذلك على زيادة مبيعاتها وتعزيز سمعتها لدى الرأي العام، وفي ظل التوجه نحو العولمة وارتفاع مستوى المنافسة بين المؤسسات وسرعة وصولها الى الاسواق اصبحت الصورة الذهنية للمؤسسة أداة هامة وفاعلة¹.

من جهة أخرى، تتمثل أهمية بناء الصورة الذهنية الإيجابية حول المنظمة من خلال المنافع والفوائد التي تنعكس على كافة الأطراف، وفيما يلي توضيح لهذه الأهمية لكل طرف²:

الزبائن: إن الصورة الذهنية من أبرز وأهم عوامل جذب الزبائن للمنظمة، حيث يسعون ويختارون التعامل مع المنظمة من خلال تجاربهم مع منتجات وخدمات تمتلك صورة ذهنية جيدة وإيجابية تجعلهم يشعرون أن تلك المنظمات تحترم زبائنهم وتقدم أفضل المنتجات والخدمات من حيث الجودة والأداء والسعر قياساً بمنافسيها، كما يعتقدون أنها تراعي في عملها المسؤوليات الأخلاقية والاجتماعية تجاه زبائنهم.

العاملون: يرى العاملون أن الصورة الذهنية الجيدة التي يتبناها المستهلكون والزبائن عن منظماتهم تمثل انعكاساً لجهودهم المبذولة في خدمة المنظمة، ما ينعكس عليهم بالشعور بالفخر والاعتزاز لالتزامهم والعمل على زيادة إنتاجيتهم والحرص على موجودات المنظمة والتي من بينها الصورة الذهنية.

1الطار، فؤاد خمودي، والشمري، محمد عوض (2017). التسويق الرقمي ودوره في تعزيز الصورة الذهنية للمنظمة. المجلة العراقية للعلوم الإدارية 13(54)، 1-31.

2المحمود، سعد، قلو، إيفيت وشرفاني، دنان (2019). دور القيمة المبدعة في تكوين الصورة الذهنية للمنظمة "دراسة استطلاعية لأراء عينه من المديرين في عدد من المنظمات الإنتاجية في مدينة دهوك"، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة زاخو، 7(1)، 110-138.

إدارة المنظمة: تعد الصورة الذهنية الإيجابية من أئمن موجودات المنظمة، وتأتي أهمية الصورة الذهنية كونها تعكس جدارة وقدرة إدارة المنظمة في بناء استراتيجية وتنافسية تتمكنها من النجاح في المنافسة وتحقيق التفوق، ما يؤدي إلى الارتقاء بمستويات الأداء وتحقيق العوائد المرغوبة والتبتمكن المنظمة من الاستمرار.

كما تُحدد الصورة الذهنية للمنظمة طبيعة العلاقة بين المنظمة وجمهورها وعملائها، والتي لا تقتصر على الزبائن والمستهلكين فقط، بل تشمل أيضاً الموردين والشركاء والمستثمرين وغيرهم ممن يتعاملون مع المنظمة، حيث تكون هذه العلاقات إما رمزية وتفسيرية قصيرة الأجل، أو علاقات سلوكية طويلة الأجل¹.

وتتمثل أهمية الصورة الذهنية باعتبارها من أهم المقاييس التي تعتمد عليها المنظمة في معرفة مدى نجاح المنظمة في أداء أدوارها تجاه عملائها وزبائنهم، ما يُساعد المنظمة في اتخاذ الإجراءات والقرارات المناسبة لضمان جذب العملاء والحفاظ عليهم، وكذلك الحفاظ على مكانها في سوق المنافسة².

كما تتمثل أهمية الصورة الذهنية في مدى قدرة المؤسسة على الحفاظ على جماهيرها واستقطاب جماهير جدد، حيث ترتبط قوة تأثير الصورة الذهنية في مخيلة الجمهور بسهولة أو صعوبة استقطابهم³.

بناءً على ما سبق، يمكن ملاحظة أهمية الصورة الذهنية في توجيه إدراك المُستهلك وسلوكه نحو الاستفادة من منتجات وخدمات منظمة ما أو تجنبها، حيث تسعى

1صالح، مؤيد (2019). تأثير نماذج الاتصال والأدوار التنظيمية لشاغلي العلاقات العامة في الصورة الذهنية للمنظمات السورية، مجلة جامعة تشرين - العلوم الاقتصادية والقانونية، 41(5)، 35-54.

2الوكيل، إيمان (2021)، أثر الابتكار المؤسسي على بناء الصورة الذهنية للمؤسسات العامة - دراسة حالة بنك مصر، مجلة كالية الاقتصاد والعلوم السياسية، 22(2)، 215-246.

3الحمام، خلف (2014)، الصورة الذهنية لرجل الأمن لدى الرأي العام الأردني "دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير، جامعة البتراء، الأردن.

المنظمات للمحافظة على صورتها إيجابية وتطويرها باستمرار، ما يساعدها في ممارستها لوظائفها القيادية.

أنواع وأبعاد الصورة الذهنية :

تتمثل الصورة الذهنية في الانطباع الصحيح الذي ترغب المؤسسة في تحقيقه بناءً على معلومات صادقة، بالتالي تنقسم أنواع الصورة الذهنية بحسب تأثيرها على المنظمة والعاملين فيها وعملائها، حيث يتحول هذا الانطباع إما إلى صورة سلبية أو صورة إيجابية¹.

وهناك أنواع متعددة للصورة الذهنية للمنظمات بحسب عدة عوامل، ومن أبرز هذه الأنواع الصورة الذهنية الذاتية والصورة الذهنية المدركة والصورة الذهنية المُبتَغاة، وفيما يلي توضيح لهذه الأنواع² :

الصورة الذاتية: وتتمثل في نظرة المنظمة لنفسها، وتلعب دوراً كبيراً في بناء صورة عامة لدى الجمهور.

الصورة المدركة: تتمثل في التصورات والأحاسيس والعلاقات ووجهة نظر المستهلك تجاه المنظمة، وطريقة تفكير المستهلك وما الذي يؤثر على سلوكه تجاه هذه المنظمة.

الصورة المرغوبة: وتتمثل في ما ترغب المنظمة في توصيله عن نفسها إلى الجمهور من خلال ما تقوم به من أنشطة وتقديمه من خدمات ومنتجات.

وتنقسم الصورة الذهنية المدركة إلى صورة خارجية والتي تختلف من جمهور لآخر وتتمثل في صورة الجمهور العام عن المنظمة، وهي موجودة بغض النظر عن ارتباطها بالحقائق أو لا، كما أنها لا تتغير بمدى رضا المسيرين أو قلقهم، والصورة المدركة الداخلية والتي تسمح للجمهور بمعرفة نقاط ضعف وقوة المنظمة وطبيعة نشاطها ونوعية منتجاتها

1 الجبوري، إرادة (2010)، مفهوم الصورة الذهنية في العلاقات العامة، مجلة الباحث الإعلامي، (9)، 161-176.
2 السكارنة، بلال (2012)، أخلاقيات العمل وأثرها في إدارة الصورة الذهنية في منظمات الاعمال، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، (33)، 373-407.

وخدماتها، وتكون هذه المعرفة مبنية على الملاحظات الشخصية والمعلومات التي يحصلون عليها من المنظمة بشكل مباشر أو من الإشاعات المنتشرة، بالتالي تؤثر هذه المعارف الداخلية التي يدركها الجمهور حول المنظمة في صورتها بشكل مباشر¹.

مصادر بناء الصورة الذهنية والعوامل المؤثرة بها

تتأثر هيكلية وطبيعة الصورة الذهنية لدى الفرد بمجموعة من الأساليب والمصادر التي توجه سلوك الفرد نحو المؤسسة إما سلبياً أو إيجابياً، حيث تقوم المؤسسات باستمالة الفرد بنوعين رئيسيين يتمثلان فيما يلي²:

الاستمالة العاطفية: وتحدث من خلال استخدام الشعارات والرموز والألوان والأساليب اللغوية المختلفة، والدلالات اللفظية والصوتية.

الاستمالة العقلانية: وتحدث من خلال الاستشهاد بالمعلومات والأحداث والأرقام الإحصاءات والنتائج، ومحاولة تنفيذ وجهات النظر السلبية.

ومن أهم المصادر التي تساهم في تكوين الصورة الذهنية لدى الفرد المستهلك حول المؤسسة ما يلي³:

الخبرة المباشرة: تعتبر من أقوى مصادر التأثير في الفرد وسلوكه تجاه المؤسسة، وذلك لارتباطها باحتكاكه اليومي بغيره من الأفراد والأنظمة والقوانين مما يكون الانطباعات الذاتية عن المؤسسة.

1 كموش، مراد (2021)، تشكيل هوية المنظمة: من إدارة العلاقة مع الجماهير إلى ضبط الصورة الذهنية، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، 5(3)، 138-152.

2 إبراهيم، معظم (2017)، دور الإعلام الخارجي في بناء الصورة الذهنية، أطروحة دكتوراة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.

3 غزال، خولة (2019)، تأثير صورة المؤسسة الاقتصادية على السلوك الشرائي للمستهلك الجزائري "دراسة ميدانية على عينة من مستهلكي منتجات مؤسسة الكاهنة بمدينة أم البواقي"، رسالة ماجستير، جامعة العربي بن مهيدي، الجزائر.

الخبرة غير المباشرة: تتمثل في ما يسمعه الفرد حول المؤسسة عن طريق الخبرات والتجارب المباشرة لأفراد آخرين مع المؤسسة.

وسائل الاتصال الجماهيرية: تقوم المؤسسة في تشكيل اتجاهات وآراء الأفراد حولها من خلال بث مواد إعلامية وإعلانات عبر مختلف وسائل الاتصال التي تمكنها من الوصول إلى الجمهور، وذلك بهدف توسيع مكانها في السوق.

من جهة أخرى، تتأثر عملية تكوين الصورة الذهنية لدى الفرد حول المؤسسة بمجموعة عوامل منها تنظيمية تتعلق بالمؤسسة مثل سياسة المؤسسة ورؤيتها وثقافتها، وطبيعة منتجاتها وجودة خدماتها، وكذلك علاقتها ومع الجمهور ومدى درجة وصولها إليهم، إضافة إلى أنشطتها الاجتماعية، وعوامل شخصية تتعلق بالفرد مثل طبيعة شخصيته وطريقة استقباله لتفاعله مع المؤسسة، وكذلك قيمه ومبادئه واعتقاداته، حيث تتأثر العوامل التنظيمية والشخصية بالخصائص الاجتماعية والثقافية للمجتمع¹.

علاقة التسويق الحسي في بناء الصورة الذهنية

إن التسويق من الوظائف والمهام الإدارية التي تعبّر عن مجموعة من الأنشطة والعمليات التسويقية المتعلقة بعملية انتقال المنتجات ووصولها إلى المستهلك، وذلك بدراسة العلاقات التبادلية الاقتصادية والاجتماعية التي تواجه المنظمات².

ومن خلال ارتكاز عملية بناء الصورة الذهنية للمستهلك على الجوانب الحسية والعاطفية لديه، أصبح مفهوم التسويق في المؤسسات يركز على التأثير بحواس الفرد لتوجيهه نحو الشراء والحصول على الخدمات، ويُنظر للتسويق الحسي بأنه أداة يتم

1 بشيري، عبير وشريخ، سهيلة (2021)، الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية الاستشفائية خلال فترة كوفيد "دراسة على عينة من الجمهور الخارجي لمستشفى رزيق البشير - بوسعادة"، رسالة ماجستير، جامعة محمد بوضياف، الجزائر.

2 أبو جليل، محمد والسعدي، باسم (2015)، أثر بعض عناصر المزيج التسويقي الخدمي للمعلومة المكتبية في تشكيل الصورة الذهنية لدى مستخدمي المكتبات العامة في الأردن، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات الإدارية والاقتصادية، 1(4)، 107-136.

استخدامها للتأثير على عادات الاستهلاك بالتأثير الحسي والعاطفي على العملاء والتواصل معهم من خلال الحواس الخمسة، وكذلك تحليل سلوكهم وعواطفهم لإنشاء رابطة عاطفية بينهم وبين المنتج أو الخدمة¹.

جاء التسويق الحسي بهدف الخروج من عملية استهداف عقل المستهلك باستخدام نموذج التموذج الكلاسيكي والتوجه نحو استهداف قلب وأحاسيس المستهلك، وذلك لتوظيف حواس الإنسان والاستفادة منها لأهداف خاصة بعملية التسويق، ما يؤدي إلى زيادة وتوليد الطلب على المنتجات والخدمات².

كما يُشير مفهوم التسويق الحسي إلى العناصر المرتبطة بمكان، منتج أو خدمة، والتي توجهها المؤسسة بهدف تحسين تصورات الأفراد ودفعهم للتفاعل مع العلامة التجارية، حيث يجب أن تركز هذه العناصر على تحفيز كل أو أحد الحواس الخمسة بشكل مباشر، وذلك باستخدام الأضواء والصور والموسيقى والروائح وكذلك اللمس ودرجات الحرارة³.

كما ساهم استخدام التسويق الحسي في تعويض القصور الموجود في عمليات التسويق التقليدي الذي يعتمد على العرض والمنافسة، وجاء التعويض بالاعتماد على حواس المستهلك باعتبارها المؤثر الأهم في تحقيق رضاه من خلال تجاربه الحسية، التي تؤثر في سلوك المستهلك وفق أبعاد حسية وعاطفية ومعرفية⁴.

1 عبد القادر، عبد القادر، يوسف، يمني والعراقي، رحاب (2020)، تأثير التسويق الحسي (السمع والبصر) على استجابة العميل عند توسيط خبرة العميل "بالتطبيق على عملاء سلاسل المطاعم بمحافظة الدقهلية"، المجلة المصرية للدراسات التجارية، 44(3)، 177-215.

2 الغزواني، ناصر والنفاتي، ياسين (2021)، تأثير التسويق الحسي على مردود صناعة السياحة الداخلية الليبية "مواقف التأثير"، مجلة الميادين الاقتصادية، 4(1)، 51-68.

3 لخداري، حسناء ولحول، سامية (2019)، دور التسويق الحسي في تعزيز الوعي بالعلامة التجارية "دراسة حالة شركة الخطوط الجوية الجزائرية"، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، 12(2)، 508-526.

4 زكي، محمد (2020)، قياس أثر التسويق الحسي على رضا العملاء "دراسة ميدانية على عملاء مطاعم الوجبات السريعة العالمية بمحافظة الإسكندرية"، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، 11(3)، 905-966.

ويقوم التسويق الحسي على مبادئ أهمها أن الزبائن عاطفيين وقراراتهم عاطفية، وأن مشاعرهم هي المسؤولة عن عمليات وقرارات الشراء، والتركيز على فهم عواطف المستهلكين ومشاعرهم ومعتقداتهم¹.

ويرتكز التسويق الحسي على استراتيجية تسويقية تحفز مشاعر المستهلك بدلاً من حكمهم العقلاني من خلال جذب الحواس البشرية الخمس (البصر، السمع، الشم، التذوق، اللمس)، والتي تعتبر أبعاد التسويق الحسي². وتحدد الحواس الخمسة تصورات المستهلك للمفاهيم المجردة للمنتج أو الخدمة من خلال عاملين هما³:

الإدراك الحسي: يتمثل في فهم سلوك المستهلك بهدف فهم سلوكه الشرائي وكيفية إدراكه للمنتجات والخدمات، ويجب أن يكون هذا الفهم مبني على أسس واقعية من خلال ثلاثة عناصر هي: المنبه (لفت الانتباه) والمستقبل الحسي (الحواس) والشعور (الاستجابة).

سلوك المستهلك: يتمثل في التصرف الذي يظهره الفرد في البحث عن ما يشبع رغباته ويلبي احتياجاته من منتجات أو خدمات، واتخاذ قراراته بناءً على توزيع إنفاق موارده وموارده (المال، الوقت، الجهد).

ولتحقيق الفائدة الأكبر من التسويق الحسي، يجب أن تتكامل كافة أبعاده وعناصره المتمثلة في الحواس الخمسة، إلّا أن الإعلان أو الفكرة التسويقية تركز على أحدها ليكون هو المحور الرئيسي في جذب انتباه المستهلك⁴.

1العوادي، هيثم (2018)، التسويق الحسي ودوره في تحقيق التوجه الريادي للمنظمات "دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في مستشفى الكفيل التخصصي"، رسالة ماجستير، جامعة كربلاء، العراق.

2Jang, Ha-Won and Lee, Soo-Bum (2019), Applying Effective Sensory Marketing to Sustainable Coffee Shop Business Management, Sustainability, 11(22), 1-17.

3جبالي، سارة وبوقيعه، عيشة (2018)، أثر التسويق الحسي على ولاء الزبون لمطاعم الوجبات السريعة "Fast Food" دراسة ميدانية بمدينة جيجل"، رسالة ماجستير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، الجزائر.

4السعدون، زيتون (2019)، التسويق الحسي وتأثيره في تحديد الأنماط السلوكية للزبائن "دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في مطاعم الدرجة الأولى في محافظة كربلاء، مجلة جامعة بابل للعلوم الصرفة والتطبيقية، 27(5)، 199-221.

اسهام الهوية الصوتية في تشكيل صورة المنظمة الذهنية

تلعب الحواس الخمس (اللمس والتذوق والسمع والشم والبصر) دوراً مهماً في إدراكنا للحالات من خلال توضيح الحالات الغامضة في حياتنا اليومية لنلبي احتياجاتنا ورغباتنا، حيث يلعب التسويق العصبي (الحسي) دوراً في زيادة فرصة إدراك وتجربة المنتج أو الخدمة من حيث لون المنتج، شكل المنتج، جودة المنتج، طعم المنتج وغيرها من الخواص التي تحفز سلوك المستهلك من خلال المنبهات العصبية والتي ستؤثر على سلوكه وقراره الشرائي¹.

وكانت بداية استخدام المؤثرات السمعية في محاولات جذب المستهلكين من خلال الإذاعة والتلفزيون، وذلك لما تلعبه من دور في التأثير في الأفراد عن طريق مساعدتهم في تخيل وتصور المنتج أو الخدمة كونهم لا يستطيعون رؤيتها، كما أنه من خصائص المصادر الصوتية وصولها لكافة شرائح المجتمع بما فيهم الأميين الذين لا يستطيعون القراءة، وكذلك الاستفادة من تطور هذه المصادر تكنولوجياً باستخدام مقاطع فيديو صوتية ومصورة توضح طبيعة المنتج والخدمة بشكل مباشر للمستهلك².

وأصبح التسويق عبر حاسة السمع واستخدام المؤثرات الصوتية من العوامل الهامة في التأثير على الفرد والبيئة المحيطة به بشكل إيجابي، حيث يساعد التسويق الصوتي في التأثير في الفرد من خلال ربط الموسيقى والمؤثرات الصوتية بالمنتج أو الخدمة، كما يساهم الصوت في زيادة إدراك العميل لجودة المنتج أو الخدمة ويعزز استجابته لها³.

1عباس، ياسر وعبد القادر، علي (2023)، الأسبقية التنافسية للمنظمة السياحية في ظل التسويق العصبي "دراسة ميدانية في عدد من مطاعم الدرجة الممتازة في محافظة بغداد"، مجلة جامعة بغداد، (3)، 57-549.

2 دحمون، صورية (2019)، الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية الإستشفائية لدى جمهورها الخارجي دراسة مسحية لعينة من الجمهور الخارجي لمستشفى الزهراوي بالمسيلة، رسالة ماجستير، جامعة محمد بوضياف، الجزائر.

3 النجار، حنان، أحمد، سهير وعبد الحميد، هبة الله (2022)، دور جودة الخدمة المدركة كمتغير وسيط بين التسويق الحسي وولاء العميل؛ بالتطبيق على قطاع مطاعم الوجبات السريعة في جمهورية مصر العربية، المجلة المصرية للدراسات التجارية، (4)، 46-101.

ويتم استخدام الموسيقى لإثارة ردود فعل عاطفية لدى المستهلك وإبقاء تأثيرها في عقله، وذلك باعتبارها وسيلة جيدة لتحفيز المستهلك وإثارة رد فعل سلوكي إيجابي مباشر يدفعه نحو تجربة الشراء، وأصبح استخدام الموسيقى والمؤثرات الصوتية في التسويق يشمل معظم القطاعات والمتاجر سواء بمراكز التسوق، ومتاجر التجزئة، والمطاعم، إضافة إلى الإعلانات¹.

كما تبرز أهمية التسويق الصوتي واستخدام المؤثرات الصوتية في أنها أداة فعالة للتواصل مع حاجات اللاوعي لدى المستهلك والتأثير في العادات التسويقية والشرائية، كما أنها دوافع إيجابية تؤثر على المزاج والتفضيلات والسلوك عند المستهلك، حيث تتم 41% من عمليات التسويق عبر استهداف حاسة السمع، كما يهدف استخدام المؤثرات الصوتية إلى تعزيز هوية المنتج وصورته لدى المستهلك وملائمتها مع احتياجاته².

وتستخدم المؤثرات الصوتية كوسيلة لخلق بيئة محيطة حول الفرد وتكون مناسبة تسهل عملية الشراء، حيث تساعد في إيجاد تأثير طويل الأمد على الزبون، وتحفيز الاسترخاء أثناء التواجد داخل المتاجر وربط موسيقى معينة بالمنتج، وكذلك تعمل الموسيقى والأصوات المستخدمة في إعلان ما إلى تذكير المنتج ورسوخه لفترة طويلة³. كما تعتبر الأصوات ومؤثراتها من أقوى الأدوات في تحريك المشاعر والتأثير على مزاج وسلوك الزبائن والمستهلكين، وكذلك القدرة على جذب انتباه المستهلك في صفات موضوعية مثل السرعة أو صفات ذاتية مثل الدهشة وإثارة الاهتمام⁴.

1 الشوانى، مروة (2022)، دور أبعاد التسويق الحسي في تحفيز شراء المنتجات الحصرية أثناء انتشار أزمة كورونا (بالنظر على عملاء متاجر التجزئة الكبرى المصرية)، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، 3(1)، 305-338.
2 نصور، ريزان (2020)، دور التسويق الحسي في التأثير على قرار الشراء الاندفاعي لدى مستهلكي مستحضرات التجميل، مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية - سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية، 42(6)، 73-95.
3 خليل، ليلى وذنون، ماهر (2021)، أثر التسويق الحسي في قرار الشراء "دراسة استطلاعية لآراء عينة من المرضى في عدد من المستشفيات الأهلية في مدينة الموصل"، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، 17(55)، 593-607.
4 العوادي، هيثم (2018)، مرجع سابق.

ويُشكل التسويق عن طريق حاسة السمع الحافز الذي يدفع العميل إلى البقاء أطول فترة ممكنة في المكان وممارسة عملية التسوق، وذلك بجذب انتباههم من خلال خلق بيئة متكاملة بين المنتج أو الخدمة وطبيعة وخصائص المكان، ما يساهم في تعزيز تقييم العلامة التجارية للمنتج أو الخدمة¹.

إضافة إلى التأثير في المستهلك وتوجيهه نحو إدراك جودة المنتج خصوصاً المنتجات الغذائية والمطاعم عندما يرتبط الصوت بالمنتج مباشرة، حيث يركز نجاح شركة Kellogg للأغذية على درجة صوت قرمشة حبوب الإفطار ورقائق الذرة التي تقدمها، كما تركز شركة Pepsi للمشروبات الغازية على مجموعة من الأصوات في جذب المستهلكين التي تثير لديهم الشعور بالانتعاش والتخلص من العطش، ومنها صوت فتح العلبة وصوت مكعبات الثلج في الكأس، وكذلك صوت سكب المشروب في الكأس، حيث يساعد ذلك في بناء العواطف وجو البيئة لدى المستهلك².

ولا يقتصر التسويق الصوتي والسمعي على الموسيقى والمؤثرات الصوتية فقط، حيث تلعب الدلالات اللفظية في الإعلانات المتلفزة والمصورة دوراً في جذب المستهلك، وذلك من خلال عدة عوامل تتمثل في نبرة الصوت وطريقة الإلقاء والكلمات والمصطلحات المستخدمة في وصف المنتج أو الخدمة، إضافة إلى الموسيقى المرفقة مع الإعلان³.

كما تتمثل الدلالات اللفظية والكلمات في الإشارة إلى صورة مخزنة في ذهن الفرد، حيث يقوم الفرد في الربط بين اللفظ الذي يسمعه والصورة التي تظهر في ذهنه،

1 السيد، ريهام والسيد، رغدة (2022)، تجربة العلامة التجارية كمتغير وسيط في العلاقة بين التسويق الحسي ونية تكرار الزيارة بالتطبيق على عملاء مطاعم الوجبات السريعة ذات العلامات التجارية في مصر، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، 3(2)، 1975-2049.

2 صويلح، روميسة وعابد، عايدة (2020)، دور استراتيجيات التسويق الحسي في تغيير أنماط الإستهلاك "دراسة ميدانية برتاج مول قسنطينة"، رسالة ماجستير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، الجزائر.

3 بركة، زينب (2020)، دور التسويق الحسي في اتخاذ القرار الشرائي للمستهلك النهائي "دراسة ميدانية لعينة من زبائن سوبرماركت عسيلة ورقلة"، رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر.

وتؤثر هذه الكلمات والألفاظ في سلوك الفرد تجاه الصورة التي ظهرت عند سماعه الكلمة¹.

بالتالي، أصبح التركيز على الاهتمام بالتصميم الصوتي أو الموسيقى من أهم الأمور في عملية تسويق المنتجات والخدمات وجذب المستهلكين، حيث تمثل المؤثرات الصوتية أول ردة فعل للزبون قبل استعمال المنتج واستهلاكه².

وذلك كون معظم الاتصالات التسويقية ذات طبيعة سمعية من خلال الرسائل الإعلانية الإذاعية والتلفزيونية، والموسيقى والمؤثرات الصوتية، حيث يزداد تأثير الصوت ومؤثراته وفق توافقها مع السياق الظرفي المرافق للشراء، والمساعدة في توصيل الرسالة المناسبة إلى المستهلك³.

من جهة أخرى، اتجهت المنظمات إلى الاهتمام بالتصميم الصوتي لمنتجاتها وخدماتها، حيث أصبح هدفها التركيز على إنتاج منتجات ذات أصوات جيدة وملفتة قدر الإمكان، كما أصبح التركيز على إضفاء أصوات مألوفة للمستهلكين لما لها من تأثير على إدراكهم في أي وقت وأي ظرف، وذلك بهدف تعزيز هوية المنتج وصورته لدى العملاء وأنها تتلائم مع احتياجاتهم⁴.

ويساعد التسويق السمعي في خلق هوية صوتية للمنظمة، حيث يساعدها ذلك في تحسين تصورات عملائها اتجاه منتجات المنظمة وخدماتها، وكذلك خلق شعار صوتي يسهم في زيادة ارتباط المستهلك أو العميل بالعلامة التجارية للمنظمة وبناء صورة وهوية

1 مهدي، خديجة (2020)، مساهمة التسويق الحسي في اختيار النزول للخدمات الفندقية "دراسة حالة فندق - Belvédère"، رسالة ماجستير، جامعة غرداية، الجزائر.

2 بسعي، مريم وبلعقون، راضية (2021)، دور التسويق الحسي في زيادة الوعي بالعلامة التجارية "دراسة حالة المركز التجاري (Carrefour) برج بوعريريج"، رسالة ماجستير، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، الجزائر.

3 الغزواني، ناصر (2020)، التسويق الحسي داخل صناعة السياحة والتنمية المستدامة "دراسة فلسفية نظرية"، الآفاق للدراسات الاقتصادية، (2)، 211-231.

4 فاطيمة الزهراء، حسنة (2013)، تأثير التسويق الحسي على سلوك المستهلك "دراسة حالة ناكسيس وايف روشي"، رسالة ماجستير، جامعة العربي بن مهيدي، الجزائر.

لها، إضافة إلى توليد علاقة أشد عمقاً بين العميل والمنظمة وعلامتها التجارية، وذلك من خلال ربط العلاقة بين الأصوات والذاكرة، ما يؤدي إلى إثراء تجربة التسوق لدى العملاء وخلق مشاعر تذكره بتجربته مع المنظمة، وهو ما يساعد في تشكيل صورة ذهنية بناءً على ما خاضه العميل من مشاعر وتجارب مع المنظمة¹.

كما تتعدد طريقة استخدام وأداء الهوية الصوتية والتسويق السمعي من حيث القوة والجدّة، وأيضاً له خصوصيات في التنغيم والنبر والجهر والهمس تزيد من التأثير في المستهلك والعميل من خلال تفعيل قدرته على التخيل وربط ما يسمعه بما يتخيله².

ويشير التسويق الصوتي أو السمعي إلى استخدام مختلف الأصوات الصادرة من المنتج أو داخل نقطة البيع والتي توجه إدراك المستهلك نحو صورة المنظمة، وذلك من خلال الموسيقى أو أصوات معينة يصدرها البائع أو عن طريق عرض إعلان معين لمنتج ما يتم بيعه في المتجر ذاته، حيث أن استخدام المؤثرات الصوتية يعتبر مؤثر مباشر على المستهلك وعلى سلوكه الشرائي³.

كما يشير التسويق السمعي إلى استخدام وسائل الإعلام والصوت للترويج لمنتج أو خدمة معينة، ويعتمد هذا النوع من التسويق على الصوت والأصوات للوصول إلى الجمهور المستهدف، كما يتطلب فهماً جيداً للصوت والتوجيه السمعي وكيفية الوصول إلى الجمهور المستهدف من خلال هذه الوسائل، حيث يعتمد نجاح التسويق الصوتي أو السمعي على جودة الإنتاج الصوتي والقدرة على جذب واستبهاال الجمهور بالمحتوى الصوتي⁴.

1 أحمد، دعاء، عيد، نيفين وخليل، رشا (2023)، دور التسويق السمعي في تعزيز الجودة المدركة للعلامة التجارية لشركات الطيران، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، 24(2)، 95-106.

2 بن طيبة، صونية (2018)، آليات مكافحة الإشهار التجاري المخالف للنظام العام والآداب العامة، للملتقى الوطني حول الإطار القانوني لعقود الإشهار التجاري و آثارها على الاقتصاد الوطني والمستهلك، جامعة 8 ماي 1945 قالة، الجزائر.

3 عراقى، غيد وفتح، عفت (2021)، أثر التسويق الحسي على ولاء العميل من خلال الهوية البصرية للخطوط الجوية العربية السعودية، المجلة العربية للنشر العلمي، 4(36)، 234-250.

4Li, H., & Pan, Y. (2023). Effect of Interaction Effects Between Visual and Auditory Signs on Consumer Purchasing Behavior Based on AISAS Model.

ويؤثر التسويق الصوتي أو السمعي أيضاً في التأثير على سلوك المستهلكين من خلال إثارة عواطفهم ليتفاعلوا داخل البيئة المحيطة بهم، ما يؤدي إلى خلق استجابة عاطفية وسلوكية تؤثر في قراراتهم الشرائية¹.

كما تنعكس أهمية استخدام الأصوات والموسيقى في التسويق من خلال أنها تسهم في تهيئة الأجواء المناسبة للزبائن والمستهلكين، وتزداد فاعلية التسويق الصوتي في جذب المزيد من المستهلكين من خلال تطابقها مع السياق الظرفي العام للشراء وتكيفها لخدمة الرسالة المراد نقلها للعملاء².

وتتمثل أيضاً أهمية استخدام المؤثرات الصوتية في التأثير على المستهلكين كونها توفر كمية هائلة من المعلومات للمتلقين، كما أن تأثيرها يكون طويل الأجل على ذاكرة المستهلكين، ما يعني إمكانية ربط المنظمة وصورتها لدى العميل من خلال استخدام المؤثرات الصوتية³.

وأصبح الصوت أحد العوامل الرئيسية في تكوين صورة المؤسسة وترسيخها في إدراك الزبائن، حيث يشكل الصوت أحد العناصر الوظيفية والخيالية المرتبطة بمنتج أو خدمة ما، وتلعب تلك العناصر الوظيفية ومنها الصوت على إحياء واستحضار كل ما يتعلق بمنتجات المنظمة وخدماتها وعلامتها التجارية⁴.

كما تعمل المؤثرات الصوتية على تنشيط الجزء العاطفي من الدماغ، ما يجعل من تلك المؤثرات الصوتية أداة فعّالة للتعبير عن المطالب اللاواعية للزبون والمستهلك، كما يتمثل دورها في توجيه استجابات الزبائن في العلاقات التالية⁵:

1 كيلاني، صونية (2023)، أثر التسويق الحسي في توجيه سلوك المستهلك "دراسة حالة مطعم مستر يمي Mr. Yummy بمدينة باتنة"، مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية، 12(1)، 555-571.

2 السعدون، زيتون (2019)، مرجع سابق.

3 ببة، إيمان وشين، خثير (2022)، أثر التسويقي الحسي على النوايا السلوكية للمستهلكين "دراسة حالة عملاء العلامة التجارية Turtles بولاية المسيلة"، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، 9(1)، 330-354.

4 الخطيب، علي (2011)، أثر الخداع التسويقي في بناء الصورة الذهنية للمستهلكين في سوق الخدمات الأردني، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

5 بن زاوي، هاجر (2023)، أثر التسويق الحسي على ولاء الزبون "دراسة حالة المركز التجاري carrefour"، أطروحة دكتوراة، جامعة محمد بوضياف، الجزائر.

- مجرد وجود الموسيقى والمؤثرات الصوتية في المكان مرتبط بشكل إيجابي بالشعور بالمتعة.
 - تسمح المؤثرات والإيقاع البطيء ومستوى الصوت المنخفض والظروف الموسيقية المألوفة بإطالة فترة التسوق وربط الزبون بشعار وعلامة المنظمة ومنتجاتها وخدماتها.
 - الإيقاع هو من أكثر العوامل والمؤثرات الموسيقية تأثيراً في إثارة مشاعر العملاء. وتتفاعل الموسيقى والأصوات مع الجانب العاطفي للإنسان وتؤثر في تجربته التسويقية في ثلاثة أوجه رئيسية هي: أولاً التأثير على تصورات الزبائن من خلال استخدام رمزية ولغة سليمة للمؤثرات الصوتية، ثانياً التأثير في طريقة تسوق الزبائن واستهلاكهم من خلال الدور الذي تلعبه الموسيقى في توجيههم والتأثير في قراراتهم، ثالثاً التأثير في سلوك الزبائن من خلال قدرة المؤثرات والمحفزات السمعية على التفاعل مع الحواس الأخرى¹.
- إضافة إلى أن أهمية التسويق الصوتي واستخدام الموسيقى والمؤثرات الصوتية في التسويق للمنتجات والخدمات تتمثل في خلق تأثير طويل الأمد على المستهلك، وذلك من خلال تعزيز قدرته على تذكر المنتج أو الخدمة من خلال ربطها بالموسيقى والمؤثرات الصوتية المتعلقة بها، ما يؤدي بالتالي إلى تشكيل صورة ذهنية لدى المستهلك عن المنظمة وخدماتها ومنتجاتها².
- حيث تستخدم المنظمات المؤثرات الصوتية لخلق إحساس مرغوب به لدى المستهلك، وكذلك إلى إيصال رسائل معينة إليهم، حيث تعمل تلك الأحاسيس والرسائل الناتجة عن المؤثرات الصوتية على تنشيط ذاكرة العملاء وربطها بمنتجات وخدمات المنظمة³.

1 العوادي، هيثم (2018)، مرجع سابق.

2 بركة، زينب (2020)، مرجع سابق.

3 عبد الغفور، قتيبة (2021)، أثر التسويق الحسي في تعزيز الصورة الذهنية لدى الزبون (بحث تطبيقي)، مجلة العلوم الاقتصادية والادارية، 27(125)، 374-389.

وكذلك تعمل المؤثرات الصوتية على خلق تفاعل أفضل بين المستهلك والبيئة المحيطة به من خلال إثارة عواطفه مع المعنى الرمزي لتجربته، حيث يسهم تطبيق واستخدام رمزية الصوت في تطوير العلامة التجارية للمنظمة ويساعد في تقييمها وتحسينها، وبالتالي منح المنظمة القدرة على التعبير عن نفسها في بيئة الأعمال¹.

وتطورت تقنيات التسويق باستخدام الصوت لجذب مشاركة العملاء، حيث أن الأصوات المحيطة لا ترتبط بشكل مباشر بالمنتج أو الخدمة أو الإعلان، بل ببيئة البيع نفسها، وذلك لخلق جو جيد وتعزيز عمليات الشراء، وتتمحور الأصوات المحيطة حول ثلاثة أبعاد موسيقية: إيقاع الموسيقى ونوع الموسيقى وحجم الموسيقى².

كما تسهم المؤثرات الصوتية في مساعدة المستهلك على تذكر العلامة التجارية للمنظمة والتعرف عليها، حيث تستخدم بعض المنظمات الموسيقى والمؤثرات الصوتية لتحديد فئتها المستهدفة من العملاء والمستهلكين وحتى الزوار غير العملاء، وذلك من خلال قيام بعض المؤسسات باستبعاد المراهقين عن طريق استخدام موسيقى كلاسيكية ومؤثرات صوتية تجذب كبار السن للتسوق في المؤسسة، في حين تقوم بعض المؤسسات باستبعاد كبار السن وجذب المراهقين عن طريق استخدام موسيقى صاخبة وذات إيقاع مرتفع وسريع³.

وفي ظل ما يعيشه العالم وبيئة الأعمال من التغييرات والتطورات التكنولوجية الحديثة وتطبيقاتها المختلفة، أصبح الوصول إلى العملاء والمستهلكين أسهل وأسرع، حيث ساهم استخدام تطبيقات وأدوات التكنولوجيا الحديثة في إبقاء العميل متطلع أولاً بأول على ما تقدمه المنظمة من خدمات ومنتجات وكافة التفاصيل التي تتعلق بها⁴.

1 جبالي، سارة وبوقية، عيشة (2018)، مرجع سابق.

2Nwachukwu, D., &Maudlinepac, B. E. (2022). Auditory marketing strategy and customers experience in bar & restaurant businesses in Port Harcourt. International Journal of Business, Economics and Entrepreneurship Development in Africa, 10(5), 113-130.

3ديباب، شيرين (2020)، دور التسويق الحسي في تعزيز العلامة التجارية "دراسة حالة مطعم مشاوي حكايات بمدينة ورقلة"، رسالة ماجستير، جامعة الدكتور يحي فارس، الجزائر.

4قادم، جميلة (2022)، العلاقات العامة الرقمية وصناعة الصورة الذهنية للمنظمات الحديثة "قراءة تحليلية في ظل البيئة الافتراضية"، مجلة الإعلام والمجتمع، 6(1)، 146-167.

وأصبح التسويق الصوتي أكثر أهمية نظراً لتطور التكنولوجيا وزيادة استخدام الأجهزة الصوتية الذكية والوسائل الصوتية الأخرى، حيث أن قيام المنظمات في دمج التسويق الصوتي في استراتيجياتها التسويقية لتعزيز الوعي بالعلامة التجارية وزيادة التفاعل مع الجمهور¹.

بالتالي، فإن الهوية الصوتية المنتشرة على منصات التواصل الاجتماعي تسهم بشكل كبير ومباشر في تشكيل الصورة الذهنية للمنظمة وتقييمها ومقارنتها مع العلامات المنافسة لها، وذلك من خلال تشكيل الارتباطات الذهنية لدى المستهلك والمتصلة بعلامة المنظمة وخدماتها ومنتجاتها، حيث تحمل تلك الارتباطات آراء المستهلكين ومواقفهم ومشاعرهم تجاه المنظمة².

من جهة أخرى، هناك مجموعة تحديات قد تظهر عند تطبيق التسويق الصوتي بطريقة غير ملائمة، ومن أبرز هذه التحديات عزل عوامل ومتغيرات بيئية أخرى تتعلق بقرار الشراء وتؤثر فيه، وأن استجابة الأفراد للموسيقى والمؤثرات الصوتية مختلفة من فرد لآخر، حيث تكون هذه الاختلافات نتيجة عوامل مثل سن الفرد وطبعه³.

إضافة إلى أنه من الممكن أن تشكل الموسيقى عامل لنفور الزبائن والمستهلكين بسبب صعوبة خلق جو من الانسجام والتوافق بين أذواق المستهلكين، ما يساهم في ضعف تعزيز هوية وصورة العلامة التجارية لدى المستهلك⁴.

1Silaban, P. H., Chen, W. K., Eunike, I. J., &Silalahi, A. D. K. (2023). Traditional restaurant managers' use of sensory marketing to maintain customer satisfaction: Findings from PLS-SEM and fsQCA. Cogent Business & Management, 10(1), 2196788.

2صادوق، يسمينه ودحماني، علي (2023)، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز الصورة الذهنية للعلامة التجارية موبيليس "فيسبوك نموذجاً"، مجلة الابتكار والتسويق، 10(1)، 187-212.

3 بورمل، فاطوم وعمور، إكرام (2022)، تأثير التسويق الحسي على سلوك المستهلك "دراسة حالة عينة من مستهلكي المركز التجاري فاميلي شوب تيسمسيلت"، رسالة ماجستير، جامعة ابن خلدون، الجزائر.

4 بوعتروس، جمال (2019)، التسويق الحسي أداة لتحديث نقاط البيع، جامعة قسنطينة، الجزائر.

بناءً على ما سبق، تأتي أهمية التسويق الصوتي في تأثيره القوي على تشكيل الصورة الذهنية للمنظمة، وذلك من خلال استخدام وسائله المتنوعة، مثل البودكاست، الإعلانات الصوتية، وتطبيقات الذكاء الاصطناعي التي تعتمد على الصوت، ما يُمكن المؤسسات من إيصال رسائلها وقصصها بطريقة مميزة وجذابة، حيث يعمل التسويق الصوتي على إيجاد تجارب تفاعلية مع المستهلكين تجعلهم يشعرون بالانتماء والتفاعل مع العلامة التجارية بشكل أكبر، كما أن تبني المنظمة للاستراتيجيات التسويق الصوتي تسهم في بناء هوية مميزة وقوية للعلامة التجارية ويساعد في بناء هوية قوية وتواصل فعال مع الجمهور، بالتالي فإن التسويق الصوتي يعتبر أداة حديثة وفعالة تساهم في تحقيق أهداف التسويق وتعزيز نجاح العلامة التجارية للمؤسسات والمنظمات¹.

الدراسات السابقة

أولاً: الدراسات العربية

دراسة بن زاوي (2023) بعنوان "أثر التسويق الحسي على ولاء الزبون - دراسة حالة المركز التجاري Carrefour"

هدفت الدراسة إلى التحقيق في تأثير العوامل المختلفة للتسويق الحسي داخل بيئة البيع على ولاء الزبائن في المركز التجاري Carrefour في الجزائر بالاعتماد على نموذج التحفيز-الكائن الحي-الاستجابة (SOR). وتكونت عينة الدراسة من (400) زبون. واعتمدت الدراسة على المنهج الاستنتاجي والمنهج الاستقرائي. واستخدمت الاستبيان لجمع البيانات. وأظهرت نتائج الدراسة أن كل أبعاد التسويق الحسي بالإضافة إلى الجانب الاجتماعي تؤثر على ولاء الزبون بنسب متفاوتة، حيث احتل التسويق الشمي المرتبة الأولى وبعده التسويق البصري وكان الجانب الاجتماعي هو الأقل تأثيراً من بينهم.

1 Ikwundu, A. G. (2021). Influencing Customer Perception in a Restaurant Business through Auditory/Music Marketing Strategies. Journal of Marketing and Consumer Research, (82), 12-21.

وأوصت الدراسة بأهمية النظر في التأثير السلبي المحتمل للتسويق الحسي الذي يمكن أن يتركه الجو العام لبيئة البيع على الزبائن، وأهمية التركيز على تكوين الأغاني الخاصة بالعلامة التجارية، وتحديد أوقات إذاعة كل نوع من الموسيقى ما يجعل سماع الزبون أكثر حساسية لعناصر الجو الذي يجد نفسه داخله.

دراسة أحمد وآخرون (2023) بعنوان "دور التسويق السمعي في تعزيز الجودة المدركة للعلامة التجارية لشركات الطيران"

هدفت الدراسة إلى توضيح أثر التسويق السمعي في تعزيز الجودة المدركة للعلامة التجارية لشركات الطيران في مصر. وتكونت عينة الدراسة من (400) شخص من المسافرين على متن شركات الطيران المختلفة. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي. واستخدمت الاستبيان لجمع البيانات. وأظهرت نتائج الدراسة أن للصوت دوراً هاماً في الإدراك الحسي للسائحين، وتباين درجة التأثير باختلاف نوع الموسيقى، وحجم المقطوعة الموسيقية، ومستوى الصوت، كما أن إهمال تطبيق التسويق السمعي يؤدي إلى فقد شريحة كبيرة من الجمهور المستهدف، إضافة إلى أن مدى وعي شركة مصر للطيران بمصطلح التسويق السمعي يأتي في اتجاه الوعي غير الكافي بالمصطلح، وكيفية الاستخدام الفعال له. وبناءً على النتائج، أوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بتفعيل دور التسويق السمعي في شركات الطيران عن طريق تحفيز حاسة السمع لدى السائحين عن طريق استخدام موسيقى ترتبط بها العلامة التجارية لجذب انتباه السائحين، وتعمل على نشر الهدوء والراحة النفسية لديهم، وكذلك تفادي الموسيقى الصاخبة للتأثير على القرار الشرائي للسائح وتكرار تجربة الشراء.

دراسة عبد القادر وآخرون (2020) بعنوان "تأثير التسويق الحسي (السمع والبصر) على استجابة العميل عند توسيط خبرة العميل"

هدفت الدراسة إلى معرفة تأثير أبعاد التسويق الحسي (السمع والبصر) على استجابة العميل عند توسيط خبرة العميل بالتطبيق على عملاء سلاسل المطاعم

بمحافظة الدقهلية. وتكونت عينة الدراسة من (358) عميل. واستخدمت الدراسة الاستبيان لجمع البيانات. وأظهرت نتائج الدراسة وجود تأثير معنوي إيجابي مباشر لأبعاد التسويق الحسي (السمع، البصر) على خبرة العميل واستجابة العميل. كما توصلت نتائج الدراسة إلى وجود تأثير معنوي إيجابي مباشر لخبرة العميل على استجابة العميل. بينما توصلت إلى وجود تأثير معنوي إيجابي غير مباشر لأبعاد التسويق الحسي (السمع، البصر) على استجابة العميل عند توسيط خبرة العميل. وبناءً على النتائج، أوصت الدراسة بضرورة اهتمام مدراء المطاعم بحاسة السمع لدى العملاء حيث إنه يعتبر الحافز الذي يحتل أهمية كبيرة في التأثير على الحالة المزاجية للعميل وترسيخ العلامة التجارية في ذهنه، وكذلك الاهتمام بحاسة البصر لأنها تعزز شعور إيجابي الذي يولد قيمة معينة للفرد خاصة في خلق صورة ذهنية للعلامة التجارية، وكذلك ضرورة إنشاء قسم لإدارة خبرات العملاء في المطاعم.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

دراسة (Silaban et al. (2023) بعنوان " Traditional restaurant managers'

"use of sensory marketing to maintain customer satisfaction

هدفت الدراسة إلى الاستفادة من المنهجيات التي تؤدي إلى رضا العملاء بناءً على التسويق الحسي الذي يمكن أن يكون بمثابة إرشادات لمديري المطاعم في أندونيسيا. وتكونت عينة الدراسة من (525) من الذين يتناولون الطعام في المطاعم الشعبية. واستخدمت الاستبيان لجمع البيانات. وأظهرت النتائج أن حاسة الشم واللمس هي عوامل مهمة في رضا العملاء في المطاعم الشعبية، في حين أن البصر والذوق والسمع لم يكن لها تأثير كبير، وأن المطاعم التقليدية تستفيد من تنفيذ التسويق الحسي من خلال تحسين فهمها لسلوك المستهلك واحتياجاته، كما تم العثور على إشارات شممية تؤثر على رضا العملاء وتزيد من اهتمام المستهلك بطلب وتجربة الطعام من مطعم عندما يملأ الغرفة

بأكملها، إضافة إلى الإشارات اللمسية المتمثلة في أن يكون الأثاث في المطاعم مريحاً للمستهلكين. وأن تكون أدوات المائدة والطاولات والمرافق الأخرى آمنة ويمكن الوصول إليها، وكذلك أن يكون الجو والظروف النظيفة، بالإضافة إلى درجة حرارة غرفة الطعام المناسبة، ستزيد من راحة المستهلك وتشجعه على البقاء لفترة أطول في المطعم. وأوصت الدراسة أنه لكي يتمكن المديرون من التأثير على تكوين رضا العملاء، من الضروري مراعاة سمات الشم واللمس في المطاعم الشعبية، كما يجب أن تتناول الأبحاث المستقبلية فحص وتحديد التسويق الحسي في مختلف فئات المنتجات أو قطاعات صناعة التسويق، والبحث في العديد من النتائج الأخرى ذات الصلة بالهدف التسويقي والتي تتأثر بالتسويق الحسي.

دراسة (Li & Pan (2023) بعنوان " Effect of Interaction Effects Between Visual and Auditory Signs on Consumer Purchasing Behavior Based on AISAS Model

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر تأثير التفاعل بين الإشارات البصرية والسمعية على سلوك الشراء لدى المستهلك. وتكونت عينة الدراسة من (120) مستهلك. واعتمدت الدراسة على المنهج التجريبي. وأظهرت النتائج أن تأثير التفاعل بين الإشارات البصرية والسمعية له تأثير كبير على كل من نوايا الشراء وسلوك الشراء الفعلي، وأن هناك علاقة إيجابية معنوية، وخصوصاً، عندما تكون الإشارات المرئية والسمعية متسقة بشكل متبادل، يكون لدى المستهلكين أعلى نوايا الشراء وسلوك الشراء الفعلي؛ وعندما تغيب الإشارات المرئية والسمعية، يكون لدى المستهلكين أدنى نوايا الشراء وسلوك الشراء الفعلي؛ كما أنه عندما تكون الإشارة المرئية أو السمعية مفقودة، فإن نوايا الشراء لدى المستهلكين وسلوك الشراء الفعلي تكون بين النقيضين. وأوصت الدراسة بأهمية أن تبحث الأبحاث المستقبلية في تأثيرات خصائص المستهلك الأخرى على تأثير تفاعل الإشارة البصرية والسمعية، بالإضافة إلى الاختلافات بين المستهلكين المختلفين.

دراسة (2022) Nwachukwu & Maudlinepac بعنوان " Auditory Marketing Strategy and Customers Experience in Bar & Restaurant Businesses "in Port Harcourt

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى ارتباط استراتيجية التسويق السمعي بتجربة العملاء في أعمال الحانات والمطاعم في بورت هاركورت في نيجيريا. وتكونت عينة الدراسة من (362) من زبائن (113) حانة ومطعم في بورت هاركورت. واستخدمت الدراسة الاستبيان لجمع البيانات. وأظهرت نتائج الدراسة أن استراتيجية التسويق السمعي لها علاقات إيجابية مع مقاييس تجربة العملاء (رضا العملاء ونوايا إعادة الشراء للعملاء)، كما أظهرت النتائج أن استراتيجيات التسويق السمعي تؤثر بشكل كبير على تجربة العملاء في أعمال الحانات والمطاعم في بورت هاركورت. وأوصت الدراسة بإدارة تطبيقات الحانات والمطاعم لإشارات التسويق السمعي مثل النوع الصحيح من الموسيقى التي يتم تشغيلها وإيقاع الموسيقى وحجمها حيث ثبت أنها تساعد في التأثير على الحالة المزاجية للعملاء للاسترخاء والاستمتاع بتجربة ممتعة.

دراسة (2021) Ikwundu بعنوان " Influencing Costumer Perception in a "Restaurant Business through Auditory/Music Marketing Strategies

هدفت الدراسة إلى البحث في تأثير إدراك العملاء في أعمال مطاعم الوجبات السريعة في جنوب شرق نيجيريا من خلال استراتيجية التسويق السمعي/الموسيقى. وتكونت عينة الدراسة من (105) ينقسمون إلى (80) عميلاً في المطعم و(10) موظفين في المطعم، كما تم إجراء المقابلة مع (15) عميلاً على أساس التوافر. واستخدمت الدراسة الاستبيان والمقابلات لجمع البيانات. وأظهرت نتائج الدراسة أن الموسيقى لها تأثير على غالبية العملاء الذين وجدوا الموسيقى في المطعم مثيرة وممتعة ومريحة؛ كما أشارت النتائج إلى أن العملاء أيضاً يقضون وقتاً أطول في المطاعم بالإضافة إلى الحفاظ على الاستهلاك المنتظم أو رعاية المطعم في وجبات الإفطار والغداء والعشاء. واوصت الدراسة

بأن المطاعم يمكنها الاستفادة من نهج التسويق السمعي/الموسيقي في سعيها للبقاء قادرة على المنافسة في مجال الأعمال.

دراسة (Jang & Lee (2019) بعنوان " Applying Effective Sensory Marketing " to Sustainable Coffee Shop Business Management

هدفت الدراسة إلى التركيز على التسويق الحسي الذي يخاطب الحواس الخمس لعملاء المقاهي (البصر، والشم، والصوت، والتذوق، واللمس) لتوفير نموذج نمو مستدام لسوق المقاهي المشبعة في كوريا، كما هدفت لتحديد العلاقات بين عوامل التسويق الحسية للمقاهي، ومشاعر (المتعة، والإثارة، والسيطرة)، والتدفق، والنوايا السلوكية. وتكونت عينة الدراسة من (603) من عملاء المقهى الذين تتراوح أعمارهم بين 20 عاماً فما فوق. واستخدمت الدراسة الاستبيان لجمع البيانات. وأظهرت النتائج أن هناك علاقات ذات دلالة إحصائية بين "البصر" والسيطرة، و"الصوت" والإثارة، و"التذوق" والسيطرة، و"التذوق" والإثارة، و"اللمس" والهيمنة، و"اللمس" والإثارة، كما تم التأكيد على وجود علاقات مهمة بين مشاعر (المتعة، والإثارة، والسيطرة)؛ كما أن للمتعة تأثيرات إيجابية على التدفق والنوايا السلوكية، إضافة إلى وجود آثار معتدلة كبيرة لدوافع الاستخدام والمتعة والنفعية على العلاقات المفترضة. وأوصت الدراسة بضرورة تطوير عوامل التحفيز الحسي بحيث يشعر جميع العملاء بالمتعة عند زيارة المقاهي أمراً أساسياً، حيث أن متعة العميل يمكن أن تزيد من النوايا السلوكية. يجب أن تعمل الدراسات المستقبلية على توسيع نطاق البحث حول التسويق الحسي من خلال تطبيق المزيد من الاستراتيجيات المتنوعة عبر الصناعات أو المجالات المختلفة.

النتائج:

توصلت الدراسة الى النتائج التالية :

1. إن الهوية الصوتية وتكوين الصورة الذهنية للمنظمة الحديثة تشكل عنصراً مهماً في التسويق وبناء العلاقات مع العملاء والجمهور، حيث تسهم هذه العناصر في تحديد كيفية تمييز المنظمة نفسها وكيفية تفاعل الناس معها حيث اتفقت العديد من الدراسات على أهمية التسويق الحسي في تعزيز الولاء والانتماء للمنظمات ومنها دراسة (Li & Pan (2023)، ودراسة (Nwachukwu & Maudlinepac (2022)، ودراسة (Jang & Lee (2019).
2. أن الهوية الصوتية للمنظمة تلعب دوراً كبيراً في تشكيل تكوين الصورة الذهنية للجمهور، كما تساهم الأصوات واللهجات وأساليب الاتصال المختلفة في تشكيل تصور الجمهور حول المنظمة، فالانساق في الهوية الصوتية يلعب دوراً حاسماً، في حال تطبيق الهوية الصوتية بشكل متنسق عبر جميع وسائل تواصلها واتصالها مع الجمهور.
3. أن الهوية الصوتية الصحيحة تساهم في بناء الثقة بين المنظمة والجمهور، وبالتالي تشجيع التفاعل الإيجابي بينهم وبين المنظمة، وبناء وتعزيز العلامة التجارية للمنظمة، حيث تبين أن هناك علاقة قوية بين الهوية الصوتية والهوية المرئية للمنظمة، فلا بد وأن يكون هناك تناغم بينهما مما يعزز من انطباع الجمهور.
4. للهوية الصوت تأثير إيجابي في تكوين الصورة الذهنية للمنظمة على ان يكون ذلك الصوت يحتوي على عناصر الصدق والعاطفة والجمالية وبشكل يتناسق مع منتجات المنظمة أو خدماتها، وهو ما اتفق مع دراسة عبد القادر وآخرون (2020) التي توصلت الى أن حاسة السمع لدى العملاء حيث إنه يعتبر الحافز الذي يحتل أهمية كبيرة في التأثير على الحالة المزاجية للعميل وترسيخ العلامة التجارية في ذهنه، ويعزز خلق صورة ذهنية للعلامة التجارية.

التوصيات:

على ضوء النتائج توصلت الدراسة الى التوصيات التالية:

1. لا بد للمنظمة أن تتكيف في رسالتها الصوتية مع التغيرات في السوق واحتياجات الجمهور.
2. يجب على المنظمة العمل بجدية على بناء وإدارة صورتها الذهنية بحيث تكون إيجابية وتعكس قيمها ورؤيتها.
3. يجب أن تكون الهوية الصوتية مستقلة وفريدة إلا أنها أيضاً متماشية تماماً مع الهويات الأخرى للمنظمة في الختام.
4. تحتاج المنظمة الحديثة إلى تطوير هويتها وصورتها الذهنية بعناية لضمان تواصل فعال مع الجمهور وبناء علاقات قوية ومستدامة مع عملائها وشركائها، حيث تكون الهوية الصوتية عنصراً أساسياً لبناء تكوين الصورة الذهنية للمنظمات.
5. يجب على المنظمات أن تعتبرها عملية استراتيجية مهمة تساهم في تحقيق أهدافها وبناء علاقات مستدامة مع عملائها.
6. ما يعني أنه يجب على المنظمة العمل بجدية على بناء وإدارة صورتها الذهنية بحيث تكون إيجابية وتعكس قيمها ورؤيتها.

قائمة المراجع

المراجع العربية:

- إبراهيم، معظم (2017)، دور الإعلام الخارجي في بناء الصورة الذهنية، أطروحة دكتوراة، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان.
- أبو جليل، محمد والسعدي، باسم (2015)، أثر بعض عناصر المزيج التسويقي الخدمي للمعلومة المكتبية في تشكيل الصورة الذهنية لدى مستخدمي المكتبات العامة في الأردن، مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات الإدارية والاقتصادية، (4)1، 107-136.
- أحمد، دعاء، عيد، نيفين و خليل، رشا (2023)، دور التسويق السمعي في تعزيز الجودة المدركة للعلامة التجارية لشركات الطيران، مجلة اتحاد الجامعات العربية للسياحة والضيافة، (2)24، 95-106.
- ببة، إيمان وشين، خثير (2022)، أثر التسويق الحسي على النوايا السلوكية للمستهلكين "دراسة حالة عملاء العلامة التجارية Turtles بولاية المسيلة"، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، (1)9، 330-354.
- بركة، زينب (2020)، دور التسويق الحسي في إتخاذ القرار الشرائي للمستهلك النهائي "دراسة ميدانية لعينة من زبائن سوبرماركت عسيلة ورقلة"، رسالة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح، الجزائر.
- بسعي، مريم وبلعقون، راضية (2021)، دور التسويق الحسي في زيادة الوعي بالعلامة التجارية "دراسة حالة المركز التجاري (Carrefour) برج بوعريريج"، رسالة ماجستير، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، الجزائر.
- بشيري، عبير وشريخ، سهيلة (2021)، الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية الاستشفائية خلال فترة كوفيد "دراسة على عينة من الجمهور الخارجي لمستشفى رزيق البشير - بوسعادة"، رسالة ماجستير، جامعة محمد بوضياف، الجزائر.
- بليل، سلوى، وبو بكريّة، الفالية (2021). دور أبعاد جودة الخدمة في تحسين الصورة الذهنية. رسالة ماجستير، جامعة المسيلة، الجزائر.

- بن زاوي، هاجر (2023)، أثر التسويق الحسي على ولاء الزبون "دراسة حالة المركز التجاري Carrefour"، أطروحة دكتوراة، جامعة محمد بوضياف، الجزائر.
- بن طيبة، صونية (2018)، آليات مكافحة الإشهار التجاري المخالف للنظام العام والآداب العامة، الملتقى الوطني حول الإطار القانوني لعقود الإشهار التجاري وأثارها على الاقتصاد الوطني والمستهلك، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، الجزائر.
- بورمل، فاطوم وعمور، إكرام (2022)، تأثير التسويق الحسي على سلوك المستهلك "دراسة حالة عينة من مستهلكي المركز التجاري فاميلي شوب تيسمسيلت"، رسالة ماجستير، جامعة ابن خلدون، الجزائر.
- بوعتروس، جمال (2019)، التسويق الحسي أداة لتحديث نقاط البيع، جامعة قسنطينة، الجزائر.
- البياتي، خليل إبراهيم (2004). علم النفس الفسيولوجي مبادئ أساسية. عمان: دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1.
- جباري، سارة وبوقية، عيشة (2018)، أثر التسويق الحسي على ولاء الزبون لمطاعم الوجبات السريعة Fast Food "دراسة ميدانية بمدينة جيجل"، رسالة ماجستير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، الجزائر.
- الجبوري، إرادة (2010)، مفهوم الصورة الذهنية في العلاقات العامة، مجلة الباحث الإعلامي، (9)، 161-176.
- حسين، عبد الرحمن، وأبو نقرة، ندى، وبركات، أسماء (2018). تأمين منشأة حيوية عن طريق البصمة الصوتية وتحليلها باستخدام الخوارزمية الجينية. المؤتمر العلمي الأكاديمي الدولي التاسع بعنوان "الاتجاهات المعاصرة في العلوم الاجتماعية، الإنسانية، والطبيعية"، خلال الفترة 17-18 تموز 2018، في إسطنبول، تركيا.
- الحamad، خلف (2014)، الصورة الذهنية لرجل الأمن لدى الرأي العام الأردني "دراسة ميدانية"، رسالة ماجستير، جامعة البترا، الأردن.
- الخطيب، علي (2011)، أثر الخداع التسويقي في بناء الصورة الذهنية للمستهلكين في سوق الخدمات الأردني، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، الأردن.

- خليل، ليلي وذنون، ماهر (2021)، أثر التسويق الحسي في قرار الشراء "دراسة استطلاعية لآراء عينة من المرضى في عدد من المستشفيات الأهلية في مدينة الموصل"، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، 17(55)، 593-607.
- خوالدية، نجلاء، زودري، جيهان ودخيلي، سارة (2022)، الصورة الذهنية للمؤسسة؛ إدارة الصورة، التوقع والهوية "دراسة ميدانية بجامعة 8 ماي 1945 - قائمة"، رسالة ماجستير، جامعة 8 ماي 1945، الجزائر.
- دباب، شيرين (2020)، دور التسويق الحسي في تعزيز العلامة التجارية "دراسة حالة مطعم مشاوي حكايات بمدينة ورقلة"، رسالة ماجستير، جامعة الدكتور يحي فارس، الجزائر.
- دحمون، صورية (2019)، الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية الإستشفائية لدى جمهورها الخارجي دراسة مسحية لعينة من الجمهور الخارجي لمستشفى الزهراوي بالمسيلة، رسالة ماجستير، جامعة محمد بوضياف، الجزائر.
- زكي، محمد (2020)، قياس أثر التسويق الحسي على رضا العملاء "دراسة ميدانية على عملاء مطاعم الوجبات السريعة العالمية بمحافظة الإسكندرية"، المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية، 11(3)، 905-966.
- سعد، بهاء الدين وأبو زيد، وليد (2022)، أثر أخلاقيات البيع الالكتروني على الصورة الذهنية للعلامة وانعكاس ذلك على سلوكيات تحول العملاء "دراسة تطبيقية"، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، 3(1)، 69-117.
- السعدون، زيتون (2019)، التسويق الحسي وتأثيره في تحديد الأنماط السلوكية للزبائن "دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في مطاعم الدرجة الأولى في محافظة كربلاء، مجلة جامعة بابل للعلوم المصرفية والتطبيقية، 27(5)، 199-221.
- السكرانة، بلال (2012)، اخلاقيات العمل واثرها في ادارة الصورة الذهنية في منظمات الاعمال، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، (33)، 373-407.
- السيد، ريهام والسيد، رعدة (2022)، تجربة العلامة التجارية كمتغير وسيط في العلاقة بين التسويق الحسي ونية تكرار الزيارة بالتطبيق على عملاء مطاعم الوجبات السريعة ذات العلامات التجارية في مصر، المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، 3(2)، 1975-2049.

- الشنواني، مروة (2022)، دور أبعاد التسويق الحسي في تحفيز شراء المنتجات الحصرية أثناء انتشار أزمة كورونا (بالطبيق على عملاء متاجر التجزئة الكبرى المصرية)، *المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية*، (1)3، 338-305.
- صادوق، يسمينه ودحماني، علي (2023)، أثر مواقع التواصل الاجتماعي على تعزيز الصورة الذهنية للعلامة التجارية موبيليس "فيسبوك نموذجاً"، *مجلة الابتكار والتسويق*، (1)10، 212-187.
- صالح، مؤيد (2019)، تأثير نماذج الاتصال والأدوار التنظيمية لشاغلي العلاقات العامة في الصورة الذهنية للمنظمات السورية، *مجلة جامعة تشرين - العلوم الاقتصادية والقانونية*، (5)41، 54-35.
- صويلح، روميسة وعابد، عايدة (2020)، دور إستراتيجيات التسويق الحسي في تغيير أنماط الإستهلاك "دراسة ميدانية برتاج مول قسنطينة"، رسالة ماجستير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، الجزائر.
- عباس، ياسر وعبد القادر، علي (2023)، الأسبقية التنافسية للمنظمة السياحية في ظل التسويق العصبي "دراسة ميدانية في عدد من مطاعم الدرجة الممتازة في محافظة بغداد"، *مجلة جامعة بغداد*، (3)57، 562-549.
- عبد الغفور، قتيبة (2021)، أثر التسويق الحسي في تعزيز الصورة الذهنية لدى الزبون (بحث تطبيقي)، *مجلة العلوم الاقتصادية والادارية*، (125)27، 389-374.
- عبد القادر، عبد القادر، يوسف، يمنى والعراقي، رحاب (2020)، تأثير التسويق الحسي (السمع والبصر) على استجابة العميل عند توسيط خبرة العميل "بالطبيق على عملاء سلاسل المطاعم بمحافظة الدقهلية"، *المجلة المصرية للدراسات التجارية*، (3)44، 215-177.
- عبد الواحد، يارا وسليمان، لمياء (2021)، الدور الوسيط لرضا العملاء في العلاقة بين التسويق الحسي ونية تكرار الزيارة "دراسة ميدانية على المطاعم بمحافظة المنوفية"، *المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة*، (4)51، 68-13.
- عراقي، غيد وفدعق، عفت (2021)، أثر التسويق الحسي على ولاء العميل من خلال الهوية البصرية للخطوط الجوية العربية السعودية، *المجلة العربية للنشر العلمي*، (36)4، 250-234.

- العتار، فؤاد خمودي، والشمري، محمد عوض (2017). التسويق الرقمي ودوره في تعزيز الصورة الذهنية للمنظمة. *المجلة العراقية للعلوم الإدارية* 13(54)، 1-31.
- عمي، سهام (2020). أثر التسويق الفيروسي على الصورة الذهنية. رسالة ماجستير، جامعة أم البواقي، الجزائر.
- العوادي، هيثم (2018). *التسويق الحسي ودوره في تحقيق التوجه الريادي للمنظمات "دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في مستشفى الكفيل التخصصي"*، رسالة ماجستير، جامعة كربلاء، العراق.
- عيواج، صليحة (2018). أثر جودة الخدمة الصحية في تحسين الصورة الذهنية المدركة من وجهة نظر المستفيدين. رسالة ماجستير، جامعة المسيلة، الجزائر.
- غزال، خولة (2019)، تأثير صورة المؤسسة الاقتصادية على السلوك الشرائي للمستهلك الجزائري "دراسة ميدانية على عينة من مستهلكي منتجات مؤسسة الكاهنة بمدينة أم البواقي"، رسالة ماجستير، جامعة العربي بن مهيدي، الجزائر.
- الغزواني، ناصر (2020). *التسويق الحسي داخل صناعة السياحة والتنمية المستدامة "دراسة فلسفية نظرية"*، *الآفاق للدراسات الاقتصادية*، 5(2)، 211-231.
- الغزواني، ناصر والنفاتي، ياسين (2021). تأثير التسويق الحسي على مردود صناعة السياحة الداخلية الليبية "موقوفات التأثير"، *مجلة الميادين الاقتصادية*، 4(1)، 51-68.
- فاطيمة الزهراء، حسنة (2013)، *تأثير التسويق الحسي على سلوك المستهلك "دراسة حالة ناكسيس وايف روشي"*، رسالة ماجستير، جامعة العربي بن مهيدي، الجزائر.
- قادم، جميلة (2022). العلاقات العامة الرقمية وصناعة الصورة الذهنية للمنظمات الحديثة "قراءة تحليلية في ظل البيئة الافتراضية"، *مجلة الإعلام والمجتمع*، 6(1)، 146-167.
- الكحيل، عبد الدائم (2022). *بصمة الصوت*. تم استخلاصه بتاريخ 2022/6/20 من خلال الموقع الإلكتروني <http://www.kaheel7.com>.
- كموش، مراد (2021)، *تشكيل هوية المنظمة: من إدارة العلاقة مع الجماهير إلى ضبط الصورة الذهنية*، *مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية*، 5(3)، 138-152.

- كيلاني، صونية (2023)، أثر التسويق الحسي في توجيه سلوك المستهلك "دراسة حالة مطعم مستريمي Mr. Yummy بمدينة باتنة"، *مجلة الاجتهاد للدراسات القانونية والاقتصادية*، 12(1)، 571-555.
- لخذاري، حسناء ولحول، سامية (2018)، أثر التسويق الحسي على السلوك الشرائي للمستهلك، *مجلة الاقتصاد الصناعي*، 14(1)، 327-317.
- لخذاري، حسناء ولحول، سامية (2019)، دور التسويق الحسي في تعزيز الوعي بالعلامة التجارية "دراسة حالة شركة الخطوط الجوية الجزائرية"، *مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية*، 12(2)، 526-508.
- المحمود، سعد، قلو، إيڤيت وشرفاني، دلمان (2019)، دور القيمة المبدعة في تكوين الصورة الذهنية للمنظمة "دراسة استطلاعية لآراء عينة من المديرين في عدد من المنظمات الإنشائية في مدينة دهوك"، *مجلة العلوم الإنسانية لجامعة زاخو*، 7(1)، 110-138.
- مروان، محمد (2018). ما هي الخريطة الذهنية. تم استخلاصه بتاريخ 2023/2/1 من خلال الموقع الإلكتروني <https://mawdoo3.com>.
- مهدي، خديجة (2020)، *مساهمة التسويق الحسي في اختيار النزيل للخدمات الفندقية "دراسة حالة فندق - Belvédère"*، رسالة ماجستير، جامعة غرداية، الجزائر.
- النجار، حنان، أحمد، سهير وعبد الحميد، هبة الله (2022)، دور جودة الخدمة المدركة كمتغير وسيط بين التسويق الحسي وولاء العميل: بالتطبيق على قطاع مطاعم الوجبات السريعة في جمهورية مصر العربية، *المجلة المصرية للدراسات التجارية*، 46(4)، 160-101.
- نصّور، ريزان (2020)، دور التسويق الحسي في التأثير على قرار الشراء الاندفاعي لدى مستهلكي مستحضرات التجميل، *مجلة جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية - سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية*، 42(6)، 95-73.
- الوكيل، إيمان (2021)، أثر الابتكار المؤسسي على بناء الصورة الذهنية للمؤسسات العامة - دراسة حالة بنك مصر، *مجلة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية*، 22(2)، 215-246.

المراجع الأجنبية :

- Aghabi, L., Bondokji, N., Osborne, A. & Wilkinson, K. (2017). *Social Identity and Radicalization*, Amman: Wana Institute.
- Al-Samydai, M., Al-Kholaifeh, A., & Al-Samydai, A. (2019). The impact of social media in improving patient's mental image towards healthcare provided by private hospitals' in Amman/Jordan. *Indian J Public Health Res Dev*, 10(2), 491-49.
- Bonenfant, W. (2018). Voice, identity, contact. *Journal of Interdisciplinary Voice Studies*, 3(2), 107-114.
- Hauge, Å. L. (2007). Identity and place: a critical comparison of three identity theories. *Architectural science review*, 50(1), 44-51.
<https://www.idrnd.ai/voice-biometrics/>.
- Ikwundu, A. G. (2021). Influencing Costumer Perception in a Restaurant Business through Auditory/Music Marketing Strategies. *Journal of Marketing and Consumer Research*, (82), 12-21.
- Jang, Ha-Won and Lee, Soo-Bum (2019), Applying Effective Sensory Marketing to Sustainable Coffee Shop Business Management, *Sustainability*, 11(22), 1-17.
- Li, H., & Pan, Y. (2023). Effect of Interaction Effects Between Visual and Auditory Signs on Consumer Purchasing Behavior Based on AISAS Model.
- Nwachukwu, D., & Maudlinepac, B. E. (2022). Auditory marketing strategy and customers experience in bar & restaurant businesses in Port Harcourt. *International Journal of Business, Economics and Entrepreneurship Development in Africa*, 10(5), 113-130.
- Payá Herrero, B. (2009). *Voice and identity: a contrastive study of identity perception in voice*. PhD Thesis, Ludwig-Maximilians-Universität, Munich.
- Pearson, J., Naselaris, T., Holmes, E. A., & Kosslyn, S. M. (2015). Mental imagery: functional mechanisms and clinical applications. *Trends in cognitive sciences*, 19(10), 590-602.

- Silaban, P. H., Chen, W. K., Eunike, I. J., & Silalahi, A. D. K. (2023). Traditional restaurant managers' use of sensory marketing to maintain customer satisfaction: Findings from PLS-SEM and fsQCA. *Cogent Business & Management*, 10(1), 2196788.
- Sisman, B., Yamagishi, J., King, S., & Li, H. (2020). An overview of voice conversion and its challenges: From statistical modeling to deep learning. *IEEE/ACM Transactions on Audio, Speech, and Language Processing*, 29, 132-157.

أعراض مرض السل وآثاره على مستوى جودة الحياة لدى المصابين به : دراسة

تطبيقية على مرضى السل في منطقة نجران

إعداد الباحثين:

عبد الرحمن يحيى جحشر (الباحث الرئيسي)، سعود مسفر مصلوم، عبدالله حسن دعكم، عبد المحسن مسعود ورقش، محمد علي الكنزري، مسفر سعيد ال سوار، بندر مسعود ورقش، يوسف حسن دعكم، بشائر مضواح القحطاني، ياسر مسعود ال دغمان

المستخلص:

هدفت الدراسة الحالية إلى الكشف عن أعراض مرض السل، ومن ثم تحديد وثاره على مستوى جودة الحياة لدى المصابين به، وذلك من وجهة نظر مرضى السل في منطقة نجران. ولإعداد الدراسة استخدم المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة لجمع البيانات، وطبقت الدراسة على عينة عشوائية بلغت (75) مريض، كما استخدمت الحزمة الإحصائية (SPSS) في تحليل البيانات. ولقد أظهرت نتائج الدراسة ما يلي: يُعد انخفاض الشهية، والتعب، والسعال مع البلغم الملطخ بالدم، والتنفس السريع، والتعرق الليلي، وألم الصدر أكثر الأعراض شيوعاً في مرض السل. تمثل الأعراض المرتبطة بمرض السل تحديات كبيرة تواجه الأفراد المصابين، إذ يؤثر هذا المرض سلباً على جودة حياتهم الصحية، والاقتصادية، والاجتماعية، والنفسية. لا يتأثر مرض السل بتغير الحالة الديموغرافية للمشاركين من حيث (الجنس، الجنسية، العمر، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، عدد سنوات الإصابة بالمرض، ومتوسط الدخل الشهري). باستثناء المقيمين في الريف الذين يعانون من آثار المرض بشكل أكبر نسبياً من أقرانهم في الحضر. وفي ضوء هذه النتائج، أوصت الدراسة بعدد من التوصيات، منها: ضمان التشخيص المبكر والتدخل الطبي في الوقت المناسب لمرضى السل لإدارة وتخفيف الأعراض الجسدية بشكل فعال. تخصيص التمويل للمبادرات البحثية التي تركز على فهم تأثير السل على المدى الطويل على حياة الأفراد، وتوجيه تطوير التدخلات المستهدفة.

الكلمات المفتاحية: السل، أعراض السل، مرضى السل، جودة الحياة، مرض السل بمنطقة نجران.

Symptoms of tuberculosis and its effects on the quality of life of those infected with it: an applied study on tuberculosis patients in the Najran region

Abstract

The current study aimed to detect the symptoms of tuberculosis, and then determine its impact on the quality of life of those infected with it, from the point of view of tuberculosis patients in the Najran region. To prepare the study, the descriptive analytical method was used, and a questionnaire was used to collect data. The study was applied to a random sample of (75) patients, and the statistical package (SPSS) was used to analyze the data. The results of the study showed the following: Decreased appetite, fatigue, cough with blood-stained phlegm, rapid breathing, night sweats, and chest pain are the most common symptoms of tuberculosis. The symptoms associated with tuberculosis represent major challenges facing infected individuals, as this disease negatively affects their health, economic, social, and psychological quality of life. Tuberculosis is not affected by changes in the demographic status of participants in terms of (gender, nationality, age, educational level, marital status, number of years of infection with the disease, and average monthly income), with the exception of rural residents who suffer from the effects of the disease relatively more than their urban peers. In light of these results, the study recommended a number of recommendations, including: ensuring early diagnosis and timely medical intervention for tuberculosis patients to effectively manage and alleviate physical symptoms. Allocate funding to research initiatives focused on understanding the long-term impact of TB on individuals' lives, and guide the development of targeted interventions.

Keywords: tuberculosis, tuberculosis symptoms, tuberculosis patients, quality of life, tuberculosis in the Najran region.

المقدمة :

في جميع أنحاء العالم، لا يزال مرض السل أو الدرن أو التدرن أو كما يشار إليه بالإنجليزية: Tuberculosis، يمثل مشكلة صحية عامة مهمة، وسبباً رئيسياً للمراضة والوفيات.

ما يقرب من ربع سكان العالم مصابون تماماً بالسل، وبالتالي فهم معرضون لخطر التقدم إلى المرض النشط في وقت ما خلال حياتهم، ووفقاً لمنظمة الصحة العالمية، تُعرف الصحة بأنها حالة بدنية وعقلية وعملية كاملة الرفاه الاجتماعي وليس اختفاء المرض أو الضرر، ولذلك فإن تأثير أي مرض، وخاصة المرض المزمن مثل السل، على المريض يكون شاملاً في كثير من الأحيان، ولا يؤثر على صحته الجسدية فحسب، بل يؤثر أيضاً على صحته النفسية والاقتصادية والاجتماعية (الثعلبي، 2014م).

ويدور تشخيص السل وعلاجه حالياً حول السمات السريرية وعلم الأحياء الدقيقة، ومع ذلك يؤثر المرض سلباً على الرفاهية النفسية والاقتصادية والاجتماعية للمرضى أيضاً، وبالتالي فإن تركيزنا يحتاج أيضاً إلى التحول نحو جودة الحياة، حيث يؤثر المرض على جميع مجالات جودة الحياة، ويضيف بشكل كبير إلى مراضة المريض، وتشكل هذه التفاعلات المعقدة والمتعددة الأبعاد تحديات في التحديد الدقيق للضعف في جودة الحياة، حيث يعاني المرضى ليس فقط بسبب أعراض المرض، ولكن أيضاً بسبب التدهور العام الناتج في نوعية حياتهم وجودتها، وعلى الرغم من ذلك إلى الآن تظل تصورات المرضى حول المرض وصحتهم غير معروفة إلى حد كبير (Aggarwal, 2019).

وبحسب ما ذكرت وزارة الصحة السعودية، فإن السل أو الدرن "يعد أحد أكثر الأمراض المعدية فتكاً في العالم، حيث يفقد كل يوم ما يقرب من 4000 شخص حياتهم بسبب مرض الدرن، فيما يصاب ما يقرب من 28000 شخص بهذا المرض الذي يمكن الوقاية منه والشفاء منه، حيث أنقذت الجهود العالمية لمكافحة الدرن ما يقدر بنحو 63

مليون شخص منذ عام 2000م"، كما أكدت أوضحت وزارة الصحة أن البرنامج الوطني لمكافحة الدرن في المملكة تمكن من خفض معدل حالات مرض الدرن بنسبة 21% خلال العام 2022 مقارنة بالعام 2015 (وكالة الأنباء السعودية، 2022م).

ولقد أصبح مفهوم جودة الحياة شائعاً من منظور التنمية الاجتماعية والاقتصادية والثقافية، ولكن حتى الآن، لم يتم صياغة تعريف لا تشوبه شائبة لجودة الحياة قابل للتطبيق في البحث متعدد التخصصات، من الرضا عن الحياة والرضا عن تقدم الحياة، والإنجازات الفردية، ووجهات النظر، وإدراك إمكانات الفرد وموارده الموجودة في البيئة الاجتماعية أو الثقافية أو المادية، حيث توجد سبعة مجالات للرضا عن الحياة، وهي (الرفاهية المادية، والرفاهية العاطفية، والإنتاجية، والحميمية، والسلامة، والمجتمع، والصحة). ودائماً ما يسعى الأفراد للحفاظ على مستوى ثابت من الرضا عن الحياة، من خلال الاهتمام بتلبية وإشباع الاحتياجات وتحقيق الأهداف والوصول إلى التوقعات المنشودة (Nowak et al, 2021).

وتعبر جودة الحياة عن درجة إحساس الفرد بسعادته وحزنه، وفرحه النابع من رضاه عن وضعه الاجتماعي والنفسي والصحي والأسري والاقتصادي والثقافي، فجودة الحياة تعني سعادة الفرد بشكل فعلي وقدرته على إشباع حاجاته، وذلك من خلال ثراء البيئة ورفقي الخدمات التي تقدم له في مختلف المجالات (الاقتصادية، الاجتماعية، التعليمية، الصحية، والنفسية) مع وجود قدرة لديه على الاستفادة من الموارد المتاحة له والاستفادة من وقته (أبو شيبه، 2022م).

وترتبط جودة حياة مرضى السل بالمجال النفسي والظروف البيئية والعلاقات الاجتماعية والظروف الجسدية (المجال المادي)، كما ترتبط جودة الحياة ارتباطاً وثيقاً بالظروف النفسية والبيئية، حيث تؤثر متغيرات العمر والجنس والدخل ومدة العلاج على جوانب الحالة النفسية لنوعية الحياة، وتتأثر العلاقات الاجتماعية والظروف البيئية فقط بالدخل ومدة العلاج (Juliasih et al, 2020).

ولقد أظهرت نتائج التجارب السريرية أنه يمكن استخدام جودة الحياة كمؤشر على جودة خدمات الرعاية الصحية وجزء من خطة العلاج للمرضى بحيث يمكن أن يوفر تقييمها في مجال الأمراض المزمنة لمقدمي الرعاية الصحية المزيد معلومات حول الحالة الصحية للمرضى وتكون بمثابة دليل مفيد لتحسين جودة العلاج وخدمات الرعاية (Dujaili et al, 2015).

وبالتالي فإن جودة الحياة المتعلقة بالصحة المبلغ عنها ذاتياً هي إجراء مساعد مهم في فهم وقياس التأثير الفعلي للسُّل على المرضى، ولأجل ذلك تأتي هذه الدراسة البحثية، والتي تستهدف تقديم تخيص لمختلف القضايا المتعلقة بأعراض المرض السُّل والتي تؤثر على مستوى جودة حياة الأفراد من المرضى الذين يعانون من جميع أشكال السُّل في منطقة نجران بالمملكة العربية السعودية.

مشكلة الدراسة:

يعد السُّل (الدرن) أحد أبرز المشكلات الصحية الرئيسية في العالم، حيث بحسب ما تظهر الإحصائيات فقد تبين تزايد مستمر في أعداد المصابين به حول العالم، وعلى الرغم من توفر الدواء اللازم لعلاج السُّل، واهتمام المنظمات العالمية بدعم مشاريع علاج السُّل ومواجهته، إلا أن الارتفاع المستمر في إصابات السُّل أصبحت تمثل مشكلة خطيرة، وبخاصة أن مرض السُّل يصيب الإنسان وهو في سن العمل والإنتاج، مما يؤدي إلى أضرار ومشكلات اجتماعية واقتصادية ونفسية وخيمة على الفرد، ما ينعكس بالسلب على مستوى جودة حياة الفرد (أحمد، 2015م).

وفي إطار سعي المملكة العربية السعودية نحو الاهتمام بتحسين جودة حياة المواطن في شتى المجالات، وبخاصة في ظل سعي مختلف القطاعات وبخاصة القطاع الصحي بالمملكة نحو المساهمة في تحسين جودة حياة الأفراد، إلا أن الإصابة بمرض السُّل من شأنه التأثير سلباً على جودة الحياة الصحية، والاقتصادية، والاجتماعية، والنفسية للأفراد.

وبالتالي فإن مشكلة الدراسة الحالية تتمثل في كثرة المشكلات التي تنتج عن الإصابة بمرض السل، حيث للإصابة بمرض السل تأثيرات سلبية على مختلف جوانب الحياة للفرد، ما يتطلب ضرورة الاهتمام بتسليط الضوء على هذا الموضوع، لغرض تقييم جودة حياة مصابي مرض السل، ومن ثم العمل على تقديم مقترحات علمية للأفراد وللجهات المعنية في المملكة، والتي من شأنها المساهمة في تحسين جودة حياة مصابي مرض السل في منطقة نجران بالمملكة العربية السعودية.

وفي ضوء ما سبق، تتمثل مشكلة الدراسة الحالية في التساؤل الرئيس التالي:

ما تأثير أعراض مرض السل على مستوى جودة الحياة لدى مرضى السل في منطقة نجران؟

أهداف الدراسة:

يتمثل الهدف الرئيسي للدراسة الحالية في التعرف على أبرز أعراض مرض السل وآثارها على مستوى جودة الحياة لدى مرضى السل في منطقة نجران، وينبثق من هذا الهدف عدة أهداف فرعية، وهي:

1. التعرف على أبرز أعراض مرض السل من وجهة نظر المرضى المصابين به في منطقة نجران.
2. تقييم مستوى جودة الحياة (الصحية، الاقتصادية، الاجتماعية، النفسية) لدى المرضى المصابين بالسل في منطقة نجران.
3. الكشف عن مدى وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لأعراض مرض السل على مستوى جودة الحياة لدى المرضى المصابين بالسل في منطقة نجران.
4. تقديم توصيات ومقترحات علمية في ضوء ما سيتم التوصل إليه من نتائج، ما يسهم في تحسين جودة الحياة لدى مرضى السل.

أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة الحالية فيما يلي:

الأهمية النظرية: تكمن أهمية الدراسة النظرية فيما يلي:

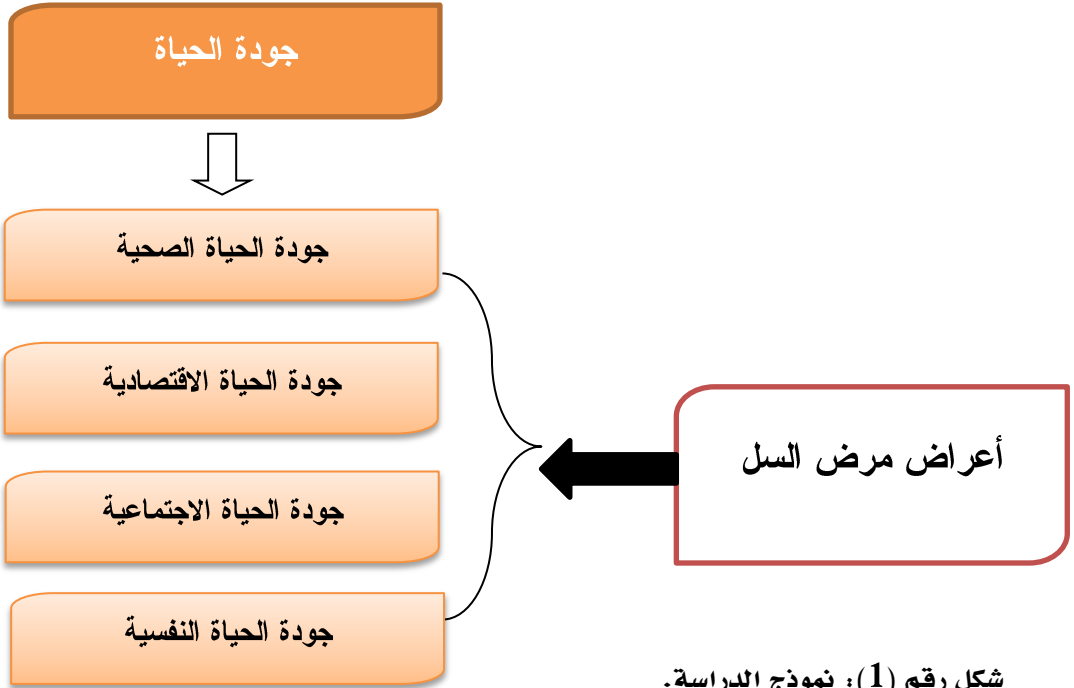
- على حد علم الباحث فإن الدراسة الحالية تعد من أولى الدراسات البحثية على المستوى المحلي والعربي التي تناقش تأثير أعراض مرض السل على مستوى جودة الحياة لدى المصابين به.
- يأمل الباحث من خلال هذه الدراسة إثراء المكتبة العربية بشكل عام والمكتبة السعودية بشكل خاص، نظراً لأن هذه الدراسة تسعى إلى تأصيل العلاقة بين آثار الإصابة بمرض السل وما ينشأ عن هذه الإصابة من أعراض وبين مستوى جودة حياة المصاب به.

ثانياً: الأهمية العملية: تكمن أهمية الدراسة التطبيقية فيما يلي:

- قد تشجع هذه الدراسة الباحثين على إجراء المزيد من الدراسات البحثية ذات الصلة في العديد من المناطق المختلفة في المملكة وخارج المملكة.
- يأمل الباحث من خلال هذه الدراسة لفت نظر الجهات المعنية والمسؤولين تجاه مرض السل، وذلك من أجل أن يحصلوا على مزيد من الاهتمام بما يسهم في تعزيز مستوى جودة الحياة بالنسبة لهم.
- قد تمثل هذه الدراسة محور رئيسي في تحديد أهم المشكلات والتحديات التي تواجه مرضى السل في منطقة نجران ليس على المستوى الصحي فحسب، وإنما على المستوى الاقتصادي والاجتماعي، والنفسي أيضاً.
- يأمل الباحث أن تفيده هذه الدراسة في حث المستشفيات والجهات المعنية بشكل عام على تقديم المزيد من الامتيازات والاستثناءات لمرضى السل، في ظل ما يعانون منه من مشكلات وتحديات.

نموذج الدراسة :

يمكن تمثيل متغيرات الدراسة بالنموذج التالي:



شكل رقم (1): نموذج الدراسة.

فرضيات الدراسة:

تعتمد الدراسة الحالية على الفروض البحثية الآتية:

1. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(\alpha \geq 0.05)$ لأعراض مرض السل على مستوى جودة الحياة الصحية لدى مرضى السل في منطقة نجران.
2. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(\alpha \geq 0.05)$ لأعراض مرض السل على مستوى جودة الحياة الاقتصادية لدى مرضى السل في منطقة نجران.
3. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة $(\alpha \geq 0.05)$ لأعراض مرض السل على مستوى جودة الحياة الاجتماعية لدى مرضى السل في منطقة نجران.

4. يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($0.05 \geq \alpha$) لأعراض مرض السل على مستوى جودة الحياة النفسية لدى مرضى السل في منطقة نجران.
5. توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات العينة حول أثر أعراض مرض السل على جودة الحياة تعزى للخصائص الديموغرافية للعينة.

مصطلحات الدراسة:

مرض السل:

يعرف مرض السل أو كما يسمى مرض الدرن بأنه "مرض بكتيري تسببه جرثومة السل الرئوي (المنفطرة السلبية) التي عادةً تؤثر على الرئتين، يتم نقلها عبر قطرات من النجاسة ورتتي الأفراد المصابين بالمرض، قد يصيب الدرن أي جزء من الجسم، ولكن الأكثر شيوعاً يصيب الرئتين والدرن غير الرئوي يحدث عندما يتطور المرض خارج الرئتين، أعراض الدرن النشط في الرئة تتضمن السعال، وأحياناً مع البلغم أو الدم، الألم في الصدر والضعف الجسدي، وفقدان الوزن والحمى والتعرق الليلي". (القشامي، 2017م، ص46).

جودة الحياة:

جودة الحياة هي مصطلح يشير لدى إدراك الفرد لمواقفه المختلفة في الحياة، وذلك في سياق الثقافة والقيم التي يعيش فيها، ومدى ارتباطها مع أهدافه الخاصة وتوقعاته ومعتقداته واهتماماته، فجودة الحياة مفهوم واسع وشامل يتضمن حالة الفرد النفسية والبدنية والاجتماعية والاقتصادية والتعليمية، والثقافية (العثمان؛ ودندي، 2021م).

ولقد حددت منظمة الصحة العالمية جودة الحياة على أنها تصور الفرد لمكانته / وضعها في الحياة ضمن السياق الثقافي ونظام القيم في كيفية عيشهم، حيث ترتبط جودة الحياة أيضاً بأهداف الفرد وآماله ومعايير اهتماماته، بالإضافة إلى ذلك، فإن جودة

الحياة تشير إلى تقييم الفرد لرضاه وجدواه في الحياة المعيشية والاجتماعية والاقتصادية والنفسية، والصحية. (بوناب؛ وجابر، 2022م).

حدود الدراسة:

1. الحدود الموضوعية: وتتمثل الحدود الموضوعية للدراسة في التعرف على أعراض مرض السل وآثاره على مستوى جودة الحياة لدى المصابين به.
2. الحدود البشرية: وتتمثل في مرضى السل في منطقة نجران.
3. الحدود المكانية: منطقة نجران في المملكة العربية السعودية.
4. الحدود الزمانية: يتوقع الباحث الانتهاء من إجراء الدراسة بين عامي 1444هـ/ 2023م.

الإطار النظري

أولاً: مرض السل:

✚ مرض السل (الدرن):

إن السل مرض معدي تسببه جرثومة تسمى العصية، ويصيب السل أي عضو من أعضاء الجسم إلا أن سل الرئة يعد هو أكثر أنواع السل شيوعاً وانتشاراً، حيث تتكاثر الجرثومة المسببة للسل بسرعة في الرئتين، ونتيجة لذلك تتسبب في إحداث ضرراً وخيماً، وفي حال تم اكتشاف السل وعلاجه في وقت مبكراً فإنه يمكن الشفاء منه تماماً، ولكن الأشخاص الذين لا يحصلون على المعالجة الصحية في الوقت المناسب فقد يؤدي ذلك إلى وفاتهم (أحمد، 2015م).

والسل هو مرض قديم تسببه بكتيريا تسمى الميكروبيكتريوم، وهو مرض معدي ولكنه غير وراثي، حيث ينتقل هذا المرض إلى الأشخاص بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وهذا المرض يمكن أن يصيب أي عضو من الأعضاء الجسم، ولكن الرئتين هي الأكثر تضرراً،

ويعتبر السل مرض تعفني معدي، ويعود سببه إلى بكتيريا أو عصيات كوخ التي يتصل بها الإنسان لأول مرة، مما يسمى بالتعض الأولي السلي، ففي البداية يتشكل على شكل مكان صغير سلي "قرحة سلية Chancre tuberculeux" وعادةً ما تكون داخل الرثتين، ولا يحس المريض بأي ألم، إذ يتميز التعض الأولي بالظهور فقط أثناء الخضوع لاختبار جلدي، وذلك باستعمال مادة التوبركولين (نخوف، 2012م).

✚ لحة تاريخية عن مرض السل:

في جميع أنحاء العالم، لا يزال السل يمثل مشكلة صحية عامة مهمة، وسبباً رئيسياً للمراضة والوفيات، وفقاً لمنظمة الصحة العالمية، تُعرف الصحة بأنها حالة من اكتمال السلامة بدنياً وعقلياً واجتماعياً، وليس مجرد غياب المرض أو العجز. ولذلك فإن تأثير أي مرض، وخاصة المرض المزمن مثل السل، على المريض الفرد غالباً ما يكون شاملاً، ولا يؤثر فقط على صحته الجسدية ولكن أيضاً على سلامته النفسية والاقتصادية والاجتماعية (Aggarwal, 2019).

ولقد ظهر مرض السل في العصور القديمة، ولكن كانت بداية اكتشافه بشكل فعلي بعد القيام بتحليل بقايا الجواميس منذ نحو 17 ألف سنة، ومن الأدلة التي تشير إلى قدم السل، نذكر عثور العلماء على البكتيريا المسببة للسل في بقايا مؤميااء ترجع للعصر الفرعوني بنحو 3 آلاف سنة، كما يقال أن أكثر ملوك الفراعنة ماتوا بهذا المرض، وأيضاً ذكر السل في المخطوطات الصينية القديمة حوالي سنة 2700 قبل الميلاد، ولكن التسمية الفعلية للمرض جاءت في العام 1679م، ولقد ذكر أبقراط أن السل أحد أكثر الأمراض انتشاراً في العصور القديمة، حيث كان يشمل الحمى والسعال المدمي، وكان مميتاً في معظم الأحوال (البغدادى ومينة، 2018م).

ولقد سمي السل بمرض الهزال من قبل الأغريقيون، وقد سمي في بداية القرنين الثامن عشر والتاسع عشر بالطاعون الأبيض، وتم اكتشاف العصيات المسببة للتدرن (نوع

من البكتيريا عسوية الشكل) من قبل د/ روبرت كوخ في عام 1882م في برلين بألمانيا، وسميت بعصيات كوخ، وكان الدرن سبباً رئيسياً في وفاة نحو 200 مليون شخص عام 1882م، وفي الوقت الراهن يصاب بعدوى السل سنوياً نحو 1% من سكان العالم، ولا يزال يقتل السل ما بين 2-3 ملايين شخص سنوياً. وفي خمسينيات القرن الماضي ظهرت مضادات حيوية فعالة لمعالجة هذا المرض، ومن ثم انخفضت أعداد حالات السل بنسبة كبيرة جداً تصل لنحو 75%، ولكن نسبة انتشار السل ارتفعت من جديد في عام 1985م (الثعلبي، 2014م).

✚ أنواع مرض السل:

إن لمرض السل عدة أنواع، ومنها بحسب ما ذكر (القثامي، 2017م) ما يلي:

1. السل الرئوي: يعد أكثر أنواع السل شيوعاً وينتقل الميكروب الخاص به بواسطة الإنسان.
 2. السل البريتوني: ويصيب الغشاء المخاطي والمبطن للأمعاء وجدران البطن، وينتشر هذا النوع من السل بين الأطفال والمراهقين.
 3. سل الأمعاء: نوع من السل يصيب الأمعاء ومن أعراضه الإسهال الشديد والمخاطي والهزال وارتفاع درجة الحرارة.
 4. سل العظام: ويحدث هذا النوع من السل في عظام العمود الفقري، وعادةً ما يؤدي إلى تآكل بعض فقراته كما يؤدي إلى إنحناء الظهر.
 5. الخراج البارد: وتكون الإصابة الدرنية فيه على شكل خراج في أحد الأماكن التي تعرضت للإصابة وتسبب من يشبه الخراج.
- ✚ أعراض مرض السل:

إن مرض السل (الدرن) حينما يبدأ يكون في صورة درنات وتلاحم في نسيج الرئة نفسها، أي أن البداية تكون سل غير مفتوح على الشعب الهوائية أو على الغشاء البلوري، ثم

تبدأ ظهور أعراض عامة للمرض، ولكن غير محددة، ومن هذه الأعراض: فقدان الشهية للأكل، حالة إجهاد عامة لا يستطيع خلالها الشخص أن يحدد سببها، الشعور بكسل عام وخمول يزداد تدريجياً، ويستمر في هذه الحالة دون تفسير واضح، بالإضافة إلى التعرق بشدة خلال فترات الليل، وارتفاع درجات الحرارة (القثامي، 2018م)

وتختلف درجات الإصابة بمرض السل من شخص إلى آخر، حيث قد تكون أعراض مرض السل بسيطة وقد تكون وخيمة، ولكن بشكل عام يمكن توضيح أبرز أعراض مرض السل كما يلي، وذلك بحسب ما ذكر في دراسة (نخوف، 2012م):

1. تضخم ملحوظ في الغدد اللمفاوية.
2. الشعور المستمر بالإجهاد والتعب.
3. نقص الوزن.
4. ارتفاع درجة حرارة الجسم.
5. التعرق الليلي الشديد.
6. الشعور بالتعب عند بذل أقل مجهود مع آلام متفرقة في الجسم.
7. السعال مع البصق، وأحياناً يكون مصحوباً بالدم.
8. تصلب الرئة أو حدوث فجوات بها.
9. سحب وجلب المواد المعززة من طرف المجاري التنفسية.
10. فقدان الشهية.

ثانياً: جودة الحياة:

✚ مفهوم جودة الحياة:

تعبر جودة الحياة عن درجة إحساس الفرد بسعادته وحزنه، وفرحه النابع من رضاه عن وضعه الاجتماعي والنفسي والصحي والأسري والاقتصادي والثقافي، فجودة الحياة تعني سعادة الفرد بشكل فعلي وقدرته على إشباع حاجاته، وذلك من خلال ثراء

البيئة ورقي الخدمات التي تقدم له في مختلف المجالات (الاقتصادية، الاجتماعية، التعليمية، الصحية، والنفسية) مع وجود قدرة لديه على الاستفادة من الموارد المتاحة له والاستفادة من وقته (أبو شيبه، 2022م).

وفي تعريف آخر وصفت جودة الحياة بأنها درجة الشعور التي تشير إلى ارتفاع معدلات رضا الفرد عن ذاته، وعن حياته بصورة عامة، وتعبّر عن سعيه المستمر من أجل تحقيق أهداف ذات قيمة ومعنى بالنسبة له، ومدى استقلاليته في تحديد مسار حياته، ودرجة الاستمرار في إقامته للعلاقات الاجتماعية الإيجابية الناجحة والمتبادلة مع الآخرين من حوله في المجتمع، كما أن جودة الحياة ترتبط بمدى الشعور بالسعادة والإحساس بالراحة النفسية والاسترخاء والهدوء (التخاينه، 2022م).

وبحسب ما يرى Yusoff (2020) فإن جودة الحياة توصف بأنها سعادة الفرد أو الرضا عن الحياة والبيئة، بما في ذلك الاحتياجات والرغبات والتطلعات وتفضيلات نمط الحياة والعوامل الملموسة وغير الملموسة الأخرى التي تحدد الرفاهية بشكل عام، وعندما يتم تجميع جودة حياة الفرد على مستوى المجتمع، يرتبط المفهوم بالظروف الاجتماعية والبيئية القائمة مثل النشاط الاقتصادي أو المناخ أو المساواة، ويشمل كلاً من التدابير الملموسة وغير الملموسة التي تعكس الإجماع المحلي على قيم وأهداف المجتمع.

ويرى Calzada-Rodríguez et al (2021) أن جودة الحياة هو مفهوم واسع متعدد المكونات يلتقط العناصر الإيجابية والسلبية للرفاهية، بما في ذلك جوانب الصحة الشخصية والتعليم والعمل والعلاقات الاجتماعية والوضع الاقتصادي والسلامة، من بين العديد من الأمور الأخرى.

وبحسب ما يذكر Owczarek (2010) فإن مفهوم جودة الحياة تمت صياغتها بشكل واضح في الولايات المتحدة بعد الحرب العالمية الثانية، وفي البداية كانت تعني "الحياة الجيدة"، وكانت تقتصر على امتلاك أو عدم امتلاك سلع نموذجية للمستهلكين، وجودة الحياة الجيدة تعني الثراء مثل امتلاك سيارة أو منزل خاص أو سلع أخرى، ومن

ثم تطور المفهوم تدريجياً واتسع نطاقه ليشمل الرضا عن الحياة، وتحقيق احتياجات وتطلعات الفرد وتعديل البيئة من أجل التكيف معها بشكل أفضل.

وجودة الحياة هي مفهوم متعدد الأبعاد واسع ومعقد يتضمن المجالات الجسدية والاجتماعية والنفسية والاقتصادية والروحية وغيرها من المجالات، ولذلك يصعب تعريفها وقياسها، ولكن يمكن وصفها على نطاق واسع بأنها تصورات الأفراد لوضعهم في الحياة في سياق الثقافة وأنظمة القيم التي يعيشون فيها وفيما يتعلق بأهدافهم وتوقعاتهم ومعاييرهم واهتماماتهم، وبالتالي فإن جودة الحياة هي تعبير عن تفضيلات المريض وقيمه وليس تقييم الطبيب (Aggarwal, 2019).

✚ العوامل المؤثرة على جودة الحياة:

بحسب ما يرى Dalia & Ruzevicius (2014) فإن جودة الحياة تتأثر بعدد من العوامل المختلفة، حيث أن يجب ملاحظة أن جودة الحياة لا تعتمد فقط على عمر الشخص وحالته الصحية، ولكن أيضاً على الحالة العاطفية للشخص، والأداء المعرفي، وكذلك الاجتماعي، كما تعتمد جودة الحياة أيضاً على عوامل خارجية، حيث ستحدد الظروف المجتمعية أو الظروف المعيشية الجيدة الجودة العالية للحياة، ولكن في حالة اختلاف هذه الظروف، فإن رضا الفرد عن جودة حياته سيختلف أيضاً، وتتأثر جودة الحياة بالعديد من العوامل والظروف المختلفة، مثل: (الإقامة، والعمل، والدخل، والرفاهية المادية، والمواقف الأخلاقية، والحياة الشخصية والعائلية، والدعم الاجتماعي، والضغوط والأزمات، ونوعية الحياة المتعلقة بالصحة، وخدمات الرعاية الصحية، وظروف العمل، والتغذية، وفرص التعليم، والعلاقات مع البيئة المحيطة للفرد، والعوامل البيئية الداخلية والخارجية).

✚ أبعاد جودة الحياة:

أشار أحمد (2020م) إلى عدة أبعاد أخرى يمكن استخدامها لقياس جودة الحياة،

وهي:

- التفاضلية؛ ويشير هذا البعد إلى مدى الإيجابية والتوقعات الأفضل للمستقبل.
 - تقدير الذات؛ ويشير البعد إلى توقعات الفرد المرتبطة بقدراته وكفاءته وتقديره لذاته.
 - الرضا عن المهنة؛ ويعبر عن درجة رضا الفرد عن كل ما يرتبط بحياته المهنية من الرواتب والمكافآت والمكانة الاجتماعية وبيئة العمل.
 - التوقعات المستقبلية؛ وتعني مدى إيجابية توقعات الفرد لما يتمنى حدوثه في المستقبل.
 - الممارسات الدينية؛ وتشمل كل ما يرتبط بالجوانب العقائدية للفرد، وكافة الممارسات المرتبطة بالنواحي الروحية.
 - الحالة الصحية العامة؛ وتشير للجانب الصحي بشكل عام، ومدى السلامة النفسية والجسدية للفرد.
- كما تتضمن جودة الحياة أربعة أبعاد، والتي تعتبر ضرورية لتحقيق نوعية حياة جيدة، ومنها بعدين موضوعيين، وهما (الصحة العامة والحالة الوظيفية، والحالة الاجتماعية والذاتية)، وبعدين منهم ذاتيين، وهما (الرضا عن الحياة، وتقدير الذات)، كما يمكن تفصيلها كما ذكر (الصمادي، 2021م) فيما يلي:
- القدرة على العيش؛ ويشمل هذا البعد الفرص التي توفرها البيئة، فضلاً عن إمكانية إقامة علاقات اجتماعية.
 - الحالة الاجتماعية والذاتية؛ ويشمل هذا البعد الوعي والإدراك للخصائص الشخصية للفرد، بالإضافة إلى نقاط القوة والضعف، في ظل ما يستطيع الفرد تحقيقه من خلال بناء شبكة من العلاقات الاجتماعية.
 - الرضا عن الحياة؛ تعتمد جودة الحياة أيضاً على ما إذا كان الفرد لديه هدف أو أهداف في الحياة، وما إذا كان يسعى إلى تحقيق قيم أعلى.

- التقييم الذاتي لنوعية الحياة: حيث يقوم كل فرد بتقييم جودة حياته بشكل ذاتي أثناء مقارنة المتاح بالنسبة له مع توقعاته وآماله عن الحياة مؤشرات قياس جودة الحياة: 
- لقد أشارت (آل عقران، 2020م) إلى أن جودة الحياة يمكن أن تتحقق في حال استطاع الإنسان تحقيق عدة أبعاد، والتي من أهمها:
- الشعور بالسلامة البدنية والتكامل البدني بشكل عام.
- الإحساس بالقيمة والجدارة الشخصية.
- المشاركة الاجتماعية والتفاعل الاجتماعي.
- الإحساس بالانتماء إلى الآخرين. الرضا والسعادة الداخلية.
- ممارسة أنشطة حياتية يومية ذات معنى وهدف.
- وجود حياة منظمة ومقننة له.
- توافر كافة المؤشرات التي تقيس مستوى جودة الحياة في حياة الفرد، والتي منها:
- ❖ المؤشرات النفسية: وهي المؤشرات التي تتمثل في غياب الشعور الدائم بالقلق والاكتئاب، التوافق مع المرض، الشعور بالسعادة والرضا عن الحياة.
- ❖ المؤشرات الاجتماعية: وهي تلك المؤشرات التي تمثل العلاقات الشخصية والاجتماعية المثمرة، والتي تساعد الفرد على ممارسة الأنشطة الاجتماعية والترفيهية.
- ❖ المؤشرات المهنية: وهي المؤشرات المتعلقة بالحالة الاقتصادية للفرد، والتي تمثل مدى رضا الفرد عن مهنته وحببه لها، ومدى قدرته على تنفيذ مهام وظيفته، وتوافق الوظيفة مع قدراته ومهاراته.
- ❖ المؤشرات الجسدية والبدنية: وهي مؤشرات تتمثل في رضا الفرد عن حالته الصحية والقدرة على النوم والتعايش مع الآلام، والقدرة الجنسية، وانتظام الشهية في تناول الغذاء.

الدراسات السابقة :

الدراسات العربية :

1. دراسة (نخوف، 2012م). هدفت إلى التعرف على مدى تأثير مرض السل الرئوي على ظهور القلق أو تأزمه لدى الراشدين، وذلك بتطبيق الاختبار النفسي للقلق حالة وسمة لسبيلبرجر. ولإعداد هذه الدراسة استخدم المنهج العيادي، وتكونت عينة الدراسة من 5 حالات من الراشدين المصابين بالسل الرئوي، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج أهمها التأكيد على أن الراشد المصاب بمرض السل الرئوي يعاني من القلق، ولكن بدرجات مختلفة.
2. دراسة (أحمد، 2015م). هدفت إلى الكشف عن أهم العوامل المؤثرة علي إنتشار مرض الدرن في السودان، وذلك بإستخدام التحليل العاملي، ولإعداد الدراسة تم استخدام الاستبانة لجمع البيانات، حيث تكونت العينة من عينة عشوائية طبقية بلغت (450) مريض من مراكز الدرن التابعة لكل من مستشفى حلفا الجديدة، ومستشفى القضارف التعليمي، ومستشفى ود مدني التعليمي، ومستشفى الشعب التعليمي بالخرطوم. وأظهرت نتائج الدراسة عن وجود 7 عوامل رئيسية لها الأثر الأكبر في الإصابة بمرض الدرن وانتشاره، وهذه العوامل هي بالترتيب: العامل الاقتصادي والاجتماعي، العوامل البيئية والجغرافية، الوعي الصحي والغذائي، الأسباب الصحية، أسباب الانتكاسة، النظرة الاجتماعية، والعادات الضارة.
3. دراسة (داوود، 2017م). هدفت إلى تقييم معدل انتشار الإكتئاب وعلاقته بجودة الحياة لدى مرضى السكري في مدينة اللاذقية، ولإعداد الدراسة استخدم المنهج الوصفي الارتباطي، واستخدمت الاستبانة كأداة لجمع البيانات، وتكونت العينة من عينة عشوائية منتظمة قوامها (400) مريض سكري من النوع الثاني في مركز السكري بمدينة اللاذقية، ولقد توصلت الدراسة لعدة نتائج منها الإشارة إلى وجود

علاقة عكسية ذات دلالة إحصائية بين الإكتئاب وجودة الحياة لدى مرضى السكري، أي كلما زاد الإكتئاب نقصت جودة الحياة، كما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين جودة الحياة لدى المصابين بالسكري ومتغير الجنس والعمر، ولم يتبين وجود فروق في المتغيرات الديموغرافية الأخرى (المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، ومكان الإقامة، ومدة الإصابة).

4. دراسة (القنامي، 2017م). هدفت إلى الكشف عن المشكلات الاجتماعية والأسرية التي يواجهها مريض الدرن من منظور الممارسة العامة في الخدمة الاجتماعية، ولإعداد الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة لجمع البيانات، وتكونت العينة من (42) مريض من المنومين في مستشفى الأمراض الصدرية بالطائف، وبينت نتائج الدراسة وجود مشكلات أسرية تواجه مرضى الدرن بمتوسط (2.52 من 4)، وهذه المشكلات أهمها (عدم تحمل المريض لنظرة الشفقة من أسرته، وخوف المريض من انتقال العدوى لأسرته، الغياب عن الأسرة مما يمنع المريض من تلبية احتياجاتهم)، ولقد تمثلت المشكلات الاجتماعية التي تواجه مرضى الدرن في شعورهم بعدم الرغبة في تكوين صداقات جديدة بسبب إصابتهم بالمرض، بالإضافة إلى تخوف مرضى الدرن من النظرة السلبية تجاههم مما يدفعهم للعزلة الاجتماعية.

5. دراسة (البغدادى ومينة، 2018م). هدفت إلى رصد مرض السل داخل مدينة سبها، وذلك بغرض التعرف على أسباب انتشار مرض السل، وباستخدام منهج تحليل المحتوى تم إجراء الدراسة، وتم جمع البيانات بالاستناد إلى سجلات المراكز الصحية في مدينة سبها، ولقد أظهرت نتائج الدراسة أن مرض السل الرئوي ينتشر بدرجة كبيرة في مدينة سبها، وبشكل غير منتظم، حيث تراوح انتشاره في أحياء المدينة بين 39.4% و 10% خلال الفترة 2010-2016. كما بينت النتائج أن فئة الشباب هي الأكثر تعرضاً للإصابة بهذا المرض، وأيضاً أوضحت النتائج انتشار مرض السل بين

الذكور مقارنةً بالإناث، وأظهرت النتائج أن من عوامل انتشار مرض السل الرئوي في المدينة كان (الهجرة وتحركات السكان، ضعف مناعة الجسم، استعداد الجسم للإصابة، الظروف الاقتصادية والاجتماعية وما يترتب عليه من العيش في مساكن عشوائية غير صالحة للعيش الآدمي).

6. دراسة (المجدلاي، 2021م). هدفت إلى الكشف عن العلاقة بين الألم النفسي والتدين وجودة الحياة لدى عينة من مرضى الفشل الكلوي المزمن، ولإعداد الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبانة لجمع البيانات، وتكونت عينة الدراسة من (277) مريضاً بالفشل الكلوي. وأظهرت نتائج الدراسة أن الألم النفسي لدى مرض الفشل الكلوي المزمن جاء بدرجة مرتفعة، في حين جاءت جودة الحياة بدرجة منخفضة، وأيضاً تبين وجود علاقة جوهرية سالبة بين الألم النفسي وجودة الحياة، كما أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات العينة حول علاقة الألم النفسي والتدين وجودة الحياة بما يعزى للمتغيرات (الجنس، العمر، والحالة الاجتماعية).

الدراسات الأجنبية:

1. دراسة (Salehitalia et al, 2019). هدفت هذه الدراسة هو تقييم نوعية الحياة والعوامل المرتبطة بها لدى مرضى السل الذين يتلقون علاجاً قصير الأمد تحت المراقبة المباشرة في إيران. وباستخدام المنهج الوصفي التحليلي تم إعداد الدراسة، كما استخدمت الاستبانة لجمع البيانات، وتكونت العينة من (71) مريضاً. وأظهرت نتائج الدراسة وجود عوامل مختلفة تهدد جودة الحياة للمرضى المصابين بالسل أثناء الإصابة وأثناء وبعد العلاج، كما أشارت النتائج إلى وجود تأثير سلبي للسل على مختلف مجالات نوعية الحياة، بما في ذلك المجالات الاجتماعية والعقلية، أثناء العلاج طويل الأمد لمرض السل.

2. دراسة (Juliasih et al, 2020). هدفت الدراسة إلى التعرف على العوامل المؤثرة على نوعية حياة مرضى السل في سورابايا بإندونيسيا، واستخدم المنهج المقطعي في إعداد الدراسة، واستخدمت الاستبانة لجمع البيانات، وطبقت الدراسة على 157 مريضاً مصاباً بالسل في 5 مراكز للرعاية الصحية الأولية ومستشفيين في سورابايا. أشارت النتائج إلى أن هناك عدة عوامل تؤثر على نوعية حياة مرضى السل. كما وجدت الدراسة أن العمر ومستوى التعليم والاعتلال المشترك يؤثر على نوعية الحياة في عدة مجالات. ومع ذلك، فإن الاضطراب النفسي يؤثر على نوعية الحياة في جميع المجالات.
3. دراسة (Pokam et al, 2020). هدفت الدراسة إلى تقييم نوعية الحياة المتعلقة بالصحة لمرضى السل في مقاطعة فاكو بالمنطقة الجنوبية الغربية من الكامبيرون، وتم إجراء دراسة مقطعية على مستوى المستشفيات في 4 مراكز لعلاج السل، وهي مستشفيان إقليميان (بوييا وليمبي) ومستشفيان محليان (تيكو ومويوكا) في مقاطعة فاكو، وجمعت البيانات من (167) مريضاً بالسل باستخدام الاستبانة. وأظهرت نتائج الدراسة أن نوعية حياة مرضى السل في منطقة الدراسة سيئة بشكل عام.
4. دراسة (Yasobant et al, 2022). هدفت الدراسة إلى تجميع الأدلة المتوفرة حول تأثير السل وعلاجه على نوعية الحياة المتعلقة بالصحة (HRQoL) للمرضى المصابين بالسل. وباستخدام المنهج الوصفي المسحي ومنهج تحليل المحتوى أجري بحثاً منهجياً من خلال PubMed وCENTRAL. وأظهرت نتائج المراجعة عدم وجود أدوات محددة لتقييم نوعية الحياة المتعلقة بالصحة لاستخدامها بين مرضى السل، وأشارت النتائج إلى أن نوعية الحياة المتعلقة بالصحة تتأثر بشكل ملحوظ لدى مرضى السل، وأيضاً تختلف العوامل التي تؤثر على نوعية الحياة المتعلقة بالصحة مع السل النشط والكامن، والتركيبية الاجتماعية والديموغرافية، والحالة الاجتماعية والاقتصادية، ووجود حالات عدوى مشتركة.

منهجية وإجراءات الدراسة:

منهج الدراسة:

أنطلاقاً من طبيعة المشكلة البحثية التي تحاول الدراسة معالجتها، وفي إطار ما يسعى الباحث نحو تحقيقه من أهداف؛ لذا رأى الباحث أن المنهج الوصفي التحليلي يعد المنهج البحثي الأنسب لإعداد الدراسة البحثية الحالية. هذا المنهج البحثي الذي يعرف بأنه أحد أبرز مناهج البحث العلمي، والذي يعتمد على دراسة الأحداث والظواهر والسلوكيات، من خلال جمع البيانات من مجتمع أو عينة الدراسة ومن ثم يعمل الباحث على تصنيفها وتحليلها، لتقديم تفسيرات شاملة ودقيقة حول موضوع الدراسة البحثية، حيث يساعده على تقديم تحليل كمي رقمي يوضح أرقام تقييمية للظاهرة أو الحدث محل الدراسة، كما يقدم تحليل كمي يصف الظاهرة أو الحدث (قندلجي، 2019).

مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة الحالية من كافة مرضى السل في منطقة نجران بالمملكة العربية السعودية. ولاختيار عينة الدراسة استخدمت طريقة العينة العشوائية، وقد اختيرت عينة بحثية قوامها (75) مريض سل. وفيما يلي توضيح للخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة.

جدول 1. الخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة

المتغير	البيان	العدد	النسبة
الجنس	أنثى	20	26.3%
	ذكر	55	73.7%
الجنسية	سعودي	71	94.7%
	وافد مقيم	4	5.3%
البيئة الاجتماعية	حضر	55	73.7%
	ريف	20	26.3%

21.1%	16	أقل من 30 سنة	المرحلة العمرية
57.9%	43	من 30 إلى أقل من 40 سنة	
13.2%	10	من 40 إلى أقل من 50 سنة	
7.9%	6	من 50 سنة فأكثر	
5.3%	4	أمي (لا يقرأ ولا يكتب)	المستوى التعليمي
7.9%	6	ثانوية فأقل	
63.2%	47	بكالوريوس	
21.1%	16	ماجستير	
2.6%	2	دكتوراه	الحالة الاجتماعية
31.6%	24	أعزب/عزباء	
68.4%	51	متزوج/ة	عدد سنوات الإصابة بالمرض
71.1%	53	أقل من 5 سنوات	
7.9%	6	من 5 إلى 10 سنوات	
7.9%	6	من 10 إلى 15 سنة	
13.2%	10	من 15 سنة فأكثر	متوسط الدخل الشهري
7.9%	6	أقل من 3000 ريال	
23.7%	18	من 3000-6000 ريال	
31.6%	23	من 6001-10000 ريال	
23.7%	18	من 10001-15000 ريال	
13.2%	10	من 15001 ريال فأكثر	المجموع
100%	75		

تظهر نتائج الجدول رقم 1 توزيع المشاركين في الاستبيان حسب بعض البيانات، والمتغيرات الديموغرافية، وهي الجنس، والجنسية، والبيئة الاجتماعية، والمرحلة العمرية، والمستوى التعليمي، والحالة الاجتماعية، وعدد سنوات الإصابة بالمرض، ومتوسط الدخل الشهري.

بالنسبة لمتغير الجنس؛ تشير النتائج إلى أن هناك نسبة عالية من الذكور بلغت حوالي 73.7% مقارنة بالإناث اللاتي بلغن حوالي 26.3%. وعلى مستوى الجنسية؛ فإن غالبية نسبة المشاركين (94.7%) هم سعوديون، في حين أن الوافدين المقيمين يمثلون نسبة

صغيرة جداً بلغت حوالي 5.3%. أما على مستوى البيئة الاجتماعية؛ فإن النتائج تبين أن الأفراد الذين يعيشون في المناطق الحضرية أكثر بنسبة كبيرة (73.7%) من الذين يعيشون في المناطق الريفية (26.3%).

على الجانب الآخر؛ فإن معظم المشاركين يقعون في فئة العمر من 30 إلى أقل من 40 سنة بنسبة 57.9%. في حين أن الأفراد الذين أقل من 30 سنة يمثلون نسبة أقل بكثير (حوالي 21.1%). أما المستوى التعليمي؛ فقد بين أن معظم المشاركين من حملة البكالوريوس (63.2%)، بينما شكل الأميون نسبة صغيرة جداً من المشاركين (5.3%).

أما على مستوى الحالة الاجتماعية؛ فقد شكل المتزوجون النسبة الأكبر من المشاركين (68.4%) مقارنة بالاعزاب (31.6%). إضافة إلى ذلك؛ فإن أغلب المشاركين في الدراسة يعانون من المرض لأقل من 5 سنوات (71.1%). وأخيراً؛ فقد بينت النتائج أن هناك توزيع متوسط بين الفئات المختلفة لمتوسط الدخل الشهري، مع نسب مشابهة بين الفئات المختلفة.

📌 أداة الدراسة:

لتحقيق أهداف الدراسة، لجأ الباحث إلى استخدام الاستبانة في عملية جمع البيانات من عينة الدراسة، وقد تم تصميم الاستبانة بناءً على متغيرات الدراسة، وتكون الاستبانة من قسمين، وهما:

1. القسم الأول: (الجنس، الجنسية، البيئة الاجتماعية، المرحلة العمرية، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية، عدد سنوات الإصابة بالمرض، ومتوسط الدخل الشهري).

2. القسم الثاني: محاور الدراسة: تكون هذا القسم من محورين رئيسيين، وهما:

أ. المحور الأول: أعراض مرض السل: وتم تمثيل هذا المحور في عدد من العبارات،

وعدها (10) عبارات.

ب. المحور الثاني: آثار مرض السل على جودة الحياة: وتضمن هذا المحور (19)

عبارة، موزعة على 4 أبعاد رئيسية، وهي:

- البعد الأول: آثار مرض السل على جودة الحياة الصحية: وتكون من (5) عبارات.
- البعد الثاني: آثار مرض السل على جودة الحياة الاقتصادية: وتكون من (5) عبارات.
- البعد الثالث: آثار مرض السل على جودة الحياة الاجتماعية: وتكون من (5) عبارات.
- البعد الرابع: آثار مرض السل على جودة الحياة النفسية: وتكون من (4) عبارات.

✓ صدق أداة الدراسة:

يقصد بصدق الاستبانة أن تقيس أسئلة الاستبانة ما وضعت لقياسه، (العمرائي،

2012م)، وقد تم التحقق من صدق أداة الدراسة كما يلي:

جدول 2. قيم معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات محور الدراسة الأول (أعراض مرض السل)

م	الفقرات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
1	تسبب مرض السل في نقصان في الشهية للأكل	.762**	0.000
2	أعاني من حالة إجهاد عامة وكسل وخمول يزداد بشكل تدريجي	.814**	0.000
3	في بعض الأحيان أصاب بارتفاع في درجة الحرارة	.760**	0.000
4	يسبب لي السل اضطراب في وزني من حيث الزيادة أو النقصان	.786**	0.000
5	نتج عن إصابتي بالسل حدوث سعال جاف في البداية ومن ثم يتحول إلى سعال مصحوب ببصاق به خيوط دموية	.653**	0.000
6	من أعراض السل سرعة التنفس واللهث عند القيام بأقل مجهود	.776**	0.000
7	أعاني من ألم في الصدر بشكل مستمر وضيق في التنفس	.786**	0.000
8	دائمًا ما أتعرق وبخاصة خلال فترة الليل	.823**	0.000
9	أعاني من ألم في الظهر وافتتاح في الرقبة والغدد اللمفاوية	.711**	0.000
10	أعاني من عسر الهضم والغص المعوي	.815**	0.000

** دال إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من 0.01

تشير نتائج الجدول رقم 2 إلى أن قيم معاملات الارتباط لفقرات كل بعد من محور الدراسة الأول (أعراض مرض السل) مع الدرجة الكلية للمحور كان مرتفعا ومناسبا لقياس هذه الأعراض، إذ تراوحت القيم ما بين 0.653 إلى 0.823 وبدلالة إحصائية 0.000، مما يشير إلى مناسبة هذه الفقرات لقياس أعراض مرض السل المختلفة.

جدول 3. قيم معاملات صدق الاتساق الداخلي لفقرات محور الدراسة الثاني (آثار مرض السل على جودة الحياة)

م	الفقرات	معامل الارتباط	مستوى الدلالة
آثار مرض السل على جودة الحياة الصحية			
1	أدى المرض إلى مشكلات صحية عديدة	.864**	0.000
2	انعكس مرضي بالسل على حالتي الصحية	.801**	0.000
3	أدى السل إلى ضعف ووهن عام في قدرتي الصحية	.805**	0.000
4	أسعى بشكل دائم نحو مواجهة الآثار السلبية للسل لتعزيز جودة حياتي الصحية	.701**	0.000
5	أرى أن مرض السل مثله مثل أي مرض آخر ولم يؤثر على صحياً	.509**	0.001
آثار مرض السل على جودة الحياة الاقتصادية			
6	بسبب إصابتي بالسل أصبحت لا أستطيع العمل	.760**	0.000
7	مرض السل أثر بالسلب على المستوى الاقتصادي الذي كنت أعيشه سابقاً	.739**	0.000
8	بسبب المرض والأعراض التي نتجت عن السل لجأ أحد أفراد أسرتي للعمل لكي يقوم بإعائتي	.695**	0.000
9	لم يؤثر مرض السل على حياتي الاقتصادية	.592**	0.000
10	شجعني المرض على البحث عن مصادر بديلة لتوفير دخل إضافي	.612**	0.000
آثار مرض السل على جودة الحياة الاجتماعية			
11	أدت الإصابة بالسل إلى العزلة الاجتماعية وعدم الاختلاط	.865**	0.000
12	يخشى الكثير من المحيطين بي الاقتراب مني خوفاً من انتقال المرض مني إليهم	.819**	0.000
13	تزايدت المشكلات الأسرية والاجتماعية نتيجة الإصابة بالسل	.827**	0.000
14	لم يمنع مرضي الأصدقاء والعائلة من التواصل معي والاطمئنان على أو المشاركة الاجتماعية	.646**	0.000

0.000	.720**	ساهمت إصابتي بمرض السل بتعزيز الروابط الاجتماعية مع أفراد أسرتي	15
آثار مرض السل على جودة الحياة النفسية			
0.000	.865**	أعاني من مشكلات نفسية عديدة مثل الوحدة والاكتئاب	16
0.000	.818**	أصبح لدي رهبة وقلق من الانخراط مع أفراد المجتمع خوفاً من عدم تقبلهم لي	17
0.000	.877**	أدى المرض إلى حدوث نوع من القلق المستمر من تضاعف أعراض المرض	18
0.000	.775**	لم يؤثر مرض السل علي لإيماني بالله وتيقني من حكمته في مرضي	19

** دال إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من 0.01

تشير نتائج الجدول رقم 3 إلى أن قيم معاملات الارتباط لفقرات محور الدراسة الثاني (آثار مرض السل على جودة الحياة) كان مرتفعاً، وبدلالة إحصائية 0.000 في الأبعاد المختلفة، إذ تراوحت قيم معاملات الارتباط في بُعد آثار مرض السل على جودة الحياة الصحية ما بين 0.509 إلى 0.846، وفي بُعد آثار مرض السل على جودة الحياة الاقتصادية ما بين 0.592 إلى 0.760، وفي بُعد آثار مرض السل على جودة الحياة الاجتماعية ما بين 0.646 إلى 0.865، وأخيراً في بُعد آثار مرض السل على جودة الحياة النفسية ما بين 0.775 إلى 0.877، مما يشير إلى ملائمة هذه الفقرات لقياس أبعاد آثار مرض السل على جودة الحياة.

✚ ثبات أداة الدراسة:

جدول 4. نتائج اختبار معامل الثبات بطريقة كرونباخ ألفا على أبعاد محاور الدراسة المختلفة

المحور	عدد الفقرات	قيمة الفا كرونباخ
أعراض مرض السل	10	0.921
آثار مرض السل على جودة الحياة الصحية	5	0.777
آثار مرض السل على جودة الحياة الاقتصادية	5	0.706
آثار مرض السل على جودة الحياة الاجتماعية	5	0.833
آثار مرض السل على جودة الحياة النفسية	4	0.854
الدرجة الكلية للدراسة	29	0.954

يتضح من نتائج الجدول رقم 4 أن قيمة معامل ألفا كرونباخ كانت مقبولة على جميع أبعاد محاور الدراسة المختلفة، إذ جاءت تراوحت ما بين 0.706 إلى 0.921، كما بلغت قيمة معامل ألفا للثبات الكلي 0.954 وهذا يدل على أن الاستبيان يتمتع بدرجة عالية جداً من الثبات.

➤ أساليب المعالجة الإحصائية:

لتحليل البيانات التي تم جمعها من عينة الدراسة، تم استخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS)، حيث استخدمت الأساليب الوصفية والاختبارات الإحصائية في تحليل البيانات، ومن هذه الأساليب والاختبارات: المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، الوزن النسبي، اختبار مان ويتني، اختبار كروسكال واليس، واختبار تحليل التباين ANOVA.

تحليل محاور الدراسة:

فيما يلي يتم إجراء التحليل الإحصائي لمحاور أداة الدراسة، وذلك باستخدام المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، والوزن النسبي، لتحديد متوسطات استجابات العينة على محاور أداة الدراسة.

➤ المحور الأول: أعراض مرض السل:

جدول 1. التحليل الإحصائي لمحور أعراض مرض السل

م	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة الاستجابة	الترتيب
1	تسبب مرض السل في نقصان في الشهية للأكل	2.63	0.633	87.7%	موافق	1
2	أعاني من حالة إجهاد عامة وكسل وخمول يزداد بشكل تدريجي	2.63	0.714	87.7%	موافق	1
3	في بعض الأحيان أصاب بارتفاع في درجة الحرارة	2.28	0.867	76.3%	محايد	10
4	يسبب لي السل اضطراب في وزني من حيث الزيادة أو النقصان	2.32	0.842	77.2%	محايد	8

5	تتج عن إصابتي بالسعال حدوث سعال جاف في البداية ومن ثم يتحول إلى سعال مصحوب ببصاق به خيوط دموية	2.37	0.786	78.9%	موافق	7
6	من أعراض السعال سرعة التنفس واللهث عند القيام بأقل مجهود	2.50	0.762	83.3%	موافق	4
7	أعاني من ألم في الصدر بشكل مستمر وضيق في التنفس	2.47	0.725	82.5%	محايد	5
8	دائماً ما أتعرق وبخاصة خلال فترة الليل	2.53	0.687	84.2%	موافق	3
9	أعاني من ألم في الظهر وانتفاخ في الرقبة والغدد اللعابية	2.29	0.802	76.3%	محايد	9
10	أعاني من عسر الهضم والغث المعوي	2.42	0.722	80.7%	موافق	6
	الدرجة الكلية للمحور	2.44	0.578	81.5%	موافق	

الدرجة من 1-1.66 غير موافق، من 1.67-2.33 محايد، من 2.34-3.0 موافق.

يتضح من خلال نتائج جدول رقم 5 أن المتوسطات الحسابية لفقرات أعراض مرض السعال قد تراوحت ما بين 2.28 إلى 2.63 على مقياس ليكرت الثلاثي، وهو ما يعكس بعض التفاوت في وجهات نظر أفراد عينة الدراسة حول الفقرات المتعلقة بأعراض مرض السعال، إذ جاءت الفقرة الأولى "تسبب مرض السعال في نقصان الشهية للأكل" والثانية "أعاني من حالة إجهاد عامة وكسل وخمول يزداد بشكل تدريجي" في المرتبة الأولى مناصفة بمتوسط حسابي 2.63 ووزن نسبي 87.7%، فيما حلت الفقرة الثالثة "في بعض الأحيان أصاب بارتضاع في درجة الحرارة" في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي 2.28 ووزن نسبي 76.3%، وبشكل عام بلغ المتوسط الحسابي للبعد ككل (2.44) والوزن النسبي (81.5%)، وهو درجة تبين موافقة المشاركين في عينة الدراسة حيال الفقرات المتعلقة بأعراض مرض السعال.

وهذه النتائج تشير إلى أن معظم المشاركين يظهرون أعراضاً مرتبطة بمرض السعال، ونسبة كبيرة منهم توافق على وجود هذه الأعراض. وهذه الأعراض هي الشائعة في مرض السعال مثل انخفاض الشهية، والتعب، والسعال مع البلغم الملطخ بالدم، والتنفس

السريع، والتعرق الليلي، وألم في الصدر إلى بروزها. كما تشير النتائج أيضاً إلى أهمية متابعة وتقييم الأعراض المرتبطة بمرض السل وضرورة العمل الطبي المبكر لمعالجتها وتخفيف تأثيرات المرض على الحياة اليومية للمصابين. كما تؤكد النتائج على أن التعرف على هذه الأعراض أمراً حيوياً للتشخيص المبكر والإدارة الفعالة لمرض السل، مع التأكيد على أهمية حملات التوعية العامة والتدخلات الطبية في الوقت المناسب.

✚ المحور الثاني: آثار مرض السل على جودة الحياة:

جدول 2. التحليل الإحصائي لأبعاد محور آثار مرض السل على جودة الحياة

آثار مرض السل على جودة الحياة الصحية						
م	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة الاستجابة	الترتيب
1	أدى المرض إلى مشكلات صحية عديدة	2.34	0.745	78.1%	موافق	2
2	انعكس مرضي بالسل على حالتي الصحية	2.34	0.781	78.1%	موافق	2
3	أدى السل إلى ضعف ووهن عام في قدرتي الصحية	2.32	0.842	77.2%	محايد	4
4	أسعى بشكل دائم نحو مواجهة الآثار السلبية للسل لتعزيز جودة حياتي الصحية	2.53	0.725	84.2%	موافق	1
5	أرى أن مرض السل مثله مثل أي مرض آخر ولم يؤثر علي صحياً	2.13	0.906	71.1%	محايد	5
	الدرجة الكلية للبعد	2.33	0.583	77.7%	محايد	
آثار مرض السل على جودة الحياة الاقتصادية						
م	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة الاستجابة	الترتيب
1	بسبب إصابتي بالسل أصبحت لا أستطيع العمل	2.39	0.755	79.8%	موافق	1
2	مرض السل أثر بالسلب على المستوى الاقتصادي الذي كنت أعيشه سابقاً	2.18	0.865	72.8%	محايد	4
3	بسبب المرض والأعراض التي نتجت عن السل لجأ أحد أفراد أسرتي للعمل لكي يقوم بإعائتي	2.29	0.802	76.3%	محايد	3
4	لم يؤثر مرض السل على حياتي الاقتصادية	2.16	0.823	71.9%	محايد	5
5	شجعني المرض على البحث عن مصادر بديلة لتوفير دخل إضافي	2.32	0.842	77.2%	محايد	2
	الدرجة الكلية للبعد	2.27	0.555	75.6%	محايد	

آثار مرض السل على جودة الحياة الاجتماعية						
م	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة الاستجابة	الترتيب
1	أدت الإصابة بالسل إلى العزلة الاجتماعية وعدم الاختلاط	2.45	0.724	81.6%	موافق	1
2	يخشى الكثير من المحيطين بي الاقتراب مني خوفاً من انتقال المرض مني إليهم	2.32	0.842	77.2%	محايد	4
3	تزايدت المشكلات الأسرية والاجتماعية نتيجة الإصابة بالسل	2.42	0.722	80.7%	موافق	2
4	لم يمنع مرضي الأصدقاء والعائلة من التواصل معي والاطمئنان علي أو المشاركة الاجتماعية	2.24	0.714	74.6%	محايد	5
5	ساهمت إصابتي بمرض السل بتعزيز الروابط الاجتماعية مع أفراد أسرتي	2.34	0.781	78.1%	موافق	3
		2.35	0.587	78.4%	موافق	
الدرجة الكلية للبعد						
آثار مرض السل على جودة الحياة النفسية						
م	الفقرات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	درجة الاستجابة	الترتيب
1	أعاني من مشكلات نفسية عديدة مثل الوحدة والاكتئاب	2.39	0.790	79.8%	موافق	3
2	أصبح لدي رهبة وقلق من الانخراط مع أفراد المجتمع خوفاً من عدم تقبلهم لي	2.34	0.815	78.1%	موافق	4
3	أدى المرض إلى حدوث نوع من القلق المستمر من تضاعف أعراض المرض	2.42	0.758	80.7%	موافق	2
4	لم يؤثر مرض السل علي لإيماني بالله وتيقني من حكمته في مرضي	2.55	0.686	85.1%	موافق	1
		2.43	0.636	80.9%	موافق	
الدرجة الكلية للبعد						

الدرجة من 1-1.66 غير موافق، من 1.67-2.33 محايد، من 2.34-3.0 موافق

يتضح من خلال نتائج جدول رقم 6 أن المتوسطات الحسابية لفقرات آثار مرض السل على جودة الحياة الصحية قد تراوحت ما بين 2.13 إلى 2.53 على مقياس ليكرت الثلاثي وبمتوسط كلي (2.33)، ووزن نسبي (77.7%)، إذ حلت الفقرة الرابعة "أسعى بشكل دائم نحو مواجهة الآثار السلبية للسل لتعزيز جودة حياتي الصحية" في المرتبة

الأولى بمتوسط حسابي 2.53 ووزن نسبي 84.2%، فيما حلت الفقرة الخامسة " أرى أن مرض السل مثله مثل أي مرض آخر ولم يؤثر علي صحياً " في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي 2.13 ووزن نسبي 71.1%.

وتؤكد هذه النتائج اعتراف المشاركون بأن السل أدى إلى مشاكل صحية مختلفة، مما يشير إلى الخسائر الجسدية الكبيرة للمرض، وكذلك الانخفاض الواسع النطاق في الصحة والحيوية بشكل عام. ومع ذلك؛ فإن المشاركين في الدراسة لديهم جهوداً متواصلة لمكافحة الآثار الضارة للسل على صحتهم، مما يعكس القدرة على الصمود والتصميم. وأخيراً على الرغم من اتخاذ عدد كبير من المشاركين موقفاً محايداً تجاه الاختلاف بين مرض السل وغيره من حيث التأثير، فإن بعض الأفراد لم ينظروا إلى مرض السل على أنه يختلف بشكل كبير عن الأمراض الأخرى من حيث تأثيره الصحي.

وفي المقابل؛ فقد تراوحت قيم المتوسطات الحسابية لفقرات آثار مرض السل على جودة الحياة الاقتصادية بين 2.16 إلى 2.39، وبمتوسط كلي (2.27)، ووزن نسبي (75.6%)، إذ حلت الفقرة السادسة " بسبب إصابتي بالسل أصبحت لا أستطيع العمل " في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.39 ووزن نسبي 79.8%، فيما حلت الفقرة التاسعة " لم يؤثر مرض السل على حياتي الاقتصادية " في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي 2.16 ووزن نسبي 71.9%.

وتبين هذه النتائج أن مرض السل أدى إلى عدم القدرة على العمل بالنسبة لجزء كبير من المشاركين، مما يشير إلى نتيجة اقتصادية مباشرة، كما تؤكد التأثير السلبي للمرض على الوضع الاقتصادي للأفراد، مما يغير استقرارهم المالي. علاوة على ذلك؛ فقد أجبر المرض بعض أفراد أسر المجيبين على البحث عن عمل لدعمهم، مما يشير إلى الضغط على الموارد الاقتصادية للأسرة. ومع ذلك؛ فقد حضر تشخيص مرض السل الأفراد على استكشاف مصادر دخل بديلة، وسلط الضوء على القدرة على التكيف وسط التحديات الاقتصادية.

كما تراوحت قيم المتوسطات الحسابية لفقرات آثار مرض السل على جودة الحياة الاجتماعية ما بين 2.24 إلى 2.45، وبمتوسط كلي (2.35)، ووزن نسبي (78.4%)، إذ حلت الفقرة رقم 11 " أدت الإصابة بالسل إلى العزلة الاجتماعية وعدم الاختلاط " في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.45 ووزن نسبي 81.6%، فيما حلت الفقرة رقم 14 " لم يمنع مرضي الأصدقاء والعائلة من التواصل معي والاطمئنان علي أو المشاركة المجتمعية " في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي 2.16 ووزن نسبي 71.9%.

وتوضح هذه النتائج أن مرض السل أدى إلى العزلة الاجتماعية والتجنب، مما يشير إلى وصمة العار المرتبطة بالمرض، وكذلك فقد ظهر الخوف لدى المشاركين في الدراسة من الرفض والمخاوف بشأن القبول المجتمعي بين المشاركين، مما يعكس التحديات الاجتماعية. كما أكدت النتائج على تصاعد المشكلات الأسرية والاجتماعية بسبب مرض السل، مما يؤكد تأثير المرض المضاعف على العلاقات الاجتماعية. وعلى الرغم من كل هذه التحديات، فقد حافظ بعض المشاركين على الروابط الاجتماعية، وأظهروا المرونة في شبكاتهم الاجتماعية.

وأخيراً؛ فقد تراوحت قيم المتوسطات الحسابية لفقرات آثار مرض السل على جودة الحياة النفسية ما بين 2.34 إلى 2.55، وبمتوسط كلي (2.43)، ووزن نسبي (80.9%)، إذ حلت الفقرة رقم 19 " لم يؤثر مرض السل علي لإيماني بالله و تيقني من حكمته في مرضي " في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 2.55 ووزن نسبي 85.1%، فيما حلت الفقرة رقم 17 " أصبح لدي رهبة وقلق من الانخراط مع أفراد المجتمع خوفاً من عدم تقبلهم لي " في المرتبة الأخيرة بمتوسط حسابي 2.16 ووزن نسبي 71.9%.

وتبين هذه النتائج أن مرض السل يؤدي إلى مشاكل نفسية مثل الشعور بالوحدة والاكتئاب، مما يدل على تأثيره العميق على الصحة العقلية، وتؤكد كذلك على شيوع الخوف والقلق بشأن الرفض الاجتماعي، مما يعكس العبء النفسي لمرض السل. علاوة على

ذلك؛ فإن النتائج تؤكد على الإبلاغ عن القلق المستمر بشأن تفاقم الأعراض، مما يسلط الضوء على التأثير النفسي المستمر. وعلى الرغم من ذلك، ظل إيمان المشاركين بالله وتيقنهم من حكمته في إصابتهم بالمرض، مما يشير إلى آليات التكيف والمرونة.

وإجمالاً؛ تؤكد هذه النتائج التأثير المتعدد الأبعاد لمرض السل على حياة الأفراد، مما يؤثر على رفاههم الجسدي، واستقرارهم الاقتصادي، وتفاعلاتهم الاجتماعية، وصحتهم العقلية. كما يسلط الضوء على الحاجة إلى أنظمة دعم شاملة، بما في ذلك التدخلات الطبية والاجتماعية والنفسية، لمعالجة التحديات المتنوعة التي يواجهها الأفراد المصابون بالسل. ومن ثم فإنه يجب أن تُؤخذ هذه النتائج بعين الاعتبار عند تصميم البرامج الصحية والاجتماعية لدعم المصابين بمرض السل وتحسين جودة حياتهم ودمجهم في المجتمع.

اختبار فرضيات الدراسة:

جدول 3. نتائج اختبار تحليل الانحدار الخطي البسيط للتحقق من أثر أعراض مرض السل على مستوى جودة الحياة

Coefficients معاملات الانحدار		ANOVA تحديد التباين		Model Summary ملخص النموذج			الأبعاد	
مستوى الدلالة	T الحسوبة	معامل التأخير β	مستوى الدلالة	F الحسوبة	Adjusted(R ²) معامل التحديد المعدل	(R ²) معامل التحديد	(R) معامل الارتباط	
❖❖.000	6.272	0.729	❖❖.000	39.338	0.509	0.522	.723	جودة الحياة الصحية
❖❖.000	5.455	0.645	❖❖.000	29.761	0.437	0.453	.673	جودة الحياة الاقتصادية
❖❖.000	5.350	0.676	❖❖.000	28.618	0.427	0.443	.665	جودة الحياة الاجتماعية
❖❖.000	5.307	0.729	❖❖.000	28.168	0.423	0.439	.663	جودة الحياة النفسية

❖❖ دال إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من 0.01.

تبين نتائج الجدول رقم 7 مستوى تأثير أعراض مرض السل على جودة الحياة بأبعادها الصحية، والاقتصادية، والاجتماعية، والنفسية. ومن خلال هذه النتائج يُمكن اختبار فرضيات الدراسة الأربعة الأولى كما يلي:

1. الفرضية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لأعراض مرض السل على مستوى جودة الحياة الصحية لدى مرضى السل في منطقة نجران.

تكشف النتائج عن وجود تأثير ذي دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.000 لأعراض مرض السل على مستوى جودة الحياة الصحية، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط ($R=0.723$)، وهذا يؤكد وجود ارتباط إيجابي بين الأعراض وجودة الحياة الصحية لدى المشاركين في الدراسة، وهذا ما تؤكدُه أيضًا قيمة معامل التحديد R^2 التي بلغت قيمته 0.522، كما بلغت قيمة معامل التأثير β 0.729، وهو ما يوضح حجم الأثر لأعراض مرض السل على جودة الحياة الصحية، والذي بلغ 72.9%.

واستنادا لهذه النتائج؛ تم قبول فرضية الدراسة الأولى التي تنص على: " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لأعراض مرض السل على مستوى جودة الحياة الصحية لدى مرضى السل في منطقة نجران".

2. الفرضية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لأعراض مرض السل على مستوى جودة الحياة الاقتصادية لدى مرضى السل في منطقة نجران.

تكشف النتائج عن وجود تأثير ذي دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.000 لأعراض مرض السل على مستوى جودة الحياة الاقتصادية، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط ($R=0.673$)، وهذا يؤكد وجود ارتباط إيجابي بين الأعراض وجودة الحياة

الاقتصادية لدى المشاركين في الدراسة، وهذا ما تؤكدُه أيضاً قيمة معامل التحديد R^2 التي بلغت قيمته 0.453، كما بلغت قيمة معامل التأثير β 0.645، وهو ما يوضح حجم الأثر لأعراض مرض السل على جودة الحياة الاقتصادية، والذي بلغ 64.5%.

واستناداً لهذه النتائج؛ تم قبول فرضية الدراسة الثانية التي تنص على: " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لأعراض مرض السل على مستوى جودة الحياة الاقتصادية لدى مرضى السل في منطقة نجران "

3. الفرضية الثالثة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لأعراض مرض السل على مستوى جودة الحياة الاجتماعية لدى مرضى السل في منطقة نجران.

تكشف النتائج عن وجود تأثير ذي دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.000 لأعراض مرض السل على مستوى جودة الحياة الاجتماعية، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط ($R=0.665$)، وهذا يؤكد وجود ارتباط إيجابي بين الأعراض وجودة الحياة الاجتماعية لدى المشاركين في الدراسة، وهذا ما تؤكدُه أيضاً قيمة معامل التحديد R^2 التي بلغت قيمته 0.443، كما بلغت قيمة معامل التأثير β 0.676، وهو ما يوضح حجم الأثر لأعراض مرض السل على جودة الحياة الاقتصادية، والذي بلغ 67.6%.

واستناداً لهذه النتائج؛ تم قبول فرضية الدراسة الثانية التي تنص على: " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لأعراض مرض السل على مستوى جودة الحياة الاجتماعية لدى مرضى السل في منطقة نجران "

4. الفرضية الرابعة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لأعراض مرض السل على مستوى جودة الحياة النفسية لدى مرضى السل في منطقة نجران.

تكشف النتائج عن وجود تأثير ذي دلالة إحصائية عند مستوى دلالة 0.000 لأعراض مرض السل على مستوى جودة الحياة النفسية، إذ بلغت قيمة معامل الارتباط ($R=0.663$)، وهذا يؤكد وجود ارتباط إيجابي بين الأعراض وجودة الحياة النفسية لدى المشاركين في الدراسة، وهذا ما تؤكد أيضاً قيمة معامل التحديد R^2 التي بلغت قيمته 0.439، كما بلغت قيمة معامل التأثير β 0.729، وهو ما يوضح حجم الأثر لأعراض مرض السل على جودة الحياة الاقتصادية، والذي بلغ 72.9%.

واستناداً لهذه النتائج؛ تم قبول فرضية الدراسة الثانية التي تنص على: " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$) لأعراض مرض السل على مستوى جودة الحياة النفسية لدى مرضى السل في منطقة نجران "

5. الفرضية الخامسة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في استجابات العينة حول أثر أعراض مرض السل على جودة الحياة تعزى للخصائص الديموغرافية للعينة.

ولاختبار هذه الفرضية تم استخدام اختبار مان ويتني، واختبار كروسكال واليس، ويبين الجدول التالي نتائج اختبار هذه الفرضية.

جدول 4. مقارنة أعراض مرض السل طبقاً للمتغيرات الديموغرافية

المتغير	البيان	متوسط الرتب	قيمة الاختبار	مستوى الدلالة
الجنس	أنثى	14.10	U=86.0	0.071
	ذكر	21.43		
الجنسية	سعودي	19.81	U=25.0	0.467
	وافد مقيم	14.00		
البيئة الاجتماعية	حضر	17.39	U=81.0	0.048*
	ريف	25.40		
المرحلة العمرية	أقل من 30 سنة	14.13	4.911H =	1780.
	من 30 إلى أقل من 40 سنة	22.57		
	من 40 إلى أقل من 50 سنة	18.90		
	من 50 سنة فأكثر	12.33		

3230.	673H=4.	8.75	أمي (لا يقرأ ولا يكتب)	المستوى التعليمي
		14.50	ثانوية فأقل	
		22.15	بكالوريوس	
		16.13	ماجستير	
		19.50	دكتوراه	
0.163	U=112.0	15.83	أعزب/ أعزباء	الحالة الاجتماعية
		21.19	متزوج	
740.9	0.222H=	19.48	أقل من 5 سنوات	عدد سنوات الإصابة بالمرض
		20.67	من 5 إلى 10 سنوات	
		17.00	من 10 إلى 15 سنة	
		20.40	من 15 سنة فأكثر	
120.5	3.282H=	10.17	أقل من 3000 ريال	متوسط الدخل الشهري
		18.89	من 3000-6000 ريال	
		20.79	من 6001-10000 ريال	
		22.67	من 10001-15000 ريال	
		17.40	من 15001 ريال فأكثر	

U اختبار مان ويتني، H اختبار كروسكال واليس.

❖ دال إحصائياً عند مستوى دلالة أقل من 0.05.

توضح نتائج الجدول رقم 8 عدم وجود فروقات دالة إحصائياً في استجابات العينة حول أثر أعراض مرض السل على جودة الحياة تعزى للخصائص الديموغرافية للعينة، إلا في متغير البيئة الاجتماعية، والذي شهد اختلافاً طفيفاً، ولكنه دال إحصائياً عند مستوى دلالة 0.048، إذ كانت الأعراض أكبر في الريف عنها في الحضر. وفيما يلي شرح لكل متغير على حده:

○ أولاً متغير الجنس؛ بلغت قيمة متوسط الرتب لدى الإناث 14.10، مقابل 21.43 للذكور، وعلى الرغم من أنه يبدو أن هناك اتجاه نحو وجود أعراض أعلى بين الذكور، إلا أن هذا الفرق بين الجنسين لم يكن ذو دلالة إحصائية (مستوى الدلالة = 0.071). وإذا انتقلنا إلى الجنسية؛ فقد بلغ متوسط الرتب لدى المرضى السعوديون

- 19.81، في حين حصل المقيمون المغتربون على متوسط رتب أقل بلغ 14.00. ولم يكن الفرق بين السعوديين والوافدين ذا دلالة إحصائية (مستوى الدلالة = 0.467).
- على الجانب الآخر؛ فقد أفادت النتائج أن المرضى من المناطق الحضرية لديهم متوسط رتب (17.39) مقابل 25.40 لمرضى الريف. وكان الفرق بين المرضى في المناطق الحضرية والريفية ذو دلالة إحصائية (مستوى الدلالة = 0.048)، مما يشير إلى أن المرضى في المناطق الريفية أكثر عرضة لأعراض مرض السل عنهم في المناطق الحضرية.
 - وعلى مستوى المرحلة العمرية؛ فقد بلغ متوسط الرتب للمرضى الذين تقل أعمارهم عن 30 عاماً 14.13، في حين أن أولئك الذين تتراوح أعمارهم بين 30-40 عاماً سجلوا درجة أعلى بلغت 22.57. وعلى الرغم من ذلك؛ فلم يكن هناك فرق ذو دلالة إحصائية بين الفئات العمرية (مستوى الدلالة = 0.178). وكذلك الحال على المستوى التعليمي؛ فعلى الرغم من ارتفاع الأعراض قليلاً لدى المرضى ذوو مستويات التعليم العالي؛ إذ بلغ متوسط الرتب لدى حملة البكالوريوس 22.15، ولدى حملة الدكتوراه 19.50، إلا أن هذه الفروق لم تكن ذي دلالة إحصائية بين (مستوى الدلالة = 0.323).
 - وإذا انتقلنا إلى الحالة الاجتماعية؛ فقد حصل المرضى المتزوجون على متوسط رتب أعلى بلغ 21.19 مقارنة بالأفراد غير المتزوجين (15.83)، إلا أن هذا الفرق لم يكن ذي دلالة إحصائية (مستوى الدلالة = 0.163). أما على مستوى عدد سنوات المرض؛ فلم يظهر المرضى الذين يعانون من فترات مختلفة من المرض اختلافات كبيرة في الإبلاغ عن الأعراض، ولم يكن هناك فروق ذات دلالة إحصائية على أساس مدة المرض (مستوى الدلالة = 0.974). وأخيراً؛ فطبقاً لمتوسط الدخل الشهري؛ فقد كان متوسط الرتب لدى المرضى الذين يتراوح دخلهم الشهري بين 3000-6000 ريال سعودي هو الأعلى (18.89)، إلا أنه لم يكن هناك فروق ذات دلالة إحصائية في الأعراض على أساس الدخل الشهري (مستوى الدلالة = 0.512).

ملخص نتائج الدراسة:

بناءً على ما توصلت إليه الدراسة؛ يُمكن تلخيص النتائج على النحو التالي:

1. مرض السل له تأثيرات سلبية وواضحة على حياة المصابين بالمرض في جوانب حياتهم المختلفة.
2. معظم المشاركين أظهروا أعراضاً مرتبطة بالسل، واعترفت نسبة كبيرة منهم أنهم يعانون من هذه الأعراض.
3. يُعد انخفاض الشهية، والتعب، والسعال مع البلغم الملطخ بالدم، والتنفس السريع، والتعرق الليلي، وألم الصدر أكثر الأعراض شيوعاً في مرض السل.
4. يوجد تنوع شيء ما في درجات تأثير المرض على المشاركين، لكن في العموم يبدو أن المرض يشكل تحديات كبيرة في مجمل جودة حياة المصابين بالسل.
5. تمثل الأعراض المرتبطة بمرض السل تحديات كبيرة تواجه الأفراد المصابين، إذ يؤثر هذا المرض سلباً على جودة حياتهم الصحية، والاقتصادية، والاجتماعية، والنفسية.
6. أثر المرض سلباً على الاستقرار المالي لدى المصابين، وأجبرهم كذلك على البحث عن عمل لإعالتهم، مما يشير إلى الضغط الاقتصادي على موارد الأسرة.
7. أدى مرض السل إلى العديد من التحديات الاجتماعية مثل العزلة الاجتماعية، وتساعد القضايا الأسرية والاجتماعية.
8. يسبب مرض السل العديد من المشاكل النفسية مثل الشعور بالوحدة والاكتئاب، مما يشير إلى تأثيره العميق على الصحة العقلية.
9. لا يتأثر مرض السل بتغير الحالة الديموغرافية للمشاركين باستثناء المقيمين في الريف الذين يعانون من أثار المرض بشكل أكبر نسبياً من أقرانهم في الحضر.

توصيات الدراسة:

بناءً على نتائج الدراسة؛ يُمكن تقديم هذه التوصيات:

1. ضمان التشخيص المبكر والتدخل الطبي في الوقت المناسب لمرضى السل لإدارة وتخفيف الأعراض الجسدية بشكل فعال.
2. تعزيز البنية التحتية للرعاية الصحية لتعزيز إمكانية الوصول إلى الخدمات الطبية والأدوية والفحوصات المنتظمة لمرضى السل والقدرة على تحمل تكاليفها.

3. إجراء حملات توعية منتظمة لتثقيف المجتمعات حول أعراض السل والوقاية منه وأهمية التشخيص المبكر.
4. تطوير برامج التدريب المهني التي تتناسب مع قدرات مرضى السل، وتمكينهم من اكتساب المهارات المناسبة لخيارات العمل البديلة.
5. تنفيذ مبادرات الرعاية الاجتماعية، بما في ذلك المساعدات المالية والمساعدة في التوظيف، لتخفيف الضغط الاقتصادي الناجم عن البطالة بسبب السل.
6. التعاون مع الشركات والصناعات لتعزيز ممارسات التوظيف الشاملة، وتعزيز بيئة يتم فيها الترحيب بالناجين من مرض السل ودعمهم في مكان العمل.
7. تنظيم فعاليات مجتمعية وورش عمل لرفع مستوى الوعي حول مرض السل، وتبديد الإخافات، ومكافحة الوصمة الاجتماعية المرتبطة بالمرض.
8. تشجيع المنظمات الاجتماعية والثقافية على إشراك مرضى السل بشكل فعال، وتعزيز الشعور بالانتماء والقبول داخل المجتمع.
9. تسهيل مجموعات الدعم والخدمات الاستشارية، سواء عبر الإنترنت أو خارجها، حيث يمكن لمرضى السل تبادل الخبرات وطلب المشورة وبناء المرونة العاطفية.
10. إنشاء خدمات دعم الصحة العقلية المصممة خصيصاً لمرضى السل، وتقديم المشورة والعلاج واستراتيجيات التكيف لمواجهة التحديات النفسية التي يواجهونها.
11. رفع مستوى الوعي حول جوانب الصحة العقلية لمرضى السل، وتشجيع المناقشات المفتوحة للحد من الوصمة المحيطة بطلب دعم الصحة العقلية.
12. تخصيص التمويل للمبادرات البحثية التي تركز على فهم تأثير السل على المدى الطويل على حياة الأفراد، وتوجيه تطوير التدخلات المستهدفة.
13. الدعوة إلى تغييرات في السياسات التي تحمي حقوق مرضى السل، وتضمن تكافؤ الفرص، والحصول على الرعاية الصحية، والحماية من التمييز في مختلف جوانب الحياة.

المراجع البحثية

أولاً: المراجع العربية:

1. أبو شبيه، مشعل خالد محمد (2022م). الصمود الأكاديمي والتوافق النفسي وجودة الحياة كمنبئات بالأداء الأكاديمي في الرياضيات في أثناء جائحة كورونا (كوفيد-19) لدى طالبات كلية التربية الأساسية. المجلة العربية للتربية النوعية، العدد 22، الصفحات 111-148.
2. أحمد، عفاف قاسم محمد نور (2015م). استخدام التحليل العامل لدراسة العوامل المؤثرة علي إنتشار مرض الدرن في السودان ٢٠١٢ م: دراسة تحليلة. (أطروحة دكتوراه)، جامعة أم درمان الاسلامية، السودان.
3. أحمد، ضحى خالد محمد (2020م). جودة الحياة وعلاقتها بمفهوم الذات والأمن النفسي لدى ذوي الإعاقة الحركية في الأردن. (أطروحة دكتوراه)، جامعة العلوم الإسلامية العالمية، الأردن.
4. آل عقران، أريج أحمد سعيد (2020م). ممارسة الأنشطة الرياضية وعلاقتها بجودة الحياة لدى طالبات الجامعة. المجلة الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 12، الصفحات 137-163.
5. البغدادى، منار صالح عبدالسلام؛ ومينة، خديجة صالح. (2018م). مرض السل الرئوي في مدينة سبها 2010م-2016م: دراسة في الجغرافية الطبية. مجلة جامعة سبها للعلوم الإنسانية، المجلد 17، العدد 1، الصفحات 67-74.
6. بوناب، نبيلة؛ وجابر، نصر الدين (2022م). مستوى جودة الحياة لدى الأطباء والممرضين في ظل جائحة كوفيد-19: دراسة وصفية بمستشفى الحكيم سعدان ومستشفى بشير بن ناصر بسكرة. مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المجلد 11، العدد 1، الصفحات 481-509.
7. التخاينة، هالة جبريل ابنيه (2022م). مستوى الرضا الوظيفي وعلاقته بجودة الحياة لدى مديري المدارس في مديرية تربية الكرك من وجهة نظرهم. مجلة العلوم التربوية والنفسية، المجلد 6، العدد 33، 1-21.
8. الثعلبي، ساهرة حسين زين (2014م). دراسة تأثير عملي العمر والجنس في الاصابة بمرض التدرن في محافظة البصرة. مجلة دراسات البصرة جامعة البصرة، العدد 17، الصفحات 202-230.

9. داوود، لبنه. (2017م). تقييم معدل انتشار الإكتئاب وعلاقته بجودة الحياة لدى مرضى السكري في مدينة اللاذقية. (رسالة ماجستير)، جامعة تشرين، سوريا.
10. الصمادي، شيماء باسم (2021م). القدرة التنبؤية للأفكار الإنتحارية وقلق المستقبل في جودة الحياة لدى مرضى التصلب اللويحي في الأردن. (رسالة ماجستير)، جامعة عمان العربية، الأردن.
11. العثمان، محمود عبد الله؛ ودندي، إيمان (2021م). جودة الحياة وعلاقتها بمستوى ممارسة النشاط البدني والرياضي لدى عينة من طلبة جامعة دمشق. مجلة جامعة دمشق للعلوم التربوية والنفسية، المجلد 37، العدد 2، الصفحات 318-348.
12. العمراني، عبدالغني محمد. (2012م). دليل الباحث إلى إعداد البحث العلمي. ط2. صنعاء: دار الكتاب الجامعي، اليمن.
13. القنامي، فوزان عبدالله (2017م). المشكلات الاجتماعية والأسرية لدى مريض الدرن من منظور الممارسة العامة في الخدمة الاجتماعية. مجلة البحث العلمي في التربية جامعة عين شمس، العدد 18، الصفحات 43-76.
14. القنامي، فوزان عبدالله (2018م). تصور علاجي مقترح قائم على الممارسة العامة في الخدمة الاجتماعية للتخفيف من حدة المشكلات الاجتماعية المترتبة على مرض الدرن. مجلة العلوم التربوية جامعة القاهرة، المجلد 26، العدد 1، الصفحات 368-405.
15. قنديلجي، عامر (2019م). منهجية البحث العلمي. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن.
16. المجدلاي، ماهر يوسف. (2021م). العلاقة بين الألم النفسي والتدين وجودة الحياة لدى عينة من مرضى الفشل الكلوي المزمن. مجلة الإرشاد النفسي بكلية التربية جامعة المنيا، المجلد 7، العدد 11، الصفحات 1-28.
17. نخوف، نورية. (2012م). القلق لدى الراشد المصاب بمرض السل الرئوي: دراسة عيادية لخمسة حالات (26-46 سنة). (رسالة ماجستير)، المركز الجامعي العقيد أكلي محند أولحاج البويرة، الجزائر.
18. وكالة الأنباء السعودية (2022م). انخفاض معدل حالات الدرن بنسبة 21% في المملكة عام 2022. متاح عبر الرابط التالي:

<https://www.spa.gov.sa/viewfullstory.php?lang=ar&newsid=2387215>

ثانياً: المراجع الأجنبية :

1. Aggarwal, A.N. (2019). Quality of Life with Tuberculosis. **Journal of Clinical Tuberculosis and Other Mycobacterial Diseases**, 17:100121.
2. Calzada-Rodríguez, J.I. Denche-Zamorano, Á.M. Pérez-Gómez, J. Mendoza-Muñoz, M. Carlos-Vivas, J. Barrios-Fernandez, S. Adsuar, J.C (2021). Health-Related Quality of Life and Frequency of Physical Activity in Spanish Students Aged 8-14. **Int J Environ Res Public Health**, 18(17).
3. Dalia, A. & Ruzevicius, J (2014). **Quality of Life and its Components' Measurement. 17th Toulon-Verona International Conference Excellence in Services**, Liverpool John Moores University, England.
4. Dujaili. J.A. Sulaiman, S.A. Hassali, M.A. Awaisu, A. Blebil, A.Q. Bredle, J.M (2015). Healthrelated quality of life as a predictor of tuberculosis treatment outcomes in Iraq. **Int J Infect Dis**, 31, 4-8.
5. Juliasih, N.N. Mertaniasih, N.M. Hadi, C. Soedarsono. Sari, R.M. Alfian, I.N. (2020). Factors Affecting Tuberculosis Patients' Quality of Life in Surabaya, Indonesia. **Journal of Multidisciplinary Healthcare**, 13, 1475–1480.
6. Nowak, P.F. Kuśnierz, C. Bajkowsk, D (2021). Quality of Life Determinants in Professional Athletes. **Psychology Research and Behavior Management**, 14 :2221–2229.
7. Owczarek, K (2010). The concept of quality of life. **Acta Neuropsychologica**, 8(3): 207-213.
8. Pokam, B.D.T., Fokam, P., Njamien, T.N., Guemdjom, P.W. and Asuquo, A.E. (2020) Assessment of Health-Related Quality of Life of Tuberculosis Patients in Fako Division, South-West Region of Cameroon. **Journal of Tuberculosis Research**, 8, 93-110.
9. Salehitalia, S. Nooriana, K. Hafizib, M. Dehkordi, A.H. (2019). Quality of life and its effective factors in tuberculosis patients receiving directly observed treatment short-course (DOTS). **J Clin Tuberc Other Mycobact Dis**, 15, 100093.
10. Yasobant, S. Nazli Khatib, M. Syed, Z.Q. Gaidhane, A.M. Shah, H. Narkhede, K. Bhavsar, P. Patel, J. Sinha, A. Puwar, T. et al. (2022). Health-Related Quality of Life (HRQoL) of Patients with Tuberculosis: A Review. **Infect. Dis. Rep**, 14, 509–524.
11. Yusoff, M.M (2020). Improving the quality of life for sustainable development., **IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science**, 561.

دور الإعلام الرقمي في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية

دراسة تطبيقية على بنك عز الإسلامي في سلطنة عمان

الباحث

أحمد بن عامر بن سهيل العمري

ملخص

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الرقمي في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية في سلطنة عمان، وذلك بالتطبيق على بنك عز الإسلامي، حيث اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، كما استخدمت الدراسة الاستبيان كأداة لجمع البيانات وزع على عينة مكونة من (338) من العاملين أو حتى عملاء بنك عز الإسلامي، وتم تحليل البيانات باستخدام (SPSS) للتوصل إلى النتائج. أظهرت نتائج الدراسة وجود درجة تقدير مرتفعة للإعلام الرقمي في البنوك الإسلامية في سلطنة عمان، كما أن الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية كانت على درجة مرتفعة من التقدير، كما تبين من نتائج الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية للإعلام الرقمي على الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية في سلطنة عمان. وبناء على نتائج الدراسة فقد تم الخروج بمجموعة من التوصيات.

الكلمات المفتاحية: الإعلام الرقمي، الصورة الذهنية، البنوك الإسلامية، بنك عز الإسلامي، سلطنة عمان.

Abstract

The study aimed to identify the role of digital media in enhancing the mental image of Islamic banks in the Sultanate of Oman, by applying it to Ezz Islamic Bank. The study adopted the descriptive analytical method, and the study also used the questionnaire as a tool for collecting data. The questionnaire was distributed to a sample of (338) employees or even customers of Ezz Islamic Bank, and the data was analyzed using (SPSS) to reach the results. The results of the study showed a high degree of appreciation for digital media in Islamic banks in the Sultanate of Oman. The mental image of Islamic banks was also highly appreciated. The results of the study also showed that there is a statistically significant impact of digital media on the mental image of Islamic banks in the Sultanate of Oman. Based on the results of the study, a set of recommendations were made.

Keywords: digital media, mental image, Islamic banks, Ezz Islamic Bank, Sultanate of Oman.

مقدمة

أحدثت التطورات التكنولوجية والرقمية الحديثة في منتصف التسعينات من القرن الماضي نقلة نوعية وثورة هائلة في عالم الاتصال، حيث شبكة الإنترنت في كافة أنحاء العالم، وربط أجزاء هذا العالم بفضائها الواسع، وسهلت الطريق لجميع المجتمعات من أجل التقارب والتعارف، وتبادل الآراء والأفكار والرغبات، لذلك أصبحت أفضل وسيلة لتحقيق التواصل بين الأشخاص والمجتمعات، ومن ثم برزت المواقع الإلكترونية، والمدونات الشخصية التي غيرت مضمون وشكل الإعلام الحديث، وخلقت نوعاً من التواصل بين أصحابها ومستخدميها من جهة، وبين المستخدمين أنفسهم من جهة أخرى (آل مرعي، 2023).

وقد نتج عن تلك التطورات التكنولوجية في مجال الإعلام الحديث أسلوب إعلامي جديداً يسمى الإعلام الرقمي، والذي استفاد من ثورة عالم الإنترنت، ليكون وسيلة حديثة لنقل الرسالة الإعلامية إلى الجمهور على نطاق واسع، عبر مختلف وسائطه الاتصالية، لكونه منبراً للعديد من فئات المجتمع، فمن خلاله يتم تحرير مواقفهم والتعبير عن آرائهم باستغلال الصور والأشكال والرسومات وكذا الفيديوهات، مع إمكانية التعليق على مختلف الأخبار والتفاعل مع مضامينه (حسام، 2022).

ووفقاً للكفاوي (2023)، فإن الإعلام الرقمي بشكل عام جاء بديلاً عن الإعلام الورقي، حيث يعتمد على الوسائط المختلفة التي تستخدم الأجهزة التكنولوجية، فيتم عرض المعلومات المختلفة ونشرها عبر هذه الأجهزة الإلكترونية، وهو يعتبر حالياً جزءاً أساسياً من الثقافة اليومية للمجتمعات.

ومن جهة أخرى، تعتبر الصورة الذهنية من الأمور التي حازت على اهتمام عديد المؤسسات منها المؤسسات المصرفية، وذلك نتيجة انتشار حدة التنافس بين تلك المؤسسات أكثر من أي وقت مضى على تحسين صورتها في أذهان كافة الأطراف

والعملاء، لان لكل مؤسسة بنكية صورة ذهنية محددة في أذهان كفة المتعاملين معها وسواء خططت لذلك أم لم تخطط، ولا شك أن الصورة الذهنية الحسنة تسهم في نجاح المؤسسة واستمراريتها، لذلك تحاول المؤسسات المصرفية تدرك أهمية دراسة صورتها الذهنية السائدة وتعزيزها في أذهان الأفراد واتخاذ السياسات ورسم الخطط الكفيلة لتعزيز هذه الصورة باستغلال الوسائل التكنولوجية والرقمية الحديثة الكفيلة بذلك (بونابي وعادل، 2020)، ومن هنا فقد جاءت الدراسة الحالية للكشف عن دور احدى الوسائل التكنولوجية الرقمية الحديثة وهي الإعلام الرقمي في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية، من خلال التطبيق على إحدى البنوك في سلطنة عمان.

مشكلة الدراسة

تعتبر البنوك الإسلامية مؤسسات مصرفية تقوم بكافة الأعمال المالية والتجارية والاستثمارية سعياً لتحقيق الربح الحلال من اجل تنمية اقتصادية واجتماعية فعالة، ونظراً لتعدد المؤسسات المصرفية في سلطنة عمان، فقد وجدت البنوك الإسلامية نفسها داخل بيئة شديدة المنافسة، ولهذا كان لزاما عليها تطبيق استراتيجية اتصالية فعالة عبر وسائل الاتصال الفعال للمؤسسة وذلك بالعمل على صقل صورتها الذهنية لدى جمهورها ومستخدميها، حيث يتم ذلك عبر استغلال تكنولوجيا الإعلام الرقمي لتحسين صورتها الذهنية.

وانطلاقاً من أهمية الإعلام الرقمي الذي بات جزء من حياة جميع شرائح المجتمع، وأهميتها للبنوك الإسلامية في سلطنة عمان، (منها بنك عز الإسلامي) والتي تتطلب الاستعانة بمختلف وسائله ووسائله المتعددة لتعزيز الصورة الذهنية للأفراد، فإن مشكلة الدراسة تتبلور في التساؤل الرئيسي التالي: ما هو دور الإعلام الرقمي في تعزيز

الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية؟

ومن التساؤل الرئيسي، تتفرع أسئلة الدراسة التالية :

- ما مدى استخدام الإعلام الرقمي في البنوك الإسلامية في سلطنة عمان؟
- ما هو مستوى الصورة الذهنية لدى الأفراد للبنوك الإسلامية في سلطنة عمان؟
- هل يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للإعلام الرقمي في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية؟

أهمية الدراسة

للدراسة أهمية علمية وأخرى تطبيقية تتمثل فيما يلي:

الأهمية العلمية: تكمن أهمية الدراسة العلمية في قلة الدراسات التي تربط بين الإعلام الرقمي والصورة الذهنية للبنوك الإسلامية، الأمر الذي يساهم في إثراء البحث العلمي بدراسة أكاديمية وفق شروط البحث العلمي.

الأهمية التطبيقية: تتمثل أهمية الدراسة التطبيقية من أهمية موضوع الإعلام الرقمي، فضلاً عن إلقاء الضوء على الإعلام الرقمي ودوره في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية في سلطنة عمان، ومن المعلوم أهمية الإعلام في تعزيز الصورة الذهنية للأفراد، كما وقد تفيد هذه الدراسة المسؤولين وأصحاب القرار في بنك عز الإسلامي بأن توجههم للاهتمام بالإعلام الرقمي لما لها من أثر في تعزيز الصورة الذهنية وبالتالي استمرارية البنك.

أهداف الدراسة

يكمن هدف الدراسة الرئيسي في التعرف على دور الإعلام الرقمي في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية.

ويتفرع من الهدف الرئيسي الأهداف الفرعية التالية:

- التعرف على مدى استخدام الإعلام الرقمي في البنوك الإسلامية في سلطنة عمان.
- التعرف على مستوى الصورة الذهنية من حيث (البعد المعرفي، البعد الوجداني، البعد السلوكي) لدى الأفراد للبنوك الإسلامية في سلطنة عمان.
- التعرف على مدى وجود أثر ذو دلالة إحصائية للإعلام الرقمي في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية.

منهجية الدراسة

من أجل دراسة المشكلة وتحديد أبعادها ومحاول الإجابة على تساؤلاتها، سيتم الاعتماد على المنهج الوصفي؛ وذلك من أجل إبراز الإطار النظري المتعلق بالإعلام الرقمي وتعزيز الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية، أما الجانب التطبيقي، فسيتم استخدام المنهج التحليلي لدراسة تطبيقية على بنك عز الإسلامي في سلطنة عمان.

فرضيات الدراسة :

فرضية الدراسة الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للإعلام الرقمي في تعزيز الصورة الذهنية (البعد المعرفي، البعد الوجداني، البعد السلوكي) للبنوك الإسلامية في سلطنة عمان.

وينبثق عن الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية :

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للإعلام الرقمي في تعزيز البعد المعرفي لدى الأفراد في البنوك الإسلامية.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للإعلام الرقمي في تعزيز البعد الوجداني لدى الأفراد للبنوك الإسلامية.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للإعلام الرقمي في تعزيز البعد السلوكي لدى الأفراد للبنوك الإسلامية.

حدود الدراسة :

الحدود المكانية : سيتم تطبيق الدراسة على بنك عز الإسلامي، سلطنة عمان.
 الحدود الزمانية : سيتم تطبيق الدراسة خلال الفترة الزمنية 2023 الموافق 1445هـ.
 الحدود البشرية : سيتم تطبيق الدراسة على عملاء بنك عز الإسلامي في سلطنة عمان.
 الحدود الموضوعية : تمثل موضوع الدراسة في " دور الإعلام الرقمي في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية".

مجتمع وعينة الدراسة :

سيتم تحديد بنك عز الإسلامي بسلطنة عمان لتطبيق الدراسة حيث يشمل مجتمع الدراسة على كافة العملاء في بنك عز الإسلامي.
 ولغايات الدراسة سيتم اللجوء إلى أسلوب العينة العشوائية، بحيث ستشمل عينة الدراسة مختلف العملاء في بنك عز الإسلامي بسلطنة عمان.

مصادر جمع البيانات :

سيتم اعتماد مصدرين لجمع البيانات المرتبطة بهذه الدراسة هما :
 المصادر الثانوية : التي ستتجه مبدأ المسح المكتبي من مراجع وكتب وبحوث.
 المصادر الأولية : والتي ستعتمد على البيانات التي سيتم جمعها من أفراد عينة الدراسة بالاعتماد على أداة الدراسة.

صدق وثبات أداة الدراسة :

سيتم الاعتماد على نوعين من اختبار صدق الأداة على النحو التالي :
 أولاً: الصدق الظاهري: سيتم التأكد من الصدق الظاهري لأداة الدراسة من خلال عرض استبانة الدراسة على عدد من المحكمين من أصحاب الاختصاص في الجامعات، وذلك لإبداء الرأي بخصوص صلاحيتها لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة، ووضوحها

وترابطها وتماسكها، وقياس الفقرات لمجاور وأبعاد الدراسة، واعتماد الملاحظات المقدمة بخصوص أداة الدراسة.

ثانياً، الاتساق الداخلي: ولغاية التأكد من أن مكونات أداة الدراسة جميعها صالحة ومناسبة لقياس ما يراد قياسه بها سيتم استخدام اختبار (كروباخ ألفا) لقياس مدى ثبات أداة القياس واتساقها الداخلي.

الأساليب الإحصائية:

سيتم اعتماد الرزمة الإحصائية (SPSS 22.5) لتحليل بيانات الدراسة، مستمدين الأساليب الإحصائية التالية:

1. مقاييس الإحصاء الوصفي (Descriptive statistic Measures) لوصف خصائص عينة الدراسة بالنسب المئوية، والإجابة على أسئلة الدراسة ودرجة أهمية أبعادها.
2. اختبار الانحدار المتعدد (Multi-Regression) لاختبار فرضيات الدراسة.

مفهوم الإعلام الرقمي وأهميته:

في النصف الثاني من القرن العشرين كان هناك قطاعان منفصلان لكل منهما مفاهيمه وثقافته واقتصادياته الخاصة به، وهذان القطاعان هما قطاع تكنولوجيا الاتصالات والهواتف وقطاع تكنولوجيا الإعلام، إلا أنه ومع بداية القرن الحادي والعشرين تم دمجهم ليشكّلوا قطاعاً واحداً يُعرف بقطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال أو قطاع الإعلام الرقمي (مزوزي وبن بيه، 2019).

وأصبحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال أو الإعلام الرقمي تشمل كل مجالات الحياة، وتمثل في الوسائل التي تسهم في الحصول على المعلومات الرقمية والمكتوبة واللاسلكية والصوتية، وتعمل على معالجتها وتخزينها ونشرها، وتشمل تلك الوسائل الأجهزة الإلكترونية والاتصالات السلكية واللاسلكية (حمزة، 2019).

ويشير مفهوم الإعلام الرقمي إلى القدرة على التعامل مع البيئة وادراك أهميتها وفائدتها باستخدام أشكال التكنولوجيا المختلفة من أجل جمع وتخزين وتصنيع والتعامل مع المعلومات بواسطة مجموعة من المكونات المترابطة التي تجمع البيانات والمعلومات وتعالجها وتخزنها وتنشرها، وكذلك تعمل على توفير وسيلة للتغذية العكسية لتحقيق هدف معين (علي، 2017).

وتعرف مغزيلي (2019) الإعلام الرقمي بأنه مجموعة من الوسائل المختلفة سواء كانت وسائل مادية وغير مادية التي تُستخدم من أجل جمع المعلومات والعمل على تخزينها واسترجاعها وتبادلها عند الحاجة إليها.

كما يمكن تعريف الإعلام الرقمي بأنه مجموعة من الأنشطة التكنولوجية، الاقتصادية، الأكاديمية، والتنظيمية التي تتعلق بتقديم وتمكين الأفراد والمنظمات لمعالجة المعلومات ونقلها في أي وقت ومكان بكفاءة وفعالية أعلى باستخدام التكنولوجيا الرقمية (بوخاري وسعيداني، 2020).

والإعلام الرقمي أيضاً عبارة عن مجموعة كاملة من التقنيات الحديثة التي تم تصميمها من أجل الوصول للمعلومات بجميع أشكالها نصوص، صور، صوت، فيديو ومعالجتها وتخزينها ونقلها وإعادة استخدامها (مبارك ومحمدي، 2022).

من جهة أخرى، أصبح للإعلام الرقمي أهمية كبيرة، وذلك كونه أصبح جزءاً لا يتجزأ من حياة الناس في العصر الحالي، حيث يمكن أن تتمثل الأهمية العامة للإعلام الرقمي في القدرة والسرعة على نقل المعلومات وتعزيز التواصل وتغطية الأحداث والقضايا بشكل فعال وسريع (Al-Rahmi et al., 2020).

كما تتمثل أهمية تكنولوجيا الإعلام الرقمي في أنها فتحت الباب أمام استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة فيما يتعلق بالمعلومات وتبادلها واستخدامها في المؤسسات من كافة المجالات والقطاعات بما يسهم في رفع أدائها وتحسين خدماتها، وكذلك على المستوى

الفردى بحيث يستطيع الأفراد استخدام التقنيات الحديثة في تبادل المعلومات فيما بينهم بسهولة وسرعة (صفا، 2021).

ويرى قرفة (2021) أن أهمية تكنولوجيا الإعلام الرقمي تتمثل في تنوع وتعدد أشكالها ومضامينها وتطبيقاتها وسرعة تطورها، إضافة إلى كثرة مجالات استعمالاتها وسهولة استخداماتها.

كما تبرز أهمية الإعلام الرقمي من خلال أن الخاصية الأساسية في التكنولوجيات الحديثة تتمثل في ارتباط تكنولوجيات الإعلام الآلي مع تكنولوجيات الاتصالات السلكية واللاسلكية، والارتباط السمعي البصري، وذلك من خلال الجمع بين النص والصوت والصورة (بن بريكة وبين التركي، 2010).

إضافة إلى أن تكنولوجيا الإعلام الرقمي تعمل على تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة بشكل غير مسبوق، وكذلك القدرة في زيادة سرعة إعداد الرسائل الإعلامية وفي القدرات العالية من حيث تحويلها إلى أشكال مختلفة من مطبوعة إلى مرئية ومن مرئية إلى مطبوعة وفي القدرة على نشرها وتوزيعها وتخطي حاجزي الزمان والمكان، كما أتاحت الوسائل التكنولوجية الحديثة كالحاسب الآلي قائمة ضخمة من الخدمات والمعلومات سواء للاستخدام الشخصي أو إمكانية الاستفادة من المعلومات التي تقدمها شبكات المعلومات (دفون، 2014).

خصائص الإعلام الرقمي

يمتاز الإعلام الرقمي بمجموعة من الخصائص التي تسمح له بالانتشار في كافة المجالات والتأثير عليها، ويوضح صخري (2022) هذه الخصائص على النحو التالي:

التفاعلية: تتمثل في تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل من خلال أدوار مشتركة بينهم في العملية الاتصالية، حيث يطلق على القائمين بعملية الاتصال "المشاركين" بدلاً من مصادر، بالتالي يأتي استعمال مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثنائية، التبادل، التحكم.

تحديد المستفيد: تشير هذه الخاصية إلى أن المعلومات المتبادلة ستكون مستهدفة بشكل خاص لغرض معين، أي أن هناك درجة من التحكم في تحديد الأفراد أو الجهات التي ستستفيد من هذه المعلومات دون الآخرين، ويتم تقديم هذه الميزة بواسطة أنظمة البريد الإلكتروني التي تسمح للمشاركين بضبط كمية ونوعية المعلومات التي يرغبون في استقبالها، حيث يكون هناك شخص مسؤول يُعرف بالمنسق يقوم بتنظيم هذه العملية من خلال فهم احتياجات المستفيدين والمعلومات التي يحتاجون إليها، ثم يوفر هذه المعلومات لهم من خلال صناديق بريد إلكتروني خاصة بكل مشترك، ويتم تقديم هذه الخدمة عادةً مقابل دفع اشتراك شهري أو سنوي.

الالتزامية: هي سمة مهمة تسمح بتبادل المعلومات بين الأطراف في عملية الاتصال بشكل غير متزامن دون الحاجة إلى تواجدهم في نفس الزمن، ما يعني إمكانية حفظ المعلومات المرسله واستخدامها في وقت لاحق عند الحاجة.

قابلية التحرك والحركة: تعني القدرة على نقل واستقبال المعلومات من أي مكان إلى آخر أثناء تنقل المرسل والمتلقي للمعلومات والتي يمكن استخدامها أثناء التنقل في السيارة، ويمكن تحقيق ذلك باستخدام مجموعة متنوعة من الأجهزة، مثل الهواتف المحمولة، وأجهزة الاتصال المدمجة في السيارات، والتلفزيونات المدمجة في الساعات، وأجهزة الفاكس، وذلك شريطة القدرة على الاتصال بالشبكة وطباعة المعلومات.

قابلية التحويل: تشير إلى القدرة على نقل المعلومات بين وسائط مختلفة باستخدام تقنيات متنوعة، حيث يمكن تحويل وسائط مثل المستندات الورقية إلى صيغ رقمية مصغرة، والعكس صحيح، ما يساهم في تسهيل عمليات تخزين ومشاركة المعلومات، حيث يمكن تحويل المعلومات المسجلة على وسائط مثل الأفلام الفلمية إلى تنسيقات رقمية، وبالعكس، وذلك لتحسين إمكانية الوصول إليها ومشاركتها، كما تتيح هذه الخاصية تحويل اللغات من إحدى لغات إلى أخرى باستخدام أنظمة الترجمة الآلية.

وتضيف بلغول (2020) أن من خصائص الإعلام الرقمي أيضاً اللاجماهيرية، وتمثل في إمكانية إرسال الرسالة أو المعلومات الاتصالية إلى فرد واحد أو مجموعة معينة من الأفراد، سواء كانت مجموعة صغيرة من بضعة أفراد أو جماعات ضخمة كمجتمع أو مدينة.

مفهوم الصورة الذهنية

تتعدد التعاريف للصورة الذهنية، وذلك لارتباطها بعلوم مختلفة كالتسويق والإعلام وعلم النفس وخدمة العملاء وغيرها من العلوم التي لها دور في التأثير على العميل والمستهلك وتعزيز مكانة وسمعة المنظمة.

يشير مفهوم الصورة الذهنية إلى التمثيلات والتجربة المصاحبة للمعلومات الحسية بدون منبه خارجي مباشر نتيجة مجموعة من الأفكار والمشاعر والمعتقدات التي يكونها الشخص أو المستهلك تجاه شيء معين (علي، 2021).

كما تعرف الصورة الذهنية بأنها التأثير الذهني الناتج عن تجميع مجموعة من الانطباعات والمعتقدات حول موضوع معين من خلال سلسلة من التصورات العقلية التي تكون فردية، متحيزة، ثابتة، انتقائية، ومبسطة (سعد وأبو زيد، 2022).

ويعرف كل من بليل وبو بكرية (2021) الصورة الذهنية بأنها الانطباعات الشخصية للعملاء تجاه المنظمة ناتجة عن مشاعر وتصورات ليست ملموسة، وتختلف من فرد لآخر، والتي تتشكل عبر تأثير منتجات المنظمة وخدماتها وتعاملاتها مع العملاء، وكذلك علاقاتها مع المجتمع وجهودها الاجتماعية وسلوكياتها الإدارية.

ويتمثل مفهوم الصورة الذهنية في أنها تجربة مرتبطة بالإدراك البصري أو الصوتي لبعض الأشياء أو الأحداث أو المشاهد التي يتعرض لها الشخص وتحدث عندما يكون الكائن أو الحدث أو المشهد ذي الصلة موجوداً فعلياً للحواس (Al-Samydai et al., 2019).

كما أن الصورة الذهنية تتمثل في الانطباع الأول الذي يترسخ في ذهن الفرد عندما يفكر في مؤسسة ما أو منتجاتها أو خدماتها، والذي يعتمد على المعرفة السابقة للفرد ويعكس وجهة نظره الشخصية المتعلقة بالمفاهيم والمعلومات الحسية المتعلقة بتلك المنظمة، وذلك كوسيلة للتعبير عن أفكار ومفاهيم مختلفة تدور في ذهن الشخص، وذلك بدلاً من الاعتماد على اللفظيات البسيطة (أبو عاقلة، 2020).

ويرى (Maher and El Fakhrany (2022 أن الصورة الذهنية عبارة عن مجموعة من المعتقدات والأفكار والانطباعات التي يشكلها العملاء حول المنظمة والتي تنشأ عادة من تجاربهم بعد زيارة المنظمة بشكل فعلي أو حتى قبل الزيارة من خلال الجهود الترويجية والتسويق التي تقوم بها المنظمة.

كما يمكن النظر إلى الصورة الذهنية بأنها كل ما يتكوّن لدى الفرد من مشاعر واتجاهات وتصورات ومواقف وسلوكيات تجاه منظمة ما أو علامة تجارية معينة، والتي تنتج عن معتقدات وأفكار وإدراك الفرد (غرياني وعمر، 2021).

من جهة أخرى، يشير مفهوم الصورة الذهنية من وجهة نظر المنظمة إلى الانطباع الذي يتبناه المستهلك عنها بما يتعلق بسلوكها وسمعتها، بالاعتماد على خبراتها في تقديم مسؤولياتها تجاه المجتمع والأنشطة المختلفة والمتصلة بالالتزامات المجتمعية (بورقة وشيني، 2017).

بناءً على ذلك، تختلف مجموعة الاعتقادات والتصورات والإدراكات التي يتبناها الأفراد حول منظمة معينة من شخص لآخر أو من جماعة لأخرى، بالتالي فإن سلوكيات ومواقف هؤلاء الأفراد تتباين بشكل كبير تجاه هذه المنظمة بناءً على اعتقاداتهم وتصوراتهم حولها (مرهج والهايس، 2018).

أهمية الصورة الذهنية

تتمثل أهمية الصورة الذهنية في أنها تساعد المنظمة على تحديد طبيعة العلاقة بينها وبين عملائها سواء كانت رمزية وتفسيرية قصيرة الأجل، أو علاقات سلوكية طويلة

الأجل، ولا يقتصر عملاء المنظمة على المستهلكين فقط، بل أيضاً الموردين والشركاء والمستثمرين وكافة الأطراف التي تتعامل مع المنظمة (صالح، 2019).

كما تتمثل أهمية الصورة الذهنية في أنها من المقاييس الهامة التي تستخدمها المنظمة في اتخاذ الإجراءات والقرارات المناسبة لضمان جذب العملاء والحفاظ عليهم، وأيضاً الحفاظ على مكانها في سوق المنافسة من خلال تحديد ومعرفة مدى نجاحها في أداء أدوارها تجاه عملائها وزبائنها (الوكيل، 2021).

وتعكس الصورة الذهنية قدرة المنظمة على استقطاب وجذب عملاء جدد ومدى قدرتها على الحفاظ عليهم وعلى العملاء القدامى، وذلك لأن تأثير الصورة الذهنية في مخيلة الجمهور مرتبط بدرجة سهولة أو صعوبة استقطابهم (الحماد، 2014).

إضافة إلى أن أهمية الصورة الذهنية تكمن في قدرة المنظمة على توجيه إدراك المستهلك وسلوكه نحو الاستفادة من منتجات وخدمات منظمة ما أو تجنبها، حيث تسعى المنظمات للمحافظة على صورتها إيجابية وتطويرها باستمرار، ما يساعدها في ممارستها لوظائفها القيادية (Pearson et al., 2015).

كما تساعد الصورة الذهنية المنظمة على ما يلي بحسب عمي (2020):

- ه- تكوين الآراء واتخاذ القرارات وتشكيل سلوك الأفراد.
- و- رسم الخطط واتخاذ القرارات التي تكوّن صورة إيجابية عن المنظمة بما يتفق مع احتياجات العملاء.
- ز- إثراء أو إتاحة الرؤية المتكاملة للدراسات الإعلامية والإدارية والاجتماعية، والنفسية نظراً لكونها تقوم بدور مؤثر في السلوكيات، والقرارات الحياتية في تسيير أمور الحياة.
- ح- المساهمة في تكوين وتشكيل الرأي العام تجاه المنظمة والأفراد في المجتمع.

من جهة أخرى، تتمثل أهمية بناء الصورة الذهنية الإيجابية فيما توفره من المنافع والفوائد التي تنعكس على كافة الأطراف، ويوضح المحمود وآخرون (2019) هذه الفوائد لكل طرف على النحو التالي:

العملاء: يعتبر تكوين صورة ذهنية إيجابية للمنظمة أحد أهم العوامل التي تجذب العملاء إليها، حيث يتوجه العملاء نحو التعامل مع هذه المنظمات بناءً على تجاربهم السابقة مع منتجاتها وخدماتها، حيث يمكن للصورة الذهنية الإيجابية أن تشعرهم بأن المنظمة تحترمهم وتقدم أعلى مستوى من الجودة والأداء بأسعار منافسة. بالإضافة إلى ذلك، يعتقد العملاء أن هذه المنظمة تلتزم بالمسؤوليات الأخلاقية والاجتماعية تجاههم في أنشطتها.

العاملون: يرى العاملون أن الصورة الذهنية الإيجابية التي يحتفظ بها المستهلكون والعملاء عن منظماتهم تعكس بشكل واضح الجهود التي يبذلونها في خدمة تلك المنظمة، ما يثير لديهم مشاعر الفخر والاعتزاز بانتمائهم للمؤسسة، مما يحفزهم على زيادة إنتاجيتهم والاهتمام بمصلحة المؤسسة، ومن ضمنها الحفاظ على صورتها الذهنية الإيجابية.

إدارة المنظمة: تعدّ الصورة الذهنية الإيجابية من أعلى الأصول التي تمتلكها المنظمة، وتأتي أهميتها من خلال الإشارة إلى كفاءة وقدرة إدارتها على تطوير استراتيجيات تنافسية تمكنها من النجاح في بيئة التنافس والتفوق، ما يساهم في تعزيز أداء المنظمة وتحقيق العوائد المرغوبة، مما يساهم في استدامة نجاحها وتطويرها المستدام.

أبعاد الصورة الذهنية

تعكس الصورة الذهنية الكلية قدرة المؤسسة على إدارة علاقاتها العامة بمختلف المستويات الإدارية أو بين المنظمة وعملائها، حيث تتشكل الصورة الذهنية الكلية للمنظمة من الأبعاد ذات العلاقة بالرؤية والقيادة، والجانب العاطفي، وعوامل الجذب، والمسؤولية

الاجتماعية، في حين يُمثل البعد المادي للصورة الذهنية قدرة وظيفية تبرز في أن المتعاملين يفضلون التعامل مع المنظمة الناجحة التي تحفظ حقوقهم وتلبي احتياجاتهم (مديني، 2022).

وهناك ثلاثة أبعاد رئيسية للصورة الذهنية ترتبط بأنواعها وتنعكس على علاقة المنظمة بالمنظمة بعملائها، ويوضح كل من بوالعام ونيشان (2018) هذه الأبعاد على النحو التالي:

البُعد المعرفي: يتمثل في إدراك المستهلك موضوع معين يتعلق بالمنظمة كسياساتها أو تاريخها مثلاً، وترتبط دقة هذه الصورة الذهنية بدرجة دقة المعلومات والمعارف التي حصل عليها المستهلك، حيث تتشكل الصورة الذهنية من خلال المهارات والخبرات التي يمتلكها الفرد مباشرة أو غير مباشرة من محيطه الاجتماعي، إضافة إلى مصادر معلومات وسيطة كوسائل الإعلام.

البُعد الوجداني: تتشكل الصورة الذهنية من خلال انفعالات المستهلك ومشاعره وردود أفعاله تجاه العلامة التجارية للمنظمة أو المنظمة نفسها، وذلك بناءً على مدى توافر المعلومات والمعرفة وارتباطها بالخبرات والاتجاهات السابقة لدى الفرد، حيث يحتمل القبول أو الرفض ويتدرج في الشدة بين الإيجابية والسلبية.

البُعد السلوكي: تعكس طبيعة الصورة الذهنية التي كونها المستهلك في البُعدين السابقين من خلال ما كونه من إدراكات ومعارف توجه سلوكه الشرائي وتأثره فيه، حيث يتمثل في مدى رغبة المستهلك في القيام بعملية الشراء واقتناء منتج يحمل العلامة التجارية للمنظمة.

بناءً على ما سبق، يمكن التأكيد على أن الصورة الذهنية والإدراكات التي يملكها الفرد المستهلك حول المنظمة قد تتغير بشكل كبير نتيجة لتأثير مجموعة متنوعة من العوامل والأسباب، وهذه التغيرات قد تكون إيجابية أو سلبية حسب الطريقة التي تتعامل

بها المنظمة مع عملائها. بالإضافة إلى ذلك، الصورة الذاتية التي يكونها الفرد عن إدارة المنظمة يمكن أن تلعب دوراً حيوياً في تشكيل هذه الصورة والإدراكات.

الدراسات السابقة :

أولاً: الدراسات العربية

دراسة محمد (2023) بعنوان "الدور الوسيط للمزيج التسويقي الإعلامي الرقمي للعلاقة بين التسويق الإعلامي الرقمي وبناء إستراتيجية إدارة السمعة الالكترونية لمؤسسات الإعلام الرقمي"

هدفت الدراسة إلى بحث العلاقة بين التسويق الإعلامي الرقمي والمزيج التسويقي، والتأكد من العلاقة بين التسويق الإعلامي الرقمي وبناء إستراتيجية إدارة السمعة الالكترونية لمؤسسات الإعلام الرقمي، إضافة إلى تأكيد العلاقة بين المزيج التسويقي الإعلامي الرقمي وبناء إستراتيجية إدارة السمعة الالكترونية لمؤسسات الإعلام الرقمي. استخدمت الدراسة على المنهج الوصفي النظري، واعتمدت على الدراسات السابقة والمواد النظرية للتوصل للنتائج. وأظهرت نتائج الدراسة دور مؤثر للتسويق الإعلامي الرقمي في المؤسسات الإعلامية، وأن أهم أبعاد المزيج التسويقي للإعلام الرقمي تمثلت في تعزيز علاقة العملاء بالعلامة التجارية وإشراكهم في تطويرها، كما أشارت النتائج إلى أن أبعاد إدارة السمعة الإلكترونية للإعلام الرقمي تعتمد على النقل المستمر للأخبار الجيدة عن المؤسسة، والنقل الشفهي الإيجابي عن المؤسسة، وكذلك التخطيط الجذاب للمحتوى وتوظيفه ليؤثر بإيجابية على سمعة المؤسسة من وجهة نظر العملاء على الإنترنت. وخرجت الدراسة بمجموعة توصيات منها: ضرورة صقل مهارات العاملين في المؤسسة بما يتوافق مع متطلبات الإعلام الرقمي، وأن تركز المؤسسات على التوجه الكامل نحو تعزيز الاهتمام بإدارة السمعة الإلكترونية للمؤسسة.

دراسة الأحمدى (2023) بعنوان "أثر التغيير المنظمي في أداء البنوك الإسلامية العاملة في الجمهورية اليمنية"

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر التغيير المنظمي من خلال أبعاده المتمثلة في (المهام - التكنولوجيا - الأفراد - الهيكل التنظيمي - الأهداف - السياسات) في أداء البنوك الإسلامية في اليمن. تكونت عينة الدراسة من (340) من العاملين في (5) بنوك إسلامية. تم استخدام المنهج التحليلي الوصفي، واعتمدت الدراسة الاستبانة كأداة لجمع البيانات. وأظهرت نتائج الدراسة أن البنوك الإسلامية تُبدي اهتماماً في التغيير المنظمي، وأن بُعد التكنولوجيا كان أكثر أبعاد التغيير المنظمي الذي تمارسه البنوك الإسلامية، كما أظهرت النتائج أن مستوى تحقيق الأداء المنظمي جاء عالياً نسبياً. واوصت الدراسة بضرورة تطبيق عملية التغيير المنظمي بشكل أفضل بما يتلاءم مع التطورات والمتغيرات البيئية، وبما يلبي احتياجات العملاء ويعزز من قدرة البنوك الإسلامية على المنافسة في ظل الانفتاح والعولمة، والسعي إلى تحديث وتطوير مقاييس الأداء، وكذلك تحديث وتطوير الهياكل التنظيمية بما يتواءم مع التطورات المتسارعة ومراعاة الأهداف لكل من العاملين والبنوك.

دراسة بونابي وعادل (2020) بعنوان "استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية في الجزائر"

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية في الجزائر، وتم تحديد بنك السلام للدراسة، والكشف عن العوامل المتحكمة في بناء صورة المؤسسة وكيف تؤثر التكنولوجيات الجديدة على الصورة الذهنية لبنك السلام، والكشف عن دوافع وحاجات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في البنوك الإسلامية، وإبراز الدور المهم الذي تؤديه تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في عصرنة القطاع المصرفي. وتكونت عينة

الدراسة من كافة الموظفين في بنك السلام فرع - قسنطينة - المزودين بالتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة المدروسة وعددهم (5) موظفين. وتم الاعتماد على الملاحظة والاستبانة لجمع البيانات. وأظهرت النتائج أن إدارة بنك السلام تملك الإرادة الكاملة لتوفير جميع وسائل التكنولوجيا والمتعلقة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، كما أظهرت النتائج حُسن استغلال بنك السلام لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وكيف ساهمت المنصات الرقمية في تحسين صورة بنك السلام، وأشارت النتائج أيضاً إلى أن بنك السلام يؤمن بضرورة تحسين صورته وسمعته من خلال استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، وكذلك ساعدت تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين الصورة الذهنية لبنك السلام كما أدت دورها بفاعلية كبير في الترويج لسمعة البنك. وأوصت الدراسة بضرورة توفير وتطوير أدوات تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة ومهارة ومعرفة والمرونة في التعامل لتفعيل فكرة استخدامها في العمل المصرفي.

دراسة علي (2017) بعنوان "استخدامات تكنولوجيا الإعلام والاتصال ودوره في تفعيل النشاط البنكي"

هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أداء البنوك من خلال قياس تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على مختلف أنشطة البنوك ومعرفة مدى مساهمتها في الرفع وتحسين الأداء، وتم تحديد بنك الخليج لوكالة المسيلة في الجزائر. وتكونت عينة الدراسة من (36) من العاملين في البنك. واعتمدت الدراسة على الاستبانة لجمع البيانات. وأظهرت نتائج الدراسة أن تكنولوجيا الاتصال والإعلام تساهم في تسهيل أداء البنوك وتخفيف من مركزية أعمالها، كما يؤدي استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى زيادة سرعة وكفاءة الاتصال وخفض تكاليفه في البنوك، وكذلك يسهم استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تسهيل عملية اتخاذ القرارات بتوفير المعلومات اللازمة في الوقت المناسب. وأوصت الدراسة بضرورة العمل على الاستفادة أكثر

من مزايا تكنولوجيا الإعلام والاتصال وكذلك توظيف تكنولوجيا الإعلام والاتصال بما يسهم في تخفيف إجراءات عمل المؤسسة وجعلها أكثر وضوح ودقة في تسيير مختلف أنشطتها.

ثانياً: الدراسات الأجنبية

دراسة (Sharma et al. (2022) بعنوان Role of social media on mobile banking adoption among consumers

هدفت الدراسة إلى دراسة مدى فعالية وسائل التواصل الاجتماعي على المراحل المختلفة للمراحل المعرفية للمستهلكين من خلال نموذج التسلسل الهرمي للتأثيرات (HOE) لاعتماد الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بين المستهلكين في الهند. تكونت عينة الدراسة من (482) من المستهلكين الشباب (18-30 سنة). واعتمدت الدراسة على الاستبيان لجمع البيانات. وأظهرت النتائج ميلاً متزايداً لتأثير وسائل التواصل الاجتماعي مع زيادة المستوى المعرفي، وكان من بين المراحل المعرفية الأربع (الانتباه والاهتمام والرغبة والإجراء - نموذج AIDA) لاعتماد الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول، كما تعتبر مراحل العمل والاهتمام هي المراحل الأكثر تأثراً بوسائل التواصل الاجتماعي، تليها الرغبة والانتباه. وأوصت الدراسة بأهمية وجود اتجاه للعمل الإداري نحو نشر وترويج الخدمات المصرفية عبر الهاتف المحمول بين المستهلكين الشباب الذين هم أهم مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي وأكثرهم تكراراً والذين يتجهون أيضاً نحو التقنيات الجديدة.

دراسة (Akhter et al. (2022) بعنوان Determining Factors of Intention to Adopt Internet Banking Services

هدفت الدراسة إلى تحديد العوامل المؤثرة في نية اعتماد الخدمات المصرفية عبر الإنترنت لمستخدمي البنوك التجارية في بنغلادش. تكونت عينة الدراسة من (180) من عملاء البنوك. استخدمت الدراسة الاستبانة لجمع البيانات. وأظهرت نتائج الدراسة أن المخاطر الأمنية المدركة، والفائدة المدركة، وسهولة الاستخدام المدركة، والتأثير

الاجتماعي، وابتكار المستهلك من أبرز العوامل التي لها تأثير إحصائي ومعنوي على نية اعتماد الخدمات المصرفية عبر الإنترنت. وأوصت الدراسة أنه يجب على لجنة إدارة البنك الاستفادة من الفائدة الملموسة، وسهولة الاستخدام الملموسة، والتأثير الاجتماعي، وابتكار المستهلك لتضخيم مستوى الرغبة في تبني واحتضان الخدمات المصرفية العامة من خلال منصات الإنترنت بين مستخدمي البنك في معاملاتهم المصرفية عبر الإنترنت.

دراسة (Al-Abbadi et al. (2022) بعنوان The effect of online consumer reviews on purchasing intention through product mental image

هدفت الدراسة هو دراسة تأثير مراجعات المستهلكين عبر الإنترنت على نية الشراء من خلال الصورة الذهنية للمنتج. تكونت عينة الدراسة من (1102) من مستهلكي مستحضرات التجميل في الأردن. واستخدمت الدراسة الاستبانة الإلكترونية لجمع البيانات. وأظهرت نتائج الدراسة أن الصورة الذهنية للمنتج تتوسط العلاقة بين مراجعة المستهلك عبر الإنترنت ونية الشراء، كما كشفت نتائج الدراسة أن المراجعات عبر الإنترنت كان لها تأثير كبير على نية العملاء الإلكترونيين للشراء من خلال التأثير على صورتهم الذهنية حول المنتج، كما أن آراء المستهلكين الآخرين هي ما يهم، حيث يُعتقد أن هذه الأفكار صحيحة، مما يساهم في خلق رغبة حقيقية في الشراء، وكذلك عندما يشكل العميل انطباعاً إيجابياً عن منتج ما بناءً على لقائه الأولي، فإنه يكون صورة ذهنية إيجابية، مما يزيد من رغبته في شرائه عدة مرات كلما دعت الحاجة. وأوصت الدراسة أن على المديرين وصناع القرار التأكيد على ضرورة التعرف على المنتج، حيث تساعد هذه المعلومات في التعرف على موقع المنتج وضرورة فهم فوائده وسلبياته، وأيضاً تساعد التعليقات الإلكترونية في التعرف على أسعار المنتج وتطوراتهِ ومواصفاته الفنية وخصائصه، وكذلك أهمية التأكيد على دور التأثير الاجتماعي من خلال المراجعات والتعليقات عبر الإنترنت يساعد على تنمية قناعة المستهلك حول المنتج وتكوين انطباع يساعد في تكوين انطباع المستهلك.

دراسة (2019) Dülek and Saydan بعنوان The Impact of Social Media Advertisement Awareness on Brand Awareness, Brand Image, Brand Attitude and Brand Loyalty

هدفت الدراسة إلى تحليل تأثير الوعي بإعلانات وسائل التواصل الاجتماعي على الوعي بالعلامة التجارية، وصورة العلامة التجارية، وموقف العلامة التجارية، والولاء للعلامة التجارية. وتكونت عينة الدراسة من (390) طالباً من المسجلين حديثاً في جامعة Van Yüzüncü Yıl في تركيا. استخدمت الدراسة الاستبانة لجمع البيانات. وخلصت نتائج التحليلات إلى أن الوعي بإعلانات وسائل التواصل الاجتماعي له تأثير على الوعي بالعلامة التجارية، والوعي بالعلامة التجارية له تأثير على صورة العلامة التجارية، وصورة العلامة التجارية لها تأثير على موقف العلامة التجارية، وموقف العلامة التجارية له تأثير على الولاء للعلامة التجارية. أوصت الدراسة بأهمية أن تبذل العلامات التجارية جهود أكثر فعالية في التسويق عبر قنوات التواصل الاجتماعي لضمان وصول أسهل خاصة للمستهلكين الشباب في عالم التكنولوجيا المتقدم.

منهج الدراسة:

المنهج الوصفي: تتبع الدراسة المنهج الوصفي بهدف تحديد ووصف متغيرات الدراسة وبيان اتجاهاتها كما تتبع الدراسة المنهج الوصفي لوصف طبيعة مشكلة الدراسة وتحليلها.

وتم توظيف منهج الدراسة (المنهج الوصفي) لوصف أبعاد متغيرات الدراسة والمتمثلة في دور الإعلام الرقمي في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية في بنك عز الإسلامي في سلطنة عمان.

مجتمع وعينة الدراسة :

يشمل مجتمع الدراسة الحالية جميع عملاء والعاملين في بنك عز الإسلامي، ولغايات الدراسة تم اللجوء الى أسلوب العينة العشوائية وقد تم تحديد حجم العينة على ضوء الجدول التالي :

الجدول رقم(1) حجم المجتمع والعينة

Table for Determining Sample Size from a Given Population					
N	S	N	S	N	S
10	10	220	140	1200	291
15	11	230	144	1300	297
20	12	240	148	1400	302
25	13	250	152	1500	307
30	14	260	156	1600	313
35	15	270	160	1700	318
40	16	280	164	1800	323
45	17	290	168	1900	328
50	18	300	172	2000	333
55	19	310	176	2100	338
60	20	320	180	2200	343
65	21	330	184	2300	348
70	22	340	188	2400	353
75	23	350	192	2500	358
80	24	360	196	2600	363
85	25	370	200	2700	368
90	26	380	204	2800	373
95	27	390	208	2900	378
100	28	400	212	3000	383
110	29	420	220	3500	403
120	30	440	228	4000	423
130	31	460	236	4500	443
140	32	480	244	5000	463
150	33	500	252	5500	483
160	34	520	260	6000	503
170	35	540	268	7000	563
180	36	560	276	8000	623
190	37	580	284	9000	683
200	38	600	292	10000	743
220	40	660	312	15000	863
240	42	720	332	20000	983
260	44	780	352	25000	1103
280	46	840	372	30000	1223
300	48	900	392	40000	1403
350	54	1020	452	50000	1583
400	60	1140	512	75000	1963
450	66	1260	572	100000	2343

N is Population size.

S is Sample size.

Source: Sekaran, U., & Bougie, R. (2014). Research methods for business: a skill-building approach (6th ed.). Haddington

نظرا لعدم محدودية مجتمع الدراسة وبحسب الجدول رقم (1) وعلى مستوى دلالة إحصائية (0.05) فإن حجم عينة الدراسة يبلغ (384) فرد، وقد تم توزيع أداة الدراسة على افراد المجتمع وبلغ عدد الردود (346) وبعد التدقيق تم اهمال 8 استبانات لعدم استكمال الإجابات فيها وبالتالي بلغ عدد الاستبانات الصالحة للتحليل (338).

وقد تناولت الدراسة جملة من المعلومات الديمغرافية لأفراد عينة الدراسة من حيث "الجنس، المؤهل العلمي، نوع الوظيفة، عدد سنوات الخدمة"، واستناداً على ذلك تم وصف عينة الدراسة كالتالي:

أولاً، الجنس، ويشير الجدول (2) إلى خصائص عينة الدراسة وفقاً لمتغير الجنس:

الجدول رقم (2) خصائص عينة الدراسة وفقاً لمتغير الجنس

الخصائص الديموغرافية	المتغير	التكرار	النسبة %
الجنس	ذكر	251	74.3
	أنثى	87	25.7
	المجموع	338	100.0

المصدر: مخرجات التحليل الإحصائي

يشير الجدول رقم (2) إلى أن نسبة الذكور بلغت (74.3%) من أفراد عينة الدراسة، أي أكثر من نصف أفراد العينة، مما يدل على أن غالبية العاملين والعملاء في بنك عز الإسلامي من الذكور، أما الإناث فقد بلغت نسبتهم (25.7%) من أفراد العينة في بنك عز الإسلامي.

ثانياً، المؤهل العلمي، ويشير الجدول (3) إلى خصائص عينة الدراسة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي:

الجدول رقم (3) خصائص عينة الدراسة وفقاً لمتغير المؤهل العلمي

الخصائص الديموغرافية	المتغير	التكرار	النسبة %
المؤهل العلمي	دبلوم فما دون	58	17.2
	بكالوريوس	194	57.4
	ماجستير	46	6.13
	دكتوراه	40	11.8
	المجموع	338	100.0

المصدر: مخرجات التحليل الإحصائي

يشير الجدول رقم (3) إلى أن أكثر من نصف أفراد عينة الدراسة حاصلين على شهادة البكالوريوس بنسبة بلغت (57.4%)، تلاها نسبة حملة الدبلوم فما دون بنسبة بلغت (17.2%) من أفراد العينة، ومن ثم حملة مؤهل الماجستير بنسبة (13.6%) من أفراد العينة، أما أقل نسبة فكانت لأفراد العينة الحاصلين على الدكتوراه بنسبة (11.8%) من أفراد العينة في بنك عز الإسلامي.

ثالثاً، الخبرة (عدد سنوات التعامل مع بنك عز الإسلامي)، ويشير الجدول (4) إلى خصائص عينة الدراسة وفقاً لمتغير الخبرة (عدد سنوات التعامل مع بنك عز الإسلامي):

الجدول رقم (4) خصائص عينة الدراسة وفقاً لمتغير الخبرة (عدد سنوات التعامل مع بنك عز الإسلامي)

الخصائص الديموغرافية	المتغير	التكرار	النسبة %
الخبرة (عدد سنوات التعامل مع بنك عز الإسلامي)	أقل من سنة	38	11.2
	من 1-3 سنوات	100	29.6
	من 4-5 سنوات	66	19.5
	أكثر من 5 سنوات	134	39.6
المجموع		338	100.0

المصدر: مخرجات التحليل الإحصائي

يشير الجدول رقم (4) إلى أن النسبة الأكبر في سنوات الخبرة (عدد سنوات التعامل مع بنك عز الإسلامي) كانت للفئة (أكثر من 5 سنوات) حيث بلغت (39.6%) من أفراد العينة؛ مما يدل على وجود نسبة عالية في سنوات الخبرة (عدد سنوات التعامل مع بنك عز الإسلامي) لدى أفراد العينة، تلاها الفئة (1-3 سنوات) وبنسبة بلغت (29.6%) من أفراد العينة، ومن ثم الفئة (4-5 سنوات) وبنسبة بلغت (19.5%) من أفراد العينة، وأخيراً فئة الخبرة (أقل من سنة) وبنسبة بلغت (11.2%) أفراد العينة في بنك عز الإسلامي.

مصادر جمع البيانات:

تم الاعتماد على مصدرين لجمع البيانات المتعلقة بالدراسة:

المصادر الثانوية: وهي المصادر التي تزود الباحث بالمادة العلمية الجاهزة لبناء خلفية علمية متكاملة حول موضوع الدراسة، وقد تم جمع هذه المعلومات والبيانات الثانوية من خلال مسح الإنتاج العلمي حول الموضوعات المتعلقة بمتغيرات الدراسة عن طريق الكتب والمراجع العلمية والمقالات والدوريات والدراسات والمطبوعات والأبحاث والرسائل العلمية.

المصادر الأولية: قام الباحث باستخدام أداة دراسة (استبانة) لجمع البيانات الأولية من أفراد عينة الدراسة.

أداة الدراسة:

تتمثل أداة الدراسة باستبانة تم بناءها وتصميمها وشملت الأجزاء التالية:

الجزء الاول: ويشمل فقرات تتعلق بالبيانات الديموغرافية للمستجيبين من حيث (الجنس، المؤهل العلمي، الخبرة (عدد سنوات التعامل مع بنك عز الإسلامي)).

الجزء الثاني: يشمل فقرات تهدف الى التعرف على آراء أفراد عينة الدراسة حول دور الإعلام الرقمي.

الجزء الثالث: يشمل فقرات تهدف الى التعرف على آراء أفراد عينة الدراسة حول الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية.

تصحيح المقياس:

اعتمدت استبانة الدراسة مقياس ليكرت الخماسي وقد تم تحديد قيم المقياس على النحو الآتي:

(5) للإجابة أوافق بشدة.

(4) للإجابة أوافق.

(3) للإجابة محايد.

(2) للإجابة لا أوافق.

(1) للإجابة لا أوافق بشدة.

لتفسير المتوسطات الحسابية لتقديرات أفراد عينة الدراسة على كل فقرة من فقرات الاستبانة وعلى كل مجال من مجالاتها، وتم تحديد الأهمية النسبية حسب الصيغة التالية واعتماداً لمقياس ليكرت الخماسي لبدائل الإجابة لكل فقرة:

$$1.333 = \frac{1 - 5}{3} = \frac{\text{الحد الأعلى للبديل} - \text{الحد الأدنى للبديل}}{\text{عدد المستويات}} = \text{الأهمية النسبية}$$

واستناداً على هذه الصيغة تم اعتماد المعيار التالي: المستوى المنخفض = 1- (2.33)، والمستوى المتوسط = (2.34 - 3.66)، والمستوى المرتفع = (3.67 - 5) المعيار والجدول (2) يبين ذلك:

الجدول (5) المعيار الاحصائي لتفسير المتوسطات الحسابية لفقرات الاستبانة ومتغيراتها

المتوسط الحسابي	درجة الموافقة
من 1.00 - أقل من 2.34	بدرجة متدنية
من 2.34 - أقل من 3.67	بدرجة متوسطة
من 3.67 - 5.00	بدرجة عالية

اختبار ثبات أداة الدراسة:

قام الباحث بإجراء اختبار الثبات والذي يمثل مدى جودة فقرات الاستبانة واتساقها الداخلي، وتم استخدام معامل الاتساق الداخلي (كرونباخ ألفا) للتأكد من ثبات الاستبانة ومدى اتساقها الداخلي، وقدرتها على قياس أبعاد ومحاور الدراسة، والجدول (3) يوضح النتائج:

الجدول (6) معاملات كرونباخ ألفا الخاصة بمحاور الدراسة

الرقم	المحور	عدد الفقرات	معامل كرونباخ ألفا
	الإعلام الرقمي	7	0.950
	الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية		
1	البعد المعرفي	4	0.911
2	البعد الوجداني	4	0.942
3	البعد السلوكي	4	0.920
	الأداة ككل	19	0.980

يظهر من الجدول (6) أن جميع معاملات الثبات مرتفعة ومقبولة لأغراض الدراسة، حيث بلغ معامل الثبات (كرونباخ ألفا) أكثر من (0.60). كما بلغ معامل كرونباخ ألفا لأداة الدراسة ككل (98%)؛ مما يؤكد ثبات الاستبانة واتساقها الداخلي.

الأساليب الإحصائية :

بالاعتماد على برنامج (SPSS) تم إجراء الاختبارات التالية :

مقاييس الإحصاء الوصفي؛ وذلك لوصف مجتمع الدراسة وعينتها وتحديد خصائصها، بالاعتماد على النسب المئوية والتكرارات، وترتيب متغيرات الدراسة حسب أهميتها النسبية بالاعتماد على قيم الوسط الحسابي والانحرافات المعيارية. الإحصاء التحليلي؛ لغرض اختبار فرضيات الدراسة تم الاعتماد على اختبار الانحدار المتعدد (Multi Regression).

نتائج الدراسة :

تم تحليل آراء عينة الدراسة لتقييم درجة تقديرهم للعبارات المتعلقة دور الإعلام الرقمي في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية بالتطبيق على بنك عز الإسلامي، حيث تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات كل مجال من مجالات الدراسة، وذلك على النحو الآتي؛
أولاً، الإعلام الرقمي في البنوك الإسلامية :

ويشير الجدول رقم (7) إلى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات

الاستبيان المتعلق بالإعلام الرقمي في البنوك الإسلامية :

الجدول رقم (7) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الاستبيان المتعلقة

بالإعلام الرقمي في البنوك الإسلامية

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التقدير
7	يساعد الإعلام الرقمي في الحفاظ على العملاء في البنك.	3.737	1.086	7	مرتفعة
3	يمتلك البنك منظومة وشبكة اتصالات رقمية خاصة به لتلبية متطلبات العملاء.	3.802	1.086	6	مرتفعة
6	يساعد الإعلام الرقمي في صنع واتخاذ القرارات الجديدة والمناسبة في البنك.	3.808	1.076	5	مرتفعة

مرتفعة	4	1.100	3.864	يساهم الإعلام الرقمي في تحسين الخدمات المقدمة في البنك بصورة مستمرة.	5
مرتفعة	3	1.073	3.956	يسهم الإعلام الرقمي في البنك في زيادة مرونة العمليات البنكية.	2
مرتفعة	2	1.041	4.009	يمتلك البنك أشخاص مؤهلين يتمتعون بالخبرة والمهارة اللازمة لاستخدام الإعلام الرقمي.	4
مرتفعة	1	0.997	4.027	يشمل الإعلام الرقمي في البنك كافة أنشطة البنك.	1
مرتفعة		1.066	3.886	المتوسط الكلي للفقرات	

أشارت نتائج الدراسة إلى وجود درجة تقدير مرتفعة للإعلام الرقمي في البنوك الإسلامية في سلطنة عمان، حيث بلغ المتوسط الحسابي للمحور (3.886) بانحراف معياري (1.066) وعلى درجة مرتفعة من التقدير.

كما وأظهرت نتائج الجدول إلى أن المتوسطات الحسابية لفقرات المحور تراوحت بين (3.737-4.027) وعلى مستوى مرتفع لكافة فقرات المحور، حيث كانت الفقرة (1) الأعلى تقديراً والتي نصت على "يشمل الإعلام الرقمي في البنك كافة أنشطة البنك" بمتوسط حسابي (4.027) وعلى مستوى مرتفع من التقدير. أما الفقرة (7) والتي نصت على "يساعد الإعلام الرقمي في الحفاظ على العملاء في البنك" فكانت أقل الفقرات تقديراً بمتوسط حسابي بلغ (3.737) وعلى درجة مرتفعة من التقدير.

ثانياً، الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية:

يشير الجدول (8) إلى متغيرات الصورة الذهنية حيث تم حساب المتوسطات الحسابية لكل محور من محاور الصورة الذهنية وقد تم ترتيبها تنازلياً حسب درجة التقدير، وكانت النتائج على النحو الآتي:

الجدول (8) متغيرات الصورة الذهنية وقد تم ترتيبها تنازلياً حسب درجة التقدير

الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	المحور
مرتفع	1.061	3.949	البعد السلوكي
مرتفع	1.077	3.914	البعد المعرفي

مرتفع	1.134	3.873	البعد الوجداني
مرتفع	1.091	3.912	الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية

تشير النتائج إلى وجود درجة تقدير مرتفعة للصورة الذهنية للبنوك الإسلامية بمتوسط حسابي بلغ (3.912)، مما يعني أن مستوى الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية كان مرتفعاً وفقاً لآراء أفراد عينة الدراسة في بنك عز الإسلامي في سلطنة عمان. ويتضح من النتائج أن كافة أبعاد الصورة الذهنية (المعرفي، الوجداني، السلوكي) كانت بمستوى مرتفع للبنوك الإسلامية في سلطنة عمان، حيث اتضح أن بُعد السلوكي كان في الرتبة الأولى وبمتوسط حسابي بلغ (3.949) وبانحراف معياري (1.061)، تلاه بُعد المعرفي وبمتوسط حسابي بلغ (3.914) وبانحراف معياري (1.077)، وحل أخيراً بُعد الوجداني بمتوسط حسابي بلغ (3.873) وانحراف معياري (1.134) في البنوك الإسلامية في سلطنة عمان.

اختبار فرضيات الدراسة:

الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للإعلام الرقمي في تعزيز الصورة الذهنية (البعد المعرفي، البعد الوجداني، البعد السلوكي) للبنوك الإسلامية في سلطنة عمان.

ولاختبار فرضية الدراسة الرئيسية تم إجراء اختبار الانحدار البسيط لبيان مدى وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للإعلام الرقمي في تعزيز الصورة الذهنية (البعد المعرفي، البعد الوجداني، البعد السلوكي) للبنوك الإسلامية في سلطنة عمان.

نتائج تحليل اختبار الانحدار المتعدد:

الجدول (9) جدول ملخص النموذج (Model Summary)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.940 ^a	.883	.883	.32293

a. Predictors: (Constant), الإعلام_الرقمي

يشير الجدول (9) إلى أن قيمة معامل الارتباط بين المتغير المستقل والمتغير التابع بلغت قيمته (0.940)، كما هو موضح، وبلغت قيمة معامل التحديد - (R^2) (0.883)، وعليه فإن المتغير المستقل ضغوط العمل استطاع أن يفسر (88.3%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع.

اختبار المعنوية الإجمالية لنموذج الانحدار المتعدد:

يمثل الجدول (10) نتائج تحليل تباين الانحدار لاختبار معنوية نموذج الانحدار:

الجدول (10) نتائج تحليل تباين الانحدار

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	264.905	1	264.905	2540.230	.000 ^b
1	Residual	35.039	336	.104		
	Total	299.944	337			

a. Dependent Variable: الصورة_الذهنية

b. Predictors: (Constant), الإعلام_الرقمي

يوضح جدول (10) تحليل التباين والذي يهدف إلى التعرف على القوة التفسيرية

لنموذج وللمتغير الإعلام الرقمي على الصورة الذهنية عن طريق تحليل إحصائي (F).

ومن خلال ما يبينه جدول (10) فإنه يتضح وجود دلالة معنوية مرتفعة لاختبار

(F) مقدرة بـ (2540.230) وهي أعلى من قيمتها الجدولية (2.31)، وبمستوى دلالة قدرت

بـ (Sig = 0.00) وهي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، ومن هذا المنطلق يتم رفض

الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة، والتي تنص على أن نموذج الانحدار معنوي

(يوجد تأثير للمتغيرات المستقلة على المتغيرات التابعة).

أي أنه: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للإعلام الرقمي

في تعزيز الصورة الذهنية (البعد المعرفي، البعد الوجداني، البعد السلوكي) للبنوك

الإسلامية في سلطنة عمان.

الفرضية الفرعية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة

(0.05) للإعلام الرقمي في تعزيز البعد المعرفي لدى الأفراد في البنوك الإسلامية.

ولاختبار فرضية الدراسة تم إجراء اختبار الانحدار البسيط لبيان مدى وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للإعلام الرقمي في تعزيز البعد المعرفي لدى الأفراد في البنوك الإسلامية في سلطنة عمان. نتائج تحليل اختبار الانحدار المتعدد:

الجدول (11) جدول ملخص النموذج (Model Summary)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.886 ^a	.785	.785	.44409

a. Predictors: (Constant), الإعلام_الرقمي

يشير الجدول (11) إلى أن قيمة معامل الارتباط بين المتغير المستقل والمتغير التابع بلغت قيمته (0.886)، كما هو موضح، وبلغت قيمة معامل التحديد - (R²) (0.785)، وعليه فإن المتغير المستقل ضغوط العمل استطاع أن يفسر (78.5%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع.

اختبار المعنوية الإجمالية لنموذج الانحدار المتعدد:

يمثل الجدول (12) نتائج تحليل تباين الانحدار لاختبار معنوية نموذج الانحدار:

الجدول (12) نتائج تحليل تباين الانحدار

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	242.371	1	242.371	1228.947	.000 ^b
1	Residual	66.266	336	.197		
	Total	308.637	337			

a. Dependent Variable: البعد_المعرفي

b. Predictors: (Constant), الإعلام_الرقمي

يوضح جدول (12) تحليل التباين والذي يهدف إلى التعرف على القوة التفسيرية

لنموذج وللمتغير الإعلام الرقمي على البعد المعرفي عن طريق تحليل إحصائي (F).

ومن خلال ما بيينه جدول (12) فإنه يتضح وجود دلالة معنوية مرتفعة لاختبار (F) مقدرة بـ (1228.947) وهي أعلى من قيمتها الجدولية (2.31)، وبمستوى دلالة قُدرت بـ (Sig = 0.00) وهي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، ومن هذا المنطلق يتم رفض

الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة، والتي تنص على أن نموذج الانحدار معنوي (يوجد تأثير للمتغيرات المستقلة على المتغيرات التابعة).

أي أنه؛ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للإعلام في تعزيز البعد المعرفي لدى الأفراد في البنوك الإسلامية.

الفرضية الفرعية الثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للإعلام الرقمي في تعزيز البعد الوجداني لدى الأفراد في البنوك الإسلامية.

ولاختبار فرضية الدراسة تم إجراء اختبار الانحدار البسيط لبيان مدى وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للإعلام الرقمي في تعزيز البعد الوجداني لدى الأفراد في البنوك الإسلامية في سلطنة عمان.

نتائج تحليل اختبار الانحدار المتعدد:

الجدول (13) جدول ملخص النموذج (Model Summary)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.854 ^a	.730	.729	.54524

a. Predictors: (Constant), الإعلام_الرقمي

يشير الجدول (13) إلى أن قيمة معامل الارتباط بين المتغير المستقل والمتغير التابع بلغت قيمته (0.854)، كما هو موضح، وبلغت قيمة معامل التحديد - (R²) (0.730)، وعليه فإن المتغير المستقل ضغوط العمل استطاع أن يفسر (73%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع.

اختبار المعنوية الإجمالية لنموذج الانحدار المتعدد:

يمثل الجدول (14) نتائج تحليل تباين الانحدار لاختبار معنوية نموذج الانحدار:

الجدول (14) نتائج تحليل تباين الانحدار

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	269.391	1	269.391	906.163	.000 ^b
1	Residual	99.889	336	.297		
	Total	369.280	337			

a. Dependent Variable: البعد_الوجداني

b. Predictors: (Constant), الإعلام_الرقمي

يوضح جدول (14) تحليل التباين والذي يهدف إلى التعرف على القوة التفسيرية للنموذج وللمتغير الإعلام الرقمي على البعد الوجداني عن طريق تحليل إحصائي (F). ومن خلال ما يبيئه جدول (14) فإنه يتضح وجود دلالة معنوية مرتفعة لاختبار (F) مقدرة بـ (906.163) وهي أعلى من قيمتها الجدولية (2.31)، وبمستوى دلالة قُدرت بـ (Sig = 0.00) وهي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، ومن هذا المنطلق يتم رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة، والتي تنص على أن نموذج الانحدار معنوي (يوجد تأثير للمتغيرات المستقلة على المتغيرات التابعة).

أي أنه؛ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للإعلام في تعزيز البعد الوجداني لدى الأفراد في البنوك الإسلامية.

الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للإعلام الرقمي في تعزيز البعد السلوكي لدى الأفراد في البنوك الإسلامية. ولاختبار فرضية الدراسة تم إجراء اختبار الانحدار البسيط لبيان مدى وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للإعلام الرقمي في تعزيز البعد السلوكي لدى الأفراد في البنوك الإسلامية في سلطنة عمان. نتائج تحليل اختبار الانحدار المتعدد:

الجدول (15) جدول ملخص النموذج (Model Summary)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.963 ^a	.928	.927	.25667

a. Predictors: (Constant), الإعلام_الرقمي

يشير الجدول (15) إلى إنَّ قيمة معامل الارتباط بين المتغير المستقل والمتغير التابع بلغت قيمته (0.854)، كما هو موضح، وبلغت قيمة معامل التحديد - (R^2) (0.730)، وعليه فإن المتغير المستقل ضغوط العمل استطاع أن يفسر (73%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع.

اختبار المعنوية الإجمالية لنموذج الانحدار المتعدد:

يمثل الجدول (16) نتائج تحليل تباين الانحدار لاختبار معنوية نموذج الانحدار:

الجدول (16) نتائج تحليل تباين الانحدار

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	283.797	1	283.797	4307.788	.000 ^b
1	Residual	22.136	336	.066		
	Total	305.932	337			

a. Dependent Variable: البعد_ السلوكي

b. Predictors: (Constant), الإعلام_ الرقمي

يوضح جدول (16) تحليل التباين والذي يهدف إلى التعرف على القوة التفسيرية

لنموذج وللمتغير الإعلام الرقمي على البعد السلوكي عن طريق تحليل إحصائي (F).

ومن خلال ما يبينه جدول (16) فإنه يتضح وجود دلالة معنوية مرتفعة لاختبار

(F) مقدرة بـ (4307.788) وهي أعلى من قيمتها الجدولية (2.31)، وبمستوى دلالة قُدرت

بـ (Sig = 0.00) وهي أقل من مستوى الدلالة ($\alpha \leq 0.05$)، ومن هذا المنطلق يتم رفض

الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة، والتي تنص على أن نموذج الانحدار معنوي

(يوجد تأثير للمتغيرات المستقلة على المتغيرات التابعة).

أي أنه؛ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للإعلام في

تعزيز البعد السلوكي لدى الأفراد في البنوك الإسلامية.

الخاتمة:

تعتبر البنوك الإسلامية مؤسسات مصرفية تقوم بكافة الأعمال المالية والتجارية

والاستثمارية سعياً لتحقيق الربح الحلال من أجل تنمية اقتصادية واجتماعية فعالة،

ونظراً لتعدد المؤسسات المصرفية في سلطنة عمان، فقد وجدت البنوك الإسلامية نفسها

داخل بيئة شديدة المنافسة، ولهذا كان لزاماً عليها تطبيق استراتيجيات اتصالية فعالة

عبر وسائل الاتصال الفعال للمؤسسة وذلك بالعمل على صقل صورتها الذهنية لدى

جمهورها ومستخدميها، حيث يتم ذلك عبر استغلال تكنولوجيا الإعلام الرقمي لتحسين

صورتها الذهنية.

وانطلاقاً من أهمية الإعلام الرقمي الذي بات جزءاً من حياة جميع شرائح المجتمع، وأهميتها للبنوك الإسلامية في سلطنة عمان، (منها بنك عز الإسلامي) والتي تتطلب الاستعانة بمختلف وسائله ووسائطه المتعددة لتعزيز الصورة الذهنية للأفراد، فقد جاءت الدراسة الحالية للتعرف على دور الإعلام الرقمي في تعزيز الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية، وذلك بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، حيث أظهرت نتائج الدراسة بعد تحليل البيانات ما يلي:

- توصلت الدراسة إلى وجود درجة تقدير مرتفعة لدور الإعلام الرقمي في البنوك الإسلامية في سلطنة عمان.
- أشارت نتائج الدراسة إلى أن الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية في سلطنة عمان كانت على مستوى مرتفع من التقدير، حيث اتضح أن بُعد السلوكي كان في الرتبة الأولى، تلاه بُعد المعرفي، وحل أخيراً البعد الوجداني، وكانت تلك الأبعاد على مستوى مرتفع في البنوك الإسلامية في سلطنة عمان.
- أظهرت نتائج اختبار فرضيات الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للإعلام الرقمي في تعزيز الصورة الذهنية (البعد المعرفي، البعد الوجداني، البعد السلوكي) للبنوك الإسلامية في سلطنة عمان.
- وقد بينت الدراسة وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للإعلام الرقمي في تعزيز البعد المعرفي لدى الأفراد في البنوك الإسلامية.
- كما اتضح من النتائج وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للإعلام الرقمي في تعزيز البعد الوجداني لدى الأفراد للبنوك الإسلامية.
- وأظهرت النتائج وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0.05) للإعلام الرقمي في تعزيز البعد السلوكي لدى الأفراد للبنوك الإسلامية.

قائمة المصادر والمراجع

المراجع العربية

- أبو عاقلة، الحاج علي (2020)، فاعلية الهوية البصرية في تحسين الصورة الذهنية لدى الجامعات السودانية، *مجلة العلوم الإسلامية واللغة العربية*، (5)، 23-58.
- الأحمدي، نصر (2023)، أثر التغيير المنظمي في أداء البنوك الإسلامية العاملة في الجمهورية اليمنية - دراسة ميدانية، *مجلة الأندلس للعلوم الإنسانية والاجتماعية*، 78(10)، 249-307.
- آل مرعي، عبد الله بن علي (2023)، استخدامات الإعلام الرقمي وعلاقتها بتنمية المهارات الإعلامية لطلاب كلية الإعلام. *المجلة المصرية لبحوث الإعلام*، 1(83)، 287-351.
- بلغول، يمينة (2020)، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على السلوك الاجتماعي للمراهقين المتدربين، أطروحة دكتوراة، جامعة محمد مين دباغين، الجزائر.
- بليل، سلوى، وبو بكريّة، الفالية (2021)، دور أبعاد جودة الخدمة في تحسين الصورة الذهنية. رسالة ماجستير، جامعة المسيلة، الجزائر.
- بن بريكة، عبد الوهاب وبن التركي، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في دفع عجلة التنمية، *مجلة الباحث*، (7)، 245-257.
- بوالعام، نورة وريشان، سعيدة (2018)، أثر التزام المنظمات الصحية بالمسؤولية الاجتماعية على الصورة الذهنية: دراسة حالة المؤسسة الإستشفائية محمد الصديق بن يحيى جيجل، رسالة ماجستير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، الجزائر.
- بوخاري، فاطنة وسعيداني، محمد (2020)، التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال ودورها في البنوك "دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط لولاية

سيدي بلعباس"، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، 13(1)،
210-227.

بورقعة، فاطمة وشيني، عبد الرحمن (2017)، تأثير الصورة الذهنية لمنتجات المنظمة
على ولاء المستهلك للعلامة التجارية بتوسط الرضا، مجلة جامعة القدس
المنفتوحة للأبحاث والدراسات الإدارية والاقتصادية، 2(7)، 201-214.

بونابي، مصطفى وعادل، زكرياء (2020)، استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال
الحديثة في تحسين الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية في الجزائر - دراسة
ميدانية بينك السلام فرع قسنطينة، رسالة ماجستير، جامعة العربي بن
مهيدي، الجزائر.

بونابي، مصطفى، وعادل، زكرياء (2020). استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال
الحديثة في تحسين الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية في الجزائر. رسالة
ماجستير، جامعة أم البواقي، الجزائر.

حسام، منصور (2022). الإعلام الرقمي: مفهومه، وسائله، نظرياته. مجلة بحوث
ودراسات في الميديا الجديدة، 3(2)، 87-104.

الحامد، خلف (2014)، الصورة الذهنية لرجل الأمن لدى الرأي العام الأردني "دراسة
ميدانية"، رسالة ماجستير، جامعة البتراء، الأردن.

حمزة، حورية (2019)، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، مطبوعة محاضرات، جامعة
الجزائر 3، الجزائر.

دفون، محمد (2014)، تكنولوجيا الإعلام والاتصال واستخداماتها، مجلة التراث، 4(7)،
215-224.

- سعد، بهاء الدين وأبو زيد، وليد (2022)، أثر أخلاقيات البيع الالكتروني على الصورة الذهنية للعلامة وانعكاس ذلك على سلوكيات تحول العملاء، *المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية*، 3(1)، 69-117.
- صالح، مؤيد (2019)، تأثير نماذج الاتصال والأدوار التنظيمية لشاغلي العلاقات العامة في الصورة الذهنية للمنظمات السورية، *مجلة جامعة تشرين - العلوم الاقتصادية والقانونية*، 41(5)، 35-54.
- صخري، أسامة (2022)، دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تفعيل البرامج الإذاعية، رسالة ماجستير، جامعة يحيى فارس، الجزائر.
- صفا، محمد (2021)، تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مجال الرياضة المدرسية (رؤية مستقبلية)، *مجلة علوم الرياضة*، 34(7)، 249-266.
- علي، أيمن (2021)، دور الصورة الذهنية كمتغير وسيط في العلاقة بين جودة الخدمة المصرفية ورضا العميل، *المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والإدارية*، 2(12)، 1-45.
- علي، صورية (2017)، استخدامات تكنولوجيا الإعلام والاتصال ودوره في تفعيل النشاط البنكي "دراسة حالة بنك الخليج وكالة المسيلة"، رسالة ماجستير، جامعة محمد بوضياف، الجزائر.
- عمي، سهام (2020)، أثر التسويق الفيروسي على الصورة الذهنية. رسالة ماجستير، جامعة أم البواقي، الجزائر.
- غرياني، غفران وعمر، حليلة (2021)، دور شبكات التواصل الاجتماعي في تحسين الصورة الذهنية لإدارة العلاقات العامة في المؤسسات الخدمية - بالتطبيق على شركتي أوبر وكريم أنموذجا، *المجلة العربية للعلوم ونشر الأبحاث - مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية*، 5(2)، 131-148.

قرفة، ميلود (2021)، أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الثقافة والدعوة الإسلامية،
مجلة الإحياء، 21(29)، 370-351.

الكفاوي، تسنيم (2023). تعريف الإعلام الرقمي. تم استخلاصه بتاريخ 2023/11/4
من خلال الموقع الإلكتروني [./https://mawdoo3.com](https://mawdoo3.com).

مبارك، زودة ومحمدي، عائشة (2022)، كيف أسهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في
انتشار الانحراف السيبراني بين المراهقين والشباب، مجلة دراسات في سيكولوجية
الانحراف، 7(3)، 265-251.

محمد، عماد (2023)، الدور الوسيط للمزيج التسويقي الإعلامي الرقمي للعلاقة بين
التسويق الإعلامي الرقمي وبناء إستراتيجية إدارة السمعة الالكترونية لمؤسسات
الإعلام الرقمي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، (82)، 1204-1171.

الحمود، سعد، قلو، إيفيت وشرفاني، دلمان (2019)، دور القيمة المبدعة في تكوين الصورة
الذهنية للمنظمة "دراسة استطلاعية لآراء عينة من المديرين في عدد من
المنظمات الإنشائية في مدينة دهوك"، مجلة العلوم الإنسانية لجامعة زاخو،
17(1)، 138-110.

مديني، عثمان (2022)، أثر تبني المسؤولية الاجتماعية في تحسين الصورة الذهنية
"دراسة حالة مصرف السلام الفرع الجهوي بورقلة"، أطروحة دكتوراة، جامعة
محمد الصديق بن يحيى، الجزائر.

مرهج، منذر والهائيس، خالد (2018)، أثر الصورة الذهنية والدليل المادي على زيادة رضا
عملاء المنظمات الخدمية (دراسة استقصائية على المستشفيات الخاصة)، مجلة
جامعة تشرين للبحوث والدراسات العلمية _ سلسلة العلوم الاقتصادية
والقانونية، 40(3)، 240-221.

مزوزي، سفيان وبن بيه، صالح (2019)، دور تدقيق تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الحد من مخاطر المعاملات المالية المصرفية، رسالة ماجستير، جامعة أدرار، الجزائر.
 مغزيلي، نوال (2019)، تكنولوجيا الإعلام والاتصال والحكم الرشيد "دراسة حالة الجزائر منذ سنة 2000"، أطروحة دكتوراة، جامعة صالح بوبنيدر، الجزائر.
 الوكيل، إيمان (2021)، أثر الابتكار المؤسسي على بناء الصورة الذهنية للمؤسسات العامة: دراسة حالة بنك مصر، مجلة كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، 22(2)، 215-246.

المراجع الأجنبية

- Akhter, A., Karim, M. M., Jannat, S., & Islam, K. A. (2022). Determining factors of intention to adopt internet banking services: A study on commercial bank users in Bangladesh. *Banks and Bank Systems*, 17(1), 125-136.
- Al-Abbadi, L., Bader, D., Mohammad, A., Al-Quran, A., Aldaihani, F., Al-Hawary, S., & Alathamneh, F. (2022). The effect of online consumer reviews on purchasing intention through product mental image. *International Journal of Data and Network Science*, 6(4), 1519-1530.
- Al-Rahmi, W. M., Alzahrani, A. I., Yahaya, N., Alalwan, N., & Kamin, Y. B. (2020). Digital communication: Information and communication technology (ICT) usage for education sustainability. *Sustainability*, 12(12), 5052.
- Al-Samydai, M., Al-Kholafeh, A., & Al-Samydai, A. (2019), The impact of social media in improving patient's mental image towards healthcare provided by private hospitals in Amman/Jordan, *Indian Journal of Public Health Research & Development*, 10(2), 491-49.

- Maher, Nadia and El Fkharany, Heba (2022), Marketing Destinations through Image Repair and Tourist Identity: An evaluation study of Destination Management Organizations (DMOs) In Egypt, *Journal of the Faculty of Tourism and Hotels*, 6(1), 52-65.
- Pearson, J., Naselaris, T., Holmes, E. A., & Kosslyn, S. M. (2015). Mental imagery: functional mechanisms and clinical applications. *Trends in cognitive sciences*, 19(10), 590-602.
- Saydan, R., & Dülek, B. (2019). The impact of social media advertisement awareness on brand awareness, brand image, brand attitude and brand loyalty: a research on university students. *International Journal of Contemporary Economics and Administrative Sciences*, 9(2), 470-494.
- Sharma, M., Banerjee, S., & Paul, J. (2022). Role of social media on mobile banking adoption among consumers. *Technological Forecasting and Social Change*, 180, 121720.

دور الذكاء الاصطناعي في تحقيق التنمية المستدامة دراسة تحليلية قانونية

إعداد الباحث

نظمي خالد حسين

الملخص:

الذكاء الاصطناعي هو استخدام جهاز كمبيوتر أو روبوت يتم التحكم فيه ببرامج ذكية للقيام بمهام دقيقة ومعقدة، مستخدماً في ذلك، طبقات متعددة من المعلومات، بما في ذلك الخوارزميات، ومطابقة الأنماط والقواعد والتعلم العميق والحوسبة المعرفية؛ لمعرفة كيفية فهم البيانات، ويعد الذكاء الاصطناعي هو أحد أفرع علوم الحاسب المعنية بكيفية محاكاة الآلات لسلوك البشر، وبالتالي فهو علم إنشاء أجهزة وبرمجيات قادرة على التفكير بالطريقة نفسها التي يعمل بها العقل البشري، تتعلم مثلما يتعلم البشر، وتقرر كما يقرروا وتتصرف كما يتصرفوا دون وجود اختلافات كثيرة.

وقد هدف البحث إلى التعرف على تحليل أبعاد ومحددات الذكاء الاصطناعي المؤثرة على عملية التنمية المستدامة وكيفية الاستفادة منها في تحسين تكنولوجيا المعلومات، ومن ثم استخدم البحث المنهج الوصفي التحليلي بغرض وصف عملية التنمية المستدامة وتقديم التعريفات المختلفة لها، بالإضافة إلى تعريف المفاهيم المختلفة للذكاء الاصطناعي.

ولقد توصل الباحث إلى إن استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في مختلف المجالات يثير العديد من الصعوبات وخاصة بأن هذه التقنية هي حديثة المنشأة نوعاً ما، وهو ما يستدعي العرف على مدى علاقة التشريعات الحالية وقدرتها على استيعاب الخصائص الفريدة ومخاطر تقنيات الذكاء الاصطناعي إلى جانب ضرورة دراسة التحديات القانونية والأخلاقية المرتبطة باعتماد استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي ومدى تأثيرها في تطوير الاستثمار مما يعود بالنفع على الاقتصاد وعملية التنمية المستدامة؛ حيث إن استخدام هذه التقنية الحديثة يحتاج إلى تنظيم من خلال وجود هيئات وتشريعات قانونية وترسيخ الثقافة القانونية اللازمة من خلال تهيئة المجتمع والتي تؤدي في النهاية إلى تطوير الاستثمار والابتكار آخذين بعين الاعتبار الظروف الاجتماعية والاقتصادية.

الكلمات المفتاحية: الذكاء الاصطناعي- التنمية - معدلات النمو المستدام.

Abstract:

Artificial intelligence is the use of a computer or robot that is controlled by intelligent programs to carry out precise and complex tasks, using multiple layers of information, including algorithms, pattern matching, rules, deep learning, and cognitive computing; To learn how to understand data, and artificial intelligence is one of the branches of computer science concerned with how machines simulate human behavior, and therefore it is the science of creating hardware and software capable of thinking in the same way that the human mind works, learning as humans learn, deciding as they decide and acting as they act without the presence of Many differences.

The aim of the research was to identify the analysis of the dimensions and determinants of artificial intelligence affecting the process of sustainable development and how to benefit from it in improving information technology, and then the research used the descriptive analytical approach in order to describe the process of sustainable development and provide different definitions for it, in addition to defining the different concepts of artificial intelligence.

The researcher concluded that the use of artificial intelligence techniques in various fields raises many difficulties, especially since this technology is somewhat newly established, which requires knowledge of the extent of the relationship of current legislation and its ability to absorb the unique characteristics and risks of artificial intelligence technologies, in addition to the need to study legal challenges. And the ethics associated with the adoption of the use of artificial intelligence technology and the extent of its impact on the development of investment, which is beneficial to the economy and the process of sustainable development, As the use of this modern technology needs to be regulated through the existence of legal bodies and legislation and the consolidation of the necessary legal culture through the preparation of society, which ultimately leads to the development of investment and innovation, taking into account the social and economic conditions.

Keywords: Artificial intelligence - development - sustainable growth rates

تمهيد وتقديم:

يتميز الذكاء الاصطناعي بقدرته الكبيرة على الأداء الإدراكي للوظائف البشرية ويعتبر أحد المكونات التقنية الأساسية للثورة الصناعية الرابعة؛ حيث تطور أدائه وقته بطريقة كبيرة، فالذكاء الاصطناعي يمكنه معالجة كميات كبيرة من المعلومات، ويستطيع التواصل بسرعة مع شبكة الإنترنت، وتحسين استخدام الخوارزميات المتشابهة للتفكير البشري، ولا تتمتع أنظمة الذكاء الاصطناعي بالقدرة على تحليل كميات كبيرة من المعلومات فقط؛ حيث أصبحت جزء هام من العديد من الصناعات المبتكرة مثل إنترنت الأشياء، والمركبات الذاتية للقيادة، ومعالجة البيانات الضخمة، والهندسة الوراثية، والتشخيص الطبي، والطباعة ثلاثية الأبعاد وغير ذلك من العمليات التي تعتمد على الذكاء الاصطناعي⁽¹⁾.

إن الذكاء الاصطناعي يعزز التحول الرقمي وذلك لتحقيق رفاهية كبيرة في العديد من جوانب الحياة بوسائل لا يمكن تصورها في الوقت الحالي، وذلك من خلال المساهمة في التقدم الاجتماعي والاقتصادي مع مراعاة الجانب البيئي والتنمية المستدامة، وتشمل أنظمة الذكاء الاصطناعي التعلم الآلي وهو الأسلوب الأكثر انتشاراً، وهو الأسلوب الذي يكتشف الأنماط ويغذي البيانات، والذي يمكنه محاكاة عقل الإنسان، وتمكين نماذج الذكاء الاصطناعي للتعلم، والتي تمكن أجهزة الحاسب الآلي من معالجة الصور وتحليلها واستيعابها، وأيضاً معالجة اللغة الطبيعية، والتي يتم من خلالها تفسير وفهم اللغة المنطوقة وتحويلها إلى نص مفهوم ومكتوب وبذلك يستطيع الذكاء الاصطناعي أن يصنع وكلاء افتراضيين وهم الذين يقومون بمحاكاة الأدوار التي تتفاعل مع المستخدمين والعملاء⁽²⁾.

(1) محمد فرج مصطفى السيد، تطبيقات الذكاء الاصطناعي في التعليم : أطر نظرية – تطبيقات عملية وتجارب دولية، القاهرة، المركز الأكاديمي العربي، 2023، ص97.

(2) Vinuesa, R., Azizpour, H., Leite, I., Balaam, M., Dignum, V., Domisch, S., Fuso Nerin, F. The role of artificial intelligence in achieving the Sustainable Development Goals. Nat Commun, 2020, pp112-118.

ويعتبر مفهوم التنمية من أهم المفاهيم العالمية المعاصرة حيث برز مفهوم التنمية بصورة أساسية منذ الحرب العالمية الثانية، ولم يستعمل قبل ذلك إلا عبارات للدلالة على حدوث التطور، وقد برز مفهوم التنمية التقدم بداية في علم الاقتصاد؛ حيث استخدم للدلالة على عملية أحداث مجموعة من التغيرات الجذرية في مجتمع معين⁽¹⁾. والتنمية هي ارتقاء المجتمع والانتقال به من الوضع الثابت إلى وضع أعلى وأفضل، وما تصل إليه من حسن استغلال الطاقات التي تتوفر لديها والموجودة والكامنة، وتوظيفها للأفضل.

ولا شك أن تقدم الإنسان جاء من خلال صناعاته واختراعاته وابتكاراته المتعددة والمتجددة في كل زمان وفي كل مكان، ويلعب الابتكار دوراً مهماً وكبيراً وفعالاً في تطور وتقدم الدول، كما يساهم الابتكار مساهمة كبيرة وفعالة في تحقيق التنمية المستدامة للدول.

المشكلة البحثية :

نظراً لما يعيشه عالم اليوم من تقدم تكنولوجي قد فاق خيال البشرية، فقد دفع هذا التقدم إلى البحث عن آفاق جديدة لهذا التقدم دون أن تقف البشرية عند حدود ما توصلت إليه، بل بحثت عن آفاق حديثة لتجعل منها انطلاقة لتقدم وطفرة جديدة في عالم التكنولوجيا لمساعدة البشرية على التنبؤ بالمستقبل واتخاذ القرارات الصحيحة، ليصبح اختراع الأمس ما هو إلا خطوة صغيرة وبسيطة في عالم اليوم، ليصبح العقل البشري مسير في كثير من الأحوال بموجب برامج وتطبيقات إلكترونية لا يملك الحيد عن نتائجها لتجعل من قدرة البشر على التحكم في هذه النتائج محدودة بل ومستحيلة ليظهر مصطلح الذكاء الاصطناعي على الساحة الإدارية والقانونية، ويصبح من أكثر المصطلحات تداولاً دون أن يدرك الكثيرين ماهيته ليقترن في كثير من الأحوال بمصطلح الذكاء

(1) محمد عبدالحسين جواد العزاوي، دور الذكاء الاصطناعي في ، ص العامة، القاهرة، دار النهضة العربية،

الاصطناعي ليتبادر إلى الأذهان الكثير من التساؤلات حول طبيعة العلاقة بينهما، وإمكانيات الربط بينهما كذلك.

كما يثير الذكاء الاصطناعي عدد من التساؤلات القانونية؛ حيث يجب تحديد مفهوم الذكاء الاصطناعي وأنماطه، وأيضاً توضيح التكييف القانوني لطبيعة شخصية الذكاء الاصطناعي، ثم بعد ذلك يثور تساؤلاً مهماً حول من الذي يتم مساءلته قانونياً عن أعمال الذكاء الاصطناعي، هل للصانع والمبرمج والمشغل والمستخدم دور في هذه المسؤولية الجنائية أم أن الذكاء الاصطناعي يتحمل بمفرده نتائج أعماله القانونية الجنائية؟ وبناءً عليه تتبلور المشكلة البحثية في البحث عن طبيعة هذه العلاقة ووسائل الاستفادة من الذكاء الاصطناعي في عملية التنمية المستدامة وتحقيق أعلى مستويات من النمو، ويمكن بلورة المشكلة البحثية من خلال عدد من التساؤلات على النحو التالي:

- (1) ما هي المبادئ الأساسية للذكاء الاصطناعي؟
- (2) ما هي معايير تطور الذكاء الاصطناعي؟
- (3) كيف يمكن قياس الآثار الإدارية للذكاء الاصطناعي وأثرها على التنمية المستدامة؟
- (4) ما هو الاختلاف بين الآثار الإدارية للذكاء الاصطناعي وأثرها على التنمية المستدامة بين الدول النامية والمتقدمة؟
- (5) ما هي أبعاد ومحددات الذكاء الاصطناعي المؤثرة على عملية التنمية المستدامة وكيفية الاستفادة منها في تحسين تكنولوجيا المعلومات؟

أهداف البحث:

يعتبر الهدف الرئيسي للبحث هو التعرف على الدور الذي يقوم به الذكاء الاصطناعي في تحقيق التنمية المستدامة في مصر، ويتفرع من هذا الهدف عدد من الأهداف الفرعية التالية:

- 1) التعرف على المبادئ الأساسية للذكاء الاصطناعي
- 2) التعرف على معايير تطور الذكاء الاصطناعي
- 3) تحليل آليات قياس الآثار الإدارية للذكاء الاصطناعي وأثرها على التنمية المستدامة
- 4) التعرف على الاختلاف بين الآثار الإدارية للذكاء الاصطناعي وأثرها على التنمية المستدامة بين الدول النامية والمتقدمة
- 5) تحليل أبعاد ومحددات الذكاء الاصطناعي المؤثرة على عملية التنمية المستدامة وكيفية الاستفادة منها في تحسين تكنولوجيا المعلومات.

أهمية البحث:

تتبع أهمية البحث في التأكيد على أهمية التوسع في تطبيق الذكاء الاصطناعي وعلاقته بالتنمية المستدامة والاستفادة من إمكانيات الذكاء الاصطناعي كألية متطورة لتطبيق تكنولوجيا المعلومات إلى جانب تقديم عدد من التوصيات نضعها بين يدي صانع السياسة الإدارية والاقتصادية بالشركات للاستفادة من تطبيقات الذكاء الاصطناعي في رفع معدلات التنمية.

منهجية البحث:

يعتمد البحث الحالي على المنهج الوصفي التحليلي وذلك من خلال تسليط الضوء على الذكاء الاصطناعي وأهميته في تحقيق التنمية المستدامة من خلال وصف ظاهرة البحث وتحليلها، وتعتمد أساليب الدراسة على الدراسة النظرية وفيها يعتمد البحث على اثرء الجانب المعرفي لمتغيرات البحث وهي الذكاء الاصطناعي والتنمية المستدامة والعلاقة بينهم، من خلال تجميع العديد من المصادر المتمثلة في الرسائل أو الدوريات أو الكتب.

المبحث الأول

تعريف الذكاء الاصطناعي وأهميته

يعتبر الذكاء الاصطناعي من الموضوعات المهمة والمتداولة بشكل كبير؛ حيث تتسابق الدول على استقطاب الابتكارات والتطبيقات المختلفة؛ حيث يعتبر الذكاء الاصطناعي من أحد المحركات الأساسية للتنمية المستدامة في كل القطاعات⁽¹⁾ ويساهم الذكاء الاصطناعي في حل المشكلات المختلفة في اتخاذ القرارات المختلفة من خلال إدخال التقنية والتكنولوجيا المتقدمة للدولة واستخداماتها، والأساليب المتطورة المتبعة في الإدارة والحياة العامة للمواطنين، مما يجعل الاستفادة من المعارف ومعالجتها آلياً بذكاء يفوق القدرة البشرية على المعالجة اللحظية لها⁽²⁾، وقد تم تقسيم هذا المبحث إلى ثلاثة مطالب على النحو التالي:

المطلب الأول: مضمون الذكاء الاصطناعي

المطلب الثاني: أهم تقنيات الذكاء الاصطناعي

المطلب الأول: ماهية الذكاء الاصطناعي

في ظل المنافسة الاقتصادية العالمية يتضح أن هناك فجوة كبيرة بين الدول النامية والمتقدمة في التحول الرقمي وهو ما أثار كثير من المشكلات على المستويات الاقتصادية بين تلك الدول وبعضها البعض، لذا بات من الضروري على الدول النامية ومن بينها مصر مواكبة التحول الرقمي باعتباره من أهم المواضيع التي يجب على الدول خاصة العربية التركيز عليها؛ لأن التحول الرقمي بات المصدر الرئيس للقدرة التنافسية، وتشكيل القيمة اللازمة للتنمية والعنصر الحاكم لمختلف مراحل عملية الإنتاج والتوزيع وتقديم الخدمات.

(1) السعيد عبدالحميد إبراهيم، الذكاء الاصطناعي لرفع كفاءة المعلومات الإدارية للعاملين بالمنظمة الذكية، دار

العلم والأيمان للنشر والتوزيع، 2022، ص66.

(2) أحمد الصالح سباع زيود، وآخرون، تطبيق استراتيجيات الذكاء الاصطناعي على المستوى الدولي (الامارات العربية المتحدة نموذجاً)، مجلة الميادين الاقتصادية، المجلد الأول، العدد رقم(1)، السنة 2018، ص2.

أولاً: تعريف التطور والتحول الرقمي:

يشهد العالم اليوم تطوراً كبيراً في كافة مجالات الحياة حتى أطلق على العصر الحاضر عصر المعلومات أو الثورة المعلوماتية، وقد أحدثت تقنيات المعلومات أثراً في نطاق تطوير العمل الإداري، من خلال إعادة الطرق التقليدية التي اعتادت الإدارة تقديم الخدمات والمعلومات من خلالها إلى المواطنين، أما عن طريق الإدارة الإلكترونية فيتم تقديم الخدمات إلى المواطنين بطريقة أكثر تقدماً وسهولة وسرعة.

أضف التقدم العلمي المستمر والسريع في شتى المجالات إلى استفادة الدولة من تقنية المعلومات ووسائل الاتصال الحديثة، في أدائها لأعمالها المختلفة بأسلوب حديث نُعت بالإدارة الإلكترونية التي تستخدمها الدولة ممثلة بدوائرها ووزاراتها المختلفة من أجل تقديم الخدمات العامة للمواطنين، أو الاتصال وتبادل المعلومات والمراسلات مع بعضها البعض، أو تنظيم البريد والمراسلات بين دوائرها المختلفة وداخل المؤسسة الواحدة، بما يتجاوز به الأداء التقليدي للأعمال الوظيفية.

ويُعد التنظيم والتطوير من السمات الملزمة للعمل الإداري الذي يأبى الجمود والتجرب في قالب محدد في الظروف المتغيرة التي يشهدها علم الإدارة بشكل خاص والعالم بشكل عام، مما يدعو الإدارة إلى تطوير وسائلها وأساليبها المستخدمة في العمل لتواكب الظروف البيئية للمتغيرات والاستمرار في تحقيق الأهداف، ولقد لعب التطور الإلكتروني دوراً مهماً في مجال العمل الإداري - شأنه في ذلك شأن المجالات الأخرى- باختصاره المسافات وفسح الآفاق أمام المعارف والمعلومات على أساس من الدقة والسرعة البالغتين في إنجاز المهام وتخفيف العبء عن الإدارة وتسهيل الرقابة وتقليص إجراءات العمل، بأن أضحت أكثر دقة وأوفر كمية ونوعية للمستفيدين والعاملين خدمة للمصلحة العامة⁽¹⁾.

(¹) Muhammad rais Abdul karim.E-Government in Malaysia, Malaysia , pelanduk publications ,2003 , p1-4.

وتُعد وسائل التقنية الحديثة أحد الأدوات المهمة التي أثرت في العمل الوظيفي بشكل متسارع بمفاصله كافة سواء كمؤسسات أو موظفين أو أساليب عمل، وتعرف التقنية بأنها "تختص بالأجهزة والمعدات وما تنتجه من مواد، إضافة إلى براءات الاختراع والامتياز والتراخيص التجارية والتعليمات الفنية مصحوبة بالجانب الإداري التنظيمي المتعلق بكيفية الإدارة والتنظيم" وقد عرفت المجتمعات وسائل عدة للتقنيات حسب التطور الذي شهدته عبر العصور المختلفة حتى استقرت على ما هي عليه بظهور الحاسوب وشبكات الاتصال التي لا تزال من جانب آخر في تطور وتقدم مستمرين؛ حيث شهدت وسائل مختلفة للتطور الإلكتروني من خلال أجهزة الحاسوب بكافة أنواعه وشبكات المعلومات والاتصالات والفاكس ميل والهاتف والبريد الإلكتروني ووسائط تخزين المعلومات⁽¹⁾.

ولما كانت عضوية المجتمع المعلوماتي هنا قد دخلت في طور الفكر الشعبي وأضحت العامة تستخدمها كجزء من تكوينها الاجتماعي والاقتصادي وبحيث يضاف هذا التكوين إلى القيم الإنسانية الجيدة التي تحيط بالبشرية في تاريخها، فإن الحركة التطويرية في التاريخ الإنساني سوف تخلق انتقائية إذا تخلف الركب عن التحول إلى القيم المعلوماتية. وسوف تلحق الانتقائية الأفراد دون مسؤولية تقع على كاهل الدول، فما دامت الإنترنت قد انتقلت إلى المرحلة الأهلية أو الشعبية فإن الفرد مسؤول عن نفسه هنا وبالتالي سوف يتم وصمه بالجهل أو الأمية إذا لم يكن أحد أعضاء المجتمع المعلوماتي⁽²⁾.

(1) خالد بن عبد الإله السعيد، معوقات تطبيق التطور التقني في الأجهزة الأمنية وانعكاساتها الإدارية، جامعة نايف للعلوم الإدارية والأمنية، الرياض، 2003، ص22

(2) لذلك فإن النتائج التي انتهى إليها المجتمع الدولي فيما يتعلق بتنمية الحركة التعليمية في العالم وفق إعلان داكار (المنتدى العالمي للتربية في داكار/ السنغال 26-28 إبريل 2000) بشعار التعليم للجميع Education for all والذي يعد امتدادا لما اعتمده الإعلان العالمي حول التربية للجميع (جومتين/تاييلاند 1990) من حيث الالتزام الجماعي بالعملية التعليمية يكاد يتخلف عن إطار العمل العربي من أجل تأمين حاجات التعليم الأساسية في الأعوام 2000-2010 (المؤتمر العربي الإقليمي حول التعليم للجميع- القاهرة 24-27 يناير

وهنا يأتي التفسير الجديد للقيم المعلوماتية والرقمية في الحركة الثقافية الفردية للإنسان، ومثل هذا التفسير يتناقض مع التوجه الفردي في الفكر الغربي القائم، فالمجتمع المعلوماتي له ثقافته الخاصة به، والتي يمكن أن يحدث تعارض أو تلاق بينها وبين ثقافة المجتمع المادي أو العالم التقليدي، ولكن لا يمكن أن ينتقل المفهوم التقليدي للثقافة الإنسانية برمته إلى المجتمع المعلوماتي.

وسبب ذلك أن المفهوم التقليدي للثقافة الإنسانية له مشاكله ومشكلاته في حين أن المجتمع المعلوماتي مبني على أساس عداوة ليس مناطق خلاف متعددة على الإطلاق، وإنما هو منطقة واحدة وهي منطقة اتفاق بالضرورة. ومثل هذا الأمر يقوم في النهاية على أنه لا يمكن أن تشكل ثقافة المجتمع المعلوماتي جزءاً من ثقافة أحد مجتمعات العالم المادي، فلا يصح مثلاً القول بأن ثقافة المجتمع المعلوماتي هي جزء من تكوين المواطن الأمريكي أو الكندي أو الياباني أو الثمانية في KANANASKIS في كندا 2002 بشأن إفريقيا والذي يوحي بوجود حركة تصدير ونقل للتكنولوجيا المتخلفة من جديد كتلك التي تم تنفيذها هي التسعينيات من القرن العشرين، إذ يجب أن يرتبط المفهوم الثقافي للمجتمع بالفردية هنا، بحيث يمكن القول إن هذا الفرد (دون اعتبار لجنسيته) هو أحد أعضاء المجتمع المعلوماتي في حين أن الآخر ليس كذلك⁽¹⁾.

لقد بدأ الأمر هنا كما لو كان المجتمع المعلوماتي قد أظهر كل شيء على حقيقته حتى إن الفقه نادى بإمكانية تطبيق أفكار Alexis de Tocqueville حول أهمية الاجتماع الإنساني خارج الإطار السياسي، وأن مثل هذه الأفكار يمكن تطبيقها من خلال

2000- إعلان القاهرة: التعليم للجميع في البلدان العربية: تجديد الالتزام) فقد أكد إعلان القاهرة على عبارة ذات مغزى، وذات بعد يعبر عن الظاهرة الثقافية المعاصرة في الوطن العربي وبما يشكل بحثه لأزمة خطيرة، ففي صدر الفقرة 33 من إعلان القاهرة جاءت عبارة (الوقت يمر...).. وهذه عبارة ربما يفهمها البعض وربما لا يفهمها البعض الآخر، ولكن في النهاية فإن المحصلة من هذه العبارة أن المسؤولية كبيرة فيما يبدو.

(¹) E-Government Strategy-Implementing the president's management agenda for E-Government- Simplified Delivery of services to citizens February 27,2002 p.7.

المجتمع المعلوماتي على النحو الذي يمكن اعتباره تطوراً تاريخياً طبيعياً للفكر الديمقراطي الغربي⁽¹⁾، بل ويمكن أن يكون المجال الأمثل لتطبيق مثل هذه الأفكار في إطار المجموعات الإخبارية بشكل أكثر عمومية دون تخصيص لفكر غربي أو شرقي.

ومثل هذه الاتجاهات تتبع في الحقيقة أسلوب (إنقاذ ما يمكن إنقاذه) حيث إنها لا تميز بين السيادة الحكومية وبين تفعيل الحركة الشعبية للمشاركة في الحكم كشريك كامل؛ حيث إنها تسعى إلى الحصول على تبرير لعدم مشاركة الشعب في ظاهرة الحكم في ظل الديمقراطية غير المباشرة بإمكانية ذلك باستخدام الإنترنت. والسبيل إلى ذلك هو ابتكار فكرة الديمقراطية الإلكترونية Electronic Democracy التي يحاول الفكر الغربي الترويج لها باعتبارها النموذج المقرر لتطور نموذج الديمقراطية غير المباشرة، وفي ذلك مصادرة على حقوق الناس. ذلك أن المشاركة السياسية عبر المجتمع المعلوماتي أمر مفروغ منه ولا يحتاج إلى تبرير فقهي أو برنامج انتخابي أو خدعة التواصل مع النظريات التقليدية؛ إذ ليس المواطن فقط ممن يستطيع المشاركة في اتخاذ القرار السياسي في كافة الدول، وإنما يمكن لغير المواطن أيضاً المشاركة بإبداء الرأي ومراسلة المسؤولين في الدول الأخرى إذا سلك سبيل المجتمع المعلوماتي⁽²⁾.

فالمسألة لا ينظر إليها على أساس القيام بتهيئة الظروف الملائمة للحكومة الإلكترونية لكي يمكنها أن تؤدي دورها في القيام بالتخفيف من حدة الأيديولوجيا السائدة في المجتمع وفلسفة نظام الحكم القائم، وإنما أيضاً ينظر إليها على أساس أنها قد تبرز أخطاء تلك النظم في حركة الاتصال بالأفراد، بما في ذلك النظر إلى الباعث الاقتصادي كعامل حاسم في بناء العلاقة بين الفرد في المجتمع وبين الحكومة الإلكترونية.

(¹) Hans K.Klein- Tocqueville in cyberspace: using the internet for citizen Associations, school of public policy, Georgia institute of technology atlanta, Georgia, USA, The information society journal, 15:213-220, 1999 p.213.

(2) عدنان مصطفى البار، التحول الرقمي كيف ولماذا، جامعة الملك عبد العزيز، جامعة أم القرى، السعودية.

فدولة مثل الولايات المتحدة الأمريكية استشعرت مدى خطورة التفوق الكندي والأوروبي/ الإنجليزي في بناء هذه الحكومة الإلكترونية، لذلك تكافقت جهود حكومة جورج بوش الابن مع القطاع الخاص ممثلاً في مؤسسة yahoo لكي تخرج على العالم بفكرة موقع <http://firstgov.com> لكي يكون بوابة المواطن الأمريكي إلى الحكومة الفيدرالية front door ولكي يمكن تحقيق هذا الهدف كان من اللازم الخروج بقانون الحكومة الإلكترونية لعام 2002 The electronic government Act of 2002. كان الهدف هنا هو تحقيق توازن لصالح الولايات المتحدة في التقدم باتجاه الحكومة الإلكترونية، ومع ذلك فالولايات المتحدة الأمريكية لم تنظر إلى كيفية أو مدى إمكانية استفادة المواطن الأمريكي من هذا الموقع، فقد تصادف أن هناك مشكلة تتعلق بحركة الاتصال بين المواطن وبين هذه الحكومة الإلكترونية وهي المشكلة التي تعرف بعبارة (الانقسام الرقمي) Digital Divide فقد اعترفت التقارير بوجود منطقة فاصلة أو عازلة بين المواطن الأمريكي الذي لا يصل معدل دخله السنوي إلى خمسة آلاف دولار وبين الإنترنت ككل والحاسوب والحكومة الإلكترونية خاصة. فالمسألة فيما يبدو سوف تتخذ بعداً سياسياً خطيراً إذا تأملنا أن الأساس النظري للحكومة الإلكترونية سوف يقوم بدور كبير في كشف سلبيات الفكر الغربي على كافة المستويات من اقتصادية وسياسية واجتماعية..إلخ.

والحقيقة أنه يمكن التأكيد على أن مبادئ الديمقراطية غير المباشرة لم تعد تفيدي كثيراً في تحقيق فهم كلي للمجتمع المعلوماتي والحكومة الإلكترونية⁽¹⁾، وإنما يجب المرور بمرحلة الديمقراطية المباشرة لتكون معيناً- وربما المعين الوحيد- على فهم آلية عمل المجتمع المعلوماتي والحكومة الإلكترونية. وهذا التأكيد ينطلق من أن تقسيمة الديمقراطية المباشرة توحى بصلاحيته المطابقة بين نظام المشاركة الشعبية الفردية وبين

(¹) E-Democracy Around The world, A survey for the Bertelsmann foundation by phil noble& Associates PN& N, Summer 2001, p.17.

نظام عمل الشبكات، على أن الأمر يتحول هنا من مجرد تطبيق النظرية في إطار إقليمي إلى العالمي وبحيث تكون كل شبكة هي تشكيل لمجلس محلي أو مؤتمر شعبي وكل عضو فيها هو عضو في مجلس محلي أو مؤتمر شعبي. ونظرياً هذه الرؤيا صالحة للتطابق التام مع فلسفة الديمقراطية المباشرة المعبر عنها في صيغة المحليات، وبحيث يكون القرار المتخذ في هذا الإطار - وهو قرار صادر عن أعضاء إحدى الشبكات- إنما هو قرار صادر عن أعضاء المحليات أو المؤتمرات.

لنتخيل تطبيقاً مقارناً للفكر التقليدي وفكر الديمقراطية المباشرة في ظل فكرة تقليدية هي الاستفتاء (نعم-لا/حول موضوع ما). إذ إن تقرير استفتاء عالمي عبر المجتمع المعلوماتي تقوم به منظمة عالمية مثل منظمة الأمم المتحدة حول إحدى القضايا الرئيسية التي يعاني منها المجتمع الإنساني العالمي، سوف يجعل المفارقة واضحة المعالم. ذلك أن اتباع الأسلوب التقليدي سوف يجعل فكرة لزوم تمثيل الدولة كوسيط بين الفرد وبين الأمم المتحدة قائماً وأيضاً يقودنا إلى صناديق الانتخاب وسيطاً لازماً هنا مع ما يثار دائماً حول هذا الوسيط من شكوك وصلت إلى الأمم المتحدة، في حين أن اتباع منهج الديمقراطية المباشرة سوف يقودنا إلى علاقة مباشرة بين الفرد تحديداً في أي بقعة من المعمورة وبين اللوحة التي تحمل قائمة النتائج في الجمعية العامة للأمم المتحدة دون حاجة إلى لجان فرز أو لجان مراقبة...إلخ. وبما يؤدي ذلك إلى التأكيد على صلاحية القرار المتخذ من أعضاء الشبكات جميعهم ليكون هو القرار الناتج عن المشاركة الفردية المباشرة في صنعه.

من أبرز الظواهر لمجتمع المعلومات في الوقت الحاضر، ظهور شبكة الإنترنت التي تقوم على استخدام الحواسيب الآلية المرتبطة ببعضها عالمياً، مجال إعداد برامج ونظم معلوماتية للشركات، وكذلك يتم استخدامه في مجال الاتصالات وغيرها من المجالات (يستخدم الكمبيوتر أيضاً في كتابة الرسائل أو استعماله كآلة حاسبة للقيام بعمليات الجمع والطرح وغيرها. كما يمكنه القيام بتخزين أرقام التليفونات، ولعب

المباريات، وإنتاج رسوم ذات تقنية عالية. يمكن للكمبيوتر أيضاً أن يقوم بتشغيل ومراقبة خطوط العمل في المصانع، ويقوم بتنظيم مهمات الأجهزة داخل الطائرات أو الصواريخ وغيرها⁽¹⁾.

ثانياً- المفاهيم المختلفة للذكاء الاصطناعي:

الذكاء الاصطناعي هو نتاج الحضارة البشرية بصفة عامة من تقاليد الفلسفة ونظريات الإدراك والتعلم وعقود طويلة من علم الرياضيات التي قادت إلى امتلاك نظريات في المنطق، الاحتمال والحوسبة⁽²⁾.

وقد عرف البعض الذكاء البشري في نص من نصوصه وقال حرفياً "مهاراتك الخاصة لتحقيق ما تهدف إلى تحقيقه في الحياة ضمن السياق الاجتماعي والثقافي من خلال الاستفادة من نقاط القوة والتعويض عن نقاط الضعف وتصحيحها"⁽³⁾.

ولقد كان هناك اتجاه آخر من الفنيين لتعريف نظام الذكاء الاصطناعي بأنها تلك الأنظمة التي تمتلك الخصائص المرتبطة بالذكاء واتخاذ القرارات، والمشابهة لدرجة ما للسلوك البشري في هذا المجال فيما يخص التعلم، التفكير، حل المشكلات، اللغات... الخ⁽⁴⁾.

في حين عرفها آخرون بأنها محاكاة لذكاء الإنسان وفهم لطبيعته عن طريق برامج الحاسب الآلي قادرة على محاكاة السلوك البشري الذي يتصف بالذكاء⁽⁵⁾.

(1) الحاسب الآلي وهو ما يطلق عليه أيضاً الحاسب الإلكتروني أو الكمبيوتر، والحاسب الآلي غزا جميع قطاعات ومجالات أنشطة الإنسان. وفي إطار انتشار الحاسب الآلي بين الأفراد والمؤسسات الحكومية وغير الحكومية، فقد عبر الأستاذ Bart de Schutter عن تلك الظاهرة بقوله: " لقد ترك الحاسب الآلي بصمات واضحة على حياتنا الحديثة، ويرجع إليه الفضل في تطوير عدد كبير من أنشطتنا اليومية سواء من حيث المضمون أو الشكل أو الزمن أو المسافة.

(2) ياسين، سعد الله غالب، تحليل وتصميم نظم المعلومات" الطبعة الأولى، دار المناهج، الأردن، 2011، ص32.

(3) ياسر ظاهر، دراسة في أنواع الذكاء المتعدد، جامعة كركوك، بغداد، 2021، ص66.

(4) أحمد ماجد، الذكاء الاصطناعي بدولة الإمارات العربية المتحدة، إدارة الدراسات والسياسات الاقتصادية، مبادرات الربع الأول، 2018، دولة الإمارات، وزارة الاقتصاد، 2018، ص6.

(5) بشير عرنوس، الذكاء الصناعي، القاهرة، دار السحاب للنشر والتوزيع، 2007م، ص9.

ولعل من الملاحظ اهتمام الفقه والمشرعين في العقدين الأخيرين من القرن العشرين بالتحول الرقمي للبيانات والعقود والمستندات، وذلك عبر إصدار العديد من التشريعات المنظمة للتداول الرقمي، ولا سيما في محاور المعاملات الإلكترونية، التجارة الإلكترونية، التداول الإلكتروني للنقود، حماية خصوصية الأفراد، أمن المعلومات... الخ، إلى جانب إبرام العديد من الاتفاقيات الجماعية والثنائية ضمن هذا النطاق⁽¹⁾.

المراحل التي يمر بها الذكاء الاصطناعي:

المرحلة الأولى: بدأت المرحلة الأولى للذكاء الاصطناعي عام 1950 على يد العالم "شانون"؛ حيث قام ببحث يتناول موضوع لعبة الشطرنج.

كانت مرحلة من المراحل المدهشة واللاقطة للأنظار، إذ كانت متمركزة على كشف الحلول للكثير من الألغاز في الألعاب بالإضافة إلى أنها كانت تتميز في دورها النشط بصنع الألعاب وليس حل الألغاز فقط. إن الأداة الأساسية في تلك المرحلة هي الحاسب الآلي، ومن خلال تم استحداث نماذج حسابية جديدة تستند على ثلاثة عوامل هي:

العامل الأول: تمثيل وضع البدء في المشروع (مثال: لوحة الشطرنج عند بدء اللعب).

العامل الثاني: انتقاء الشروط الإدراكية للوصول إلى الختمة (غلبة الخصم).

العامل الثالث: القواعد المسيطرة على حركة العنصر على رقعة الشطرنج.

المرحلة الثانية: بعد إن انتهت المرحلة الأولى في عام 1963 على يد العالم الأمريكي ستيوارت فيلدمان حيث بدأت هذه المرحلة عندها وسارت بما فيها حتى الحقبة السبعينية. في هذه المرحلة، استطاع العالم "منسكي" أن يصنع إطارات من أجل تمثيل البيانات. بالإضافة إلى ذلك، تم وضع نظام مبتكر يساعد على فهم اللغة الإنجليزية كما في المحادثات أو القصص القصيرة أو الروايات على يد العالم الأمريكي ونجراد⁽²⁾.

(1) أيمن حماد إبراهيم، محتوى المواقع الإلكترونية الإخبارية في عصر الذكاء الاصطناعي، القاهرة، دار العلام للنشر والتوزيع، 2023، ص44.

(2) جهاد أحمد عفيفي، الذكاء الاصطناعي والأنظمة الخبيرة"، الطبعة الأولى، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص65.

المرحلة الثالثة: بدأت هذه المرحلة منذ سبعينات القرن العشرين، وهي مرحلة حديثة ظهرت فيها الكثير من الإنجازات التقنية المختلفة في التصميم والوظيفة، والمساعدة على معالجة العديد من البرامج المعاونة على نقل قسم من ذكاء الإنسان إلى الحاسب الآلي أو الآلة الذكية. تعتبر هذه المرحلة بمثابة العصر الذهبي آنذاك، فقد أكتشف فيها ما لم يُكتشف فيما مضى من الأمور المخصوصة بالذكاء الاصطناعي بصورة عامة⁽¹⁾.

وفي واقع الأمر يقوم الذكاء الاصطناعي على مبدئين أساسيين وهما على النحو التالي⁽²⁾:

المبدأ الأول: تمثيل البيانات ويعني كيفية تمثيل البيانات والمشكلة في جهاز الحاسب الآلي بحيث يتمكن هذا الأخير من معالجتها وتقديم الإخراج المناسب لها.

المبدأ الثاني: فهو البحث وهو ما نعتبره التفكير في حد ذاته حيث يقوم جهاز الحاسب الآلي بالبحث في الخيارات المتاحة أمامه وتقييمها وفقاً لمعايير تم وضعها له، أو قام هو باستنباطها بذاته ومن ثم يقرر الحل المناسب.

المطلب الثاني: أهم تقنيات الذكاء الاصطناعي

من أهم تطبيقات الذكاء الاصطناعي التعليم الآلي، كذلك من تقنيات الذكاء الاصطناعي التعلم الطبيعي⁽³⁾ أو ما يطلق عليه (natural learning processing)، وهناك التفرد التكنولوجي ويطلق عليه بالإنجليزية (The technological singularity)، ويمكن عرض آليات الذكاء الاصطناعي بإيجاز على النحو التالي:

(1) إيهاب إسماعيل، الذكاء الاصطناعي والتكنولوجيا القابلة للارتداد، والبناء المستقبلي لمختبرات فيسيولوجيا الداء الرياضي، القاهرة، مركز الكتاب للنشر، 2023، ص66.

(2) أميرة الصاوي، الصحافة الاستقصائية في زمن الذكاء الاصطناعي، القاهرة، دار العلاء للنشر والتوزيع، 2023، ص79.

(3) أحمد عبد الكافي عبدالفتاح، الصحافة الرقمية في عصر الذكاء الاصطناعي: التحديات والفرص، القاهرة، مؤسسة طيبة، 2023، ص166.

التعلم الآلي : MACHINE LEARNING

من المتفق عليه أن التعلم الآلي أخذ الذكاء الاصطناعي إلى مستوى أعلى من تنفيذ القواعد المحددة مسبقاً. وهكذا، غير ML دور الخوارزميات التي تم استخدامها حتى الآن في إطار الذكاء الاصطناعي، تمكن ML أجهزة الكمبيوتر من التعلم من بياناتها عن طريق إنشاء روابط بينها.

التعلم العميق DL DEEP LEARNING

مستوى أعلى من الـ ML يعتمد على خوارزميات التعلم التي لا تتطلب الإدارة اليدوية. يسمح DL باستخدام مجموعات البيانات المتاحة (البيانات الكبيرة) وقوة الحوسبة لأجهزة الكمبيوتر (مزارع الخوادم، وقوة المعالج، والحوسبة في السحابة).

التعلم الطبيعي NATURAL LEARNING PROCESSING

تعد معالجة اللغة الطبيعية NLP أحد تطبيقات ML و DL، والتي تهدف إلى التعرف على الكلام. لقد مكنتنا سنوات عديدة من البحث في هذا المجال من العمل مع مجموعات كبيرة من البيانات (عينات نصية) توفر السياق والمعجم اللغوي والنحوي والمعاني الدلالية⁽¹⁾.

المبحث الثاني**التطور التشريعي لنظام الذكاء الاصطناعي**

يشهد العالم اليوم تطوراً كبيراً في كافة مجالات الحياة حتى أطلق على العصر الحاضر عصر المعلومات أو الثورة المعلوماتية، وقد أحدثت تقنيات المعلومات أثراً في نطاق تطوير العمل الإداري، من خلال إعادة الطرق التقليدية التي اعتادت الإدارة تقديم

(1) يحيى السيد محمد جاد، اثر الذكاء الاصطناعي على رضا العملاء: دراسة تطبيقية على عملاء الشركة المصرية للاتصالات، رسالة ماجستير، كلية التجارة، جامعة كفر الشيخ، 2023، ص122.

الخدمات والمعلومات من خلالها إلى المواطنين، أما عن طريق الإدارة الإلكترونية فيتم تقديم الخدمات إلى المواطنين بطريقة أكثر تقدماً وسهولة وسرعة، وهو ما يشير إلى بلورة الذكاء الاصطناعي، ونتيجة لتطور منظومة الذكاء الاصطناعي فقد عملت الدول على تطوير تشريعاتها لتتناسب مع التطورات الحديثة التي وقعت في العالم، وفي هذا المبحث نتناول التطور التشريعي للذكاء الاصطناعي من خلال ثلاثة مطالب على النحو التالي:

المطلب الأول: التنظيم القانوني للذكاء الاصطناعي في التشريعات المقارنة

المطلب الثاني: المسؤولية القانونية الناجمة عن أنظمة الذكاء الاصطناعي

المطلب الأول: التنظيم القانوني للذكاء الاصطناعي في التشريعات المقارنة

رغبة من المشرع الفرنسي وكذلك المشرع الأوروبي، لمواكبة التطور الهائل في مجال التكنولوجيا، فقد عمدت الكثير من التشريعات إلى إصدار قوانين خاصة بالروبوتات والذكاء الاصطناعي؛ حيث أصدر المشرع الأوروبي في العام 2017، قانون خاص بالروبوتات، ألقى فيه وصف "الشيء" بالنسبة للروبوت، واستخدم مصطلح "النائب الإلكتروني أو الإنساني"، ثم أصدر الاتحاد الأوروبي في عام 2019، مجموعة إرشادات حول بيان كيفية تطوير تطبيقات الذكاء الاصطناعي سابق الإشارة إليها، أما الولايات المتحدة الأمريكية، فقد أصدرت قانون "مستقبل الذكاء الاصطناعي وآفاقه في العالم" في العام 2017، وهو أول قانون يتمحور حول نظم الذكاء الاصطناعي⁽¹⁾.

أما بالنسبة لموقف المشرع البريطاني فقد تم تعيين لجنة مختارة حول الذكاء الاصطناعي، من قبل مجلس اللوردات في العام 2017، للنظر في الآثار الاقتصادية والأخلاقية والاجتماعية في مجال الذكاء الاصطناعي، في حين نجد أن البرلمان الأوروبي

(1) محمد صديق محمد وساره أحمد حمد، قواعد المسؤولية التقصيرية الشخصية بين القوانين العراقية والقوانين المعاصرة، مجلة الرافدين للحقوق، مجلد 15، عدد 2، السنة 17، 2011.

في العام 2018، اقترح على الدول الأعضاء في الاتحاد، وضع تشريع بشأن الجوانب القانونية لتطوير استخدام الروبوت والذكاء الاصطناعي، ثم اصدر الاتحاد الأوروبي نصوصاً تكميلية، للائحة الأوروبية العامة لحماية البيانات الشخصية، التي تضع إطاراً للتدفق الحر للبيانات غير الشخصية في الاتحاد الأوروبي رقم 1807 لسنة 2018، بينما نجد إن المشرع المصري، قد صدر عن مجلس الوزراء القرار المرقم 2889 لسنة 2019، حول إنشاء مجلس وطني للذكاء الاصطناعي، يختص بوضع الخطط الوطنية حول الذكاء الاصطناعي، وتنفيذها، ومتابعتها، وتحديثها، لكي تتماشى مع التطورات الدولية، كما نجد أن دولة الإمارات العربية المتحدة، قد وضعت العديد من المبادئ والإرشادات حول أنظمة الذكاء الاصطناعي، وضوابط استخدام الذكاء الاصطناعي⁽¹⁾.

المطلب الثاني: المسؤولية القانونية الناجمة عن أنظمة الذكاء الاصطناعي

تتقدم تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي بشكل كبير في حياتنا اليومية في شتى المجالات، كالمجال الطبي والعسكري والقانوني والرياضي وغيرها من المجالات الأخرى؛ حيث يمكن أن تنجز هذه التكنولوجيا عملها بدقة وسرعة هائلة، إلا أنه يمكن أن تتسبب في أضرار جسيمة، وفي هذه الحال يصعب تحديد الشخص المسؤول عن هذه الأضرار، لذا سوف يبين الباحث في هذا الجزء من الدراسة، تصورات حديثة للمسؤولية بعد بيان أحكامهما في مجال الذكاء الاصطناعي⁽²⁾.

وقد كان لموضوع المسؤولية المدنية، محللاً لاهتمام متزايد في الفقه الفرنسي، سواء كانت المسؤولية تعاقدية أو التقصيرية، فإذا كانت أنظمة الذكاء الاصطناعي تقوم على

(1) France intelligence artificielle” Rapport de Synthèse prepare Par legouvernement franCais, voir aussi, G. loiseau et A. martinon, le machinisme intelligent, les Cahiers sociaux, 2017.

(2) محمد السعيد السيد محمد، نحو إطار قانوني شامل للمسؤولية المدنية من أضرار نظم الذكاء الاصطناعي غير المراقب، المؤتمر الدولي السنوي العشرين، كلية الحقوق- جامعة المنصورة، مصر، 2021، ص43.

أساس رابطة عقدية، كانت المسؤولية عقدية، أما المسؤولية التقصيرية فإنها تقوم على الأفعال الضارة.

ومن الناحية القانونية فإن فكرة المسؤولية المدنية، تقوم على عنصر الإدراك، وهو كمال العقل والبلوغ، لذا فإن الشخص يكون مسؤول عن تصرفاته، حينما يرتكب فعلاً يخالف به القانون، ويرتب ضرراً للغير، فلا تقوم المسؤولية دون إدراك، فالأمر يرتبط بالذكاء والإدراك والوعي

تشير هذه النصوص القانونية، إلى القواعد العامة للمسؤولية التقصيرية، وهي الخطأ والضرر، والعلاقة السببية بين الخطأ والضرر، لذا لا يوجد أي انتفاء لمفهوم التعويض عن الضرر في حال تحققه، وهذا هو أساس فكرة قيام المسؤولية التقصيرية والعقدية⁽¹⁾.

ويرى البعض من الفقه - إن القواعد العامة المنصوص عليها في المسؤولية المدنية، كافية للإحاطة بمختلف حالات الخطأ والضرر الناجم عن أنظمة الذكاء الاصطناعي، بينما يرى جانب آخر من الفقه - إن هذا التبسيط للأمور، وتطبيق القواعد العامة المنصوص عليها في نطاق المسؤولية المدنية، فيه تجاهل للتطور الحاصل للذكاء الاصطناعي، نتيجة اقتحامه لعالم القانون، ناقلاً أنظمة الذكاء الاصطناعي، من حيز الأشياء، إلى حيز الأشخاص حيث ذهب الفريق الأول من الفقه، إلى القاعدة العامة في المسؤولية العقدية بأن "العقد شريعة المتعاقدين"، وكذلك القواعد العامة المتعلقة بالمسؤولية عن الأشياء، وضمان العيوب الناشئة عن سوء التصنيع؛ حيث تضمن هذه القواعد مختلف حالات الخطأ والضرر⁽²⁾.

(1) أحمد فتحي الخولي، المسؤولية المدنية الناتجة عن الاستخدام غير المشروع لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، الديب فيك نموذجاً، مجلة البحوث الفقهية والقانونية، عدد 36، أكتوبر، 2021، ص66.

(2) عبدالغني حسونة، الحماية القانونية للبيئة في إطار التنمية المستدامة (أطروحة دكتوراه)، كلية الحقوق و العلوم السياسية، بسكرة: جامعة محمد خيضر، 2013، ص 90-122.

كما أن المسؤولية التقصيرية عن استخدام أنظمة الذكاء الاصطناعي، نص عليها
المشعر الفرنسي في م (1242) من القانون المدني، باعتبار أن أنظمة الذكاء الصناعي شيء
خاضع للحراسة، يقع تحت تصرف المستخدم⁽¹⁾.

نخلص من ما تقدم، إنه في حال توافر عناصر المسؤولية الثلاث كقاعدة عامة، فإن
المسؤولية (العقدية والتقصيرية) تقوم ويترتب على ذلك آثار معينة، أهمها جبر الضرر
الذي يترتب عليها (م 163) من القانون المدني المصري؛ فإذا ما تم استخدام أنظمة الذكاء
الاصطناعي على نحو يلحق ضرراً بالأشخاص، فإنه ينبغي إصلاح هذا الضرر

ومن جهتنا نرى أن قواعد المسؤولية المدنية تكفي لئتم تطبيقها على ما تسببه
أنظمة الذكاء الاصطناعي من ضرر، بمناسبة استخدامها في الحياة اليومية المتزايدة
والمختلفة لكن في انتظار صدور تشريع خاص ينظم عمل الذكاء الاصطناعي وان قواعد
القانون المدني الأوروبية بشأن الروبوتات تقر بعدم كفاية الإطار القانوني الحالي
لتنظيمها وتنظيم المسؤولية عن الأضرار الناجمة عن الأجيال المتقدمة من الروبوتات⁽²⁾.

إلا أن البعض يرى أن هذا الرأي محل نظر، ذلك أن تطبيق أحكام المسؤولية المدنية
بنوعها، على أنظمة الذكاء الاصطناعي، لم يعد كافياً لمواجهة الأضرار التي يحدثها
الذكاء الاصطناعي، كما إنها يتم تطبيقها على الشخص الطبيعي، عند إخلاله بالعقد، أو
بالالتزام، وليس على الذكاء الاصطناعي، على اعتبار أن الذكاء الاصطناعي لا يمكن ان
يكون طرفاً في المسؤولية المدنية

أما فيما يتعلق بأحكام المسؤولية التقصيرية؛ فإن تطبيق أحكامها على
أنظمة الذكاء الاصطناعي، يواجه تحديات كبيرة؛ إذ يجب على المحاكم التي تواجه

(1) محمد حسين عبد العال، مفهوم الطرف الضعيف في الرابطة العقدية، دراسة مقارنة، دار النهضة العربية
القاهرة، مصر، 2007، ص90.

(2) عائشة بنت بطي، مبادئ وإرشادات أخلاقيات الذكاء لاصطناعي، دبي الذكية، الأخلاقيات، الإمارات العربية
المتحدة، 2019، ص87.

متطلبات المسؤولية الناتجة عن أفعال الذكاء الاصطناعي، أن تحدد الشخص الطبيعي والاعتباري المسؤول عن الضرر الناشئ عن تلك الأفعال، إلا أنه وبسبب تطور والاستقلالية في مجال الذكاء الاصطناعي، يجعل من الصعب تقييم أساس المسؤولية، إذا لم يكن ذلك مستحيل أحياناً⁽¹⁾.

المبحث الثالث

مفهوم ومؤشرات التنمية المستدامة

يعد مفهوم التنمية الاقتصادية من أهم المفاهيم العالمية التي ظهرت خلال القرن العشرين؛ حيث أطلق على عملية تأسيس نظم اقتصادية وسياسية متماسكة فيما يُسمى بعملية التنمية، ويشير المفهوم لهذا التحول بعد الاستقلال - في الستينيات من القرن الماضي- في آسيا وإفريقيا بصورة جلية، وتبرز أهمية مفهوم التنمية في تعدد أبعاده ومستوياته، وتشابكه مع العديد من المفاهيم الأخرى مثل التخطيط والإنتاج والتقدم. وقد برز مفهوم التنمية بصورة أساسية منذ الحرب العالمية الثانية؛ حيث لم يُستعمل هذا المفهوم منذ ظهوره في عصر الاقتصادي البريطاني البارز "آدم سميث" في الربع الأخير من القرن الثامن عشر وحتى الحرب العالمية الثانية إلا على سبيل الاستثناء، فالمصطلحان اللذان استُخدما للدلالة على حدوث التطور المشار إليه في المجتمع كان التقدم المادي، أو التقدم الاقتصادي، وحتى عندما ثارت مسألة تطوير بعض اقتصاديات أوروبا في القرن التاسع عشر كانت الاصطلاحات المستخدمة هي التحديث، أو التصنيع، وتتناول هذا المبحث على النحو التالي:

المطلب الأول: تعريف التنمية المستدامة

المطلب الثاني: مؤشرات التنمية المستدامة

(1) Brossollet, C.Jaegy and L.Daniele, "Responsabilite Civil e et Intelligence artificelle", Atelier Clinique Juridique, 2019.

المطلب الأول: تعريف التنمية المستدامة

ظهر مفهوم التنمية وما يتصل به من مفاهيم كمصطلح استخدمه الباحثون والمحللون نتيجة التغيرات التي ظهرت في العالم عمومًا. فمنذ بداية عصر الاستعمار نظرت البلاد الغربية المتطورة إلى البلاد الأخرى نظرة استعلائية، وعند النظر إلى تعريف التنمية الاقتصادية يجب أن نميز بين كلا من مفهوم التنمية الاقتصادية ومفهوم النمو الاقتصادي، فالتنمية الاقتصادية مفهوم قديم ظهر وتداول في أدبيات التنمية الاقتصادية منذ عقود طويلة، ولم يحظى بالاهتمام المستحق سوى مع الإعلان عن عقد التنمية في ستينات القرن العشرين؛ حيث اهتم الباحثون بالتمييز بين النمو الاقتصادي والتنمية الاقتصادية، فالفرق بين المفهومين هو أن النمو الاقتصادي يزيد من الوزن الاقتصادي للدولة بين دول العالم، لكنه ربما يفشل في تحسين حياة الأفراد، أما التنمية الاقتصادية فتستهدف زيادة السلع والخدمات التي من شأنها تحسين حياة المواطنين⁽¹⁾.

وعند النظر إلى التعريفات التي عرضها الكتاب والمفكرين للتنمية الاقتصادية، يتضح أن الفكر الاقتصادي في تعريفه للتنمية إلى تيارين رئيسيين:

التيار الأول: يمثل الفكر الاقتصادي في الغرب، ويستمد مفهومه من تجربة النمو الاقتصادي الغربي، ولا يميز غالباً بين النمو والتنمية. ويؤكد تعريف هذا التيار للتنمية على إنها: العملية الهادفة إلى خلق طاقة تؤدي إلى تزايد دائم في متوسط دخل الفرد الحقيقي بشكل منتظم لفترة طويلة من الزمن⁽²⁾.

التيار الثاني: يؤكد تعريف هذا التيار للتنمية على أنها العملية الهادفة إلى أحداث تحولات هيكلية اقتصادية - اجتماعية يتحقق بموجبها للأغلبية الساحقة من أفراد

(1) فخر الدين الفقى، أسواق الأوراق المالية بين دورها التنموي والإنمائي مع التطبيق على الاقتصاد الليبي، رسالة ماجستير، جامعة القاهرة، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية، 2011، ص7.

(2) European Banking Federation. (2019). Aisbl, EBF Position Paper on AI In the Banking Industry, Brussels, Belgium, 1. July. pp.4-10

المجتمع مستوى من الحياة الكريمة التي تقل في ظلها ظاهرة عدم المساواة وتزول بالتدرج مشكلات البطالة والفقر والجهل والمرض، ويتوفر للمواطن قدر أكبر من فرص المشاركة وحق المساهمة في توجيه مسار وطنه ومستقبله

وقد تأثر التيار الثاني بنتائج التجارب التنموية في الخمسينات والستينات من القرن العشرين ولاسيما تجربة أمريكا الجنوبية وبعض الدول الآسيوية، إذ عجز النمو الاقتصادي في هذه البلاد عن رفع مستوى معيشة المواطنين وحل مشاكلهم.

إن هذين التيارين متفقان على أن القاعدة الأساسية للتنمية تتمثل في إيجاد البناء الإنتاجي القادر على رفع متوسط إنتاجية الفرد وزيادة كفاءة المجتمع لتحقيق تزايد منتظم في إنتاج السلع والخدمات يفوق التزايد في عدد السكان، وعلى الرغم من اختلاف هذين التيارين حول أهمية التركيز على تقليل ظاهرة عدم المساواة وضرورة توزيع أكثر عدالة لثمرات التنمية إلا أن مهمة إيجاد الطاقة الإنتاجية من هيكل مادي وقدرة بشرية ومواقف اجتماعية - تمثل لدى التيارين المرتكز المادي والبشري لعملية التنمية، وتعد خطوة أولية لا جدال حولها حيث لا يمكن تحقيق زيادة منتظمة في متوسط الدخل الحقيقي للفرد، ولا يمكن القضاء على البطالة والفقر والجهل والمرض، دون تحقيق قدرة إنتاجية ذاتية لدى المجتمع تمكنه من زيادة متوسط إنتاجية الفرد من السلع والخدمات.

وبناء على ما تقدم يمكن تعريف التنمية الاقتصادية بأنها عملية مجتمعية واعية موجهة نحو إيجاد تحولات في البناء الاقتصادي - الاجتماعي، تكون قادرة على تنمية طاقات إنتاجية مدعومة ذاتياً تؤدي إلى تحقيق زيادة منتظمة في متوسط الدخل الحقيقي للفرد وفي الوقت نفسه تكون موجهة نحو تنمية علاقات اجتماعية - سياسية، تكفل زيادة الارتباط بين المكافأة وبين كل من الجهد والإنتاجية، كما تستهدف توفير الحاجات الأساسية للفرد وضمان حقه في المشاركة وتعميق متطلباته واستقراره في المدى الطويل⁽¹⁾.

(1) Palmaris, I., & et.al. (2021). A panoramic view and swot analysis of artificial intelligence for achieving the sustainable development goals by 2030: progress and prospects. Applied Intelligence, 51(9), 6497-6527.

ويلاحظ بعض الباحثين أن هذا التعريف أكثر تعبيراً عن واقع البلدان النامية وأكثر شمولاً لأهدافها خاصة وأنه يأخذ بالجانب الاجتماعي بنفس أهمية الجانب الاقتصادي، ولذلك يجب أن تأخذ برامج التنمية في البلدان النامية بنظر الاعتبار معالجة هذين الجانبين في وقت واحد، إذ أن معالجة واحد منهما دون الآخر إنما يعني قصوراً في معالجة محتوى عملية التنمية بأكملها، وما يترتب عليه من عدم تحقيق أهداف تلك البرامج التنموية⁽¹⁾.

ومنذ بداية ثمانينات القرن الماضي بدأ العالم يصحو على ضجيج العديد من المشكلات البيئية الخطيرة التي باتت تهدد أشكال الحياة فوق كوكب الأرض، وكان هذا طبيعياً في ظل إهمال التنمية للجوانب البيئية طوال العقود الماضية، فكان لا بد من إيجاد فلسفة تنموية جديدة تساعد في التغلب على هذه المشكلات، وتمخضت الجهود الدولية عن مفهوم جديد للتنمية عرف باسم التنمية المستدامة، وكان هذا المفهوم قد تبلور لأول مرة في تقرير اللجنة العالمية للبيئة والتنمية الذي يحمل عنوان مستقبلنا المشترك Our Common Future ونشر لأول مرة عام 1987⁽²⁾.

وعرفت هذه التنمية في هذا التقرير على أنها: "تلك التنمية التي تلبى حاجات الحاضر دون المساومة على قدرة الأجيال المقبلة في تلبية حاجياتهم" وعرف قاموس ويبستر Webster هذه التنمية على أنها تلك التنمية التي تستخدم الموارد الطبيعية دون أن تسمح باستنزافها أو تدميرها جزئياً أو كلياً⁽³⁾.

(1) نوزاد الهيتي، تنمية الموارد البشرية: مدخل للتطور التكنولوجي في دول مجلس التعاون لدول الخليج العربية، مجلة التعاون، الأمانة العامة لمجلس التعاون لدول الخليج العربية، السنة الثالثة عشرة، العدد 48، 1419هـ-1998، ص45.

(2) Don Geis and Tammy Kutzmark, Developing Sustainable communities. The future is Now, Center of Excellence for Sustainable Development Web, 2/12/1998

(3) محمد غنايم، دمج البعد البيئي في التخطيط الإنمائي، منشورات معهد الأبحاث التطبيقية (أريج)، القدس، 2001م.

وعرفها وليم رولكز هاوس W.Ruckelshaus مدير حماية البيئة الأمريكية على أنها تلك العملية التي تقر بضرورة تحقيق نمو اقتصادي يتلاءم مع قدرات البيئة وذلك من منطلق أن التنمية الاقتصادية والحفاظة على البيئة هما عمليات متكاملة وليست متناقضة⁽¹⁾.

وفي ظل تلك التعريفات يمكن القول إن التنمية المستدامة تسعى لتحسين نوعية حياة الإنسان ولكن ليس على حساب البيئة وهي في معناها العام لا تخرج عن كونها عملية استغلال الموارد الطبيعية بطريقة عقلانية بحيث لا يتجاوز هذا الاستغلال للموارد معدلات تجدها الطبيعة وبالذات في حالة الموارد غير المتجددة، ويجب أن يكون هذا الاستغلال بطرق وأساليب لا تفضي إلى إنتاج نفايات بكميات تعجز البيئة عن امتصاصها وتحويلها وتمثيلها، على اعتبار أن مستقبل السكان وأمنهم في أي منطقة في العالم مرهون بمدى صحة البيئة التي يعيشون فيها، وهنا تبرز أهمية التنمية المستدامة للأجيال الحالية والمستقبلية في ظل ظروف الموازنة بين معدلات الاستهلاك والموارد المتجددة دون إلحاق الأذى بالبيئة، وفي هذا الصدد فإن أحد أهم إنجازات مؤتمر عام 1994م للسكان والتنمية يتمثل في توسيع مفهوم التنمية من مجاله الاقتصادي الضيق إلى مفهوم واسع شامل لنوعية الحياة سواء في الحاضر أو المستقبل⁽²⁾.

واللافت للنظر أن الكثير من الناس بمن فيهم بعض المتخصصين والباحثين يفترض أن التنمية المستدامة ظهرت كرد فعل للمشكلات البيئية الكثيرة والخطيرة التي بدأ العالم يواجهها نتيجة سياسات واستراتيجيات التنمية المطبقة، ومع أن هذا إلى حد ما صحيح ويشكل جزءاً من مفهوم التنمية المستدامة إلا أنه لا يعكس محتوى المفهوم كاملاً فالأوضاع البيئية في أي منطقة ليست فقط نتائج ولا يمكن التعامل معها كذلك بمعزل عن أسبابها

(1) John Tinder, Remote Sensing and GIS Towards Sustainable Development, <http://www.oicc.org/seminar/papers/51-JTinders/51-JRinderformatted.htm>.24/3/2004

(2) Northwest Report, Changing Direction Toward Sustainable Culture Center of Excellence for Sustainable Development, Web site, 2/12/1998

الاقتصادية والاجتماعية، ولذلك كشفت التنمية المستدامة ممثلة بما تطرحه وتعالجه من قضايا بيئية قائمة في أنحاء العالم عن خلل كبير في السياسات والاستراتيجيات التنموية المطبقة وفي كل القطاعات الاقتصادية والاجتماعية والعمرائية ودون استثناء، وأصبحت هذه المشكلات البيئية أسبابا رئيسة للفقر واللامساواة

وهذا ما تؤكده اللجنة العالمية للبيئة والتنمية التابعة للأمم المتحدة في تقريرها حيث تقول: "إن الكثير من اتجاهات التنمية الحالية تؤدي إلى إفقار أعداد متزايدة من البشر وتجعلهم أكثر عرضة للأذى، بينما تؤدي في الوقت نفسه إلى تدهور البيئة وبالتالي فالقضية ليست مجرد وجود مشكلات بيئية يواجهها العالم كما يتصور الكثيرون بقدر ما هي قضية مرتبطة بالأوضاع الاقتصادية والاجتماعية والثقافية القائمة في مناطق العالم المختلفة والتي اصطلح على تسميتها في الأدب التنموي الحديث باسم ظروف التنمية ذلك أن الحديث عن وقف التدهور البيئي والحد من استنزاف الموارد الطبيعية من خلال استغلالها بشكل عقلاني يتطلب معرفة تفصيلية بالبيئة الجغرافية للمنطقة المستهدفة بالتنمية

المطلب الثاني: مؤشرات التنمية المستدامة

شهد العالم خلال العقود الثلاثة الماضية إدراكا متزايدا بأن نموذج التنمية الحالي (نموذج الحداثة) لم يعد مستداما، بعد أن ارتبط نمط الحياة الاستهلاكي المنبثق عنه بأزمات بيئية خطيرة مثل فقدان التنوع البيئي، وتقلص مساحات الغابات المدارية، وتلوث الماء والهواء، وارتفاع درجة حرارة الأرض (الدفء الكوني)، والفيضانات المدمرة الناتجة عن ارتفاع منسوب مياه البحار والأنهار، واستنزاف الموارد غير المتجددة، مما دفع بعدد من منتقدي ذلك النموذج التنموي إلى الدعوة إلى نموذج تنموي بديل مستدام يعمل على تحقيق الانسجام بين تحقيق الأهداف التنموية من جهة وحماية البيئة واستدامتها من جهة أخرى⁽¹⁾.

(1) كالفرت، بيتر وسوزان كالفرت، السياسة والمجتمع في العالم الثالث، مقدمة، ترجمة عبدالله جمعان الغامدي، مطابع جامعة الملك سعود، الرياض، 2002، ص66.

وفي هذا السياق يشير كل من سوزان وبتر كالفرت إلى أن البشرية تواجه في الوقت الحاضر مشكلتين حادتين، تتمثل الأولى في أن كثيراً من الموارد التي نعتبر وجودها الآن من المسلمات معرضة للنضاد في المستقبل القريب، أما الثانية فتتعلق بالتلوث المتزايد الذي تعاني منه بيئتنا في الوقت الحاضر والناج عن الكم الكبير من الفضلات الضارة التي ننتجها. ونتيجة لذلك فقد أسهمت الضغوط المشتركة لكل من ازدياد الوعي بالندرة القادمة وتفاقم مشكلة السّمية في العالم إلى بروز مسألة الحفاظ على البيئة واستدامتها كموضوع مهم سواء في مجال الفكر أو السياسة.

وبينما يصف تعريف بروندتلاند بغموض شديد الإجماع العام حول تعريف الاستدامة، إلا أن هناك جدلاً واسعاً حول وسائل ضمان استقرار الأجيال القادمة. فالتفسيرات المتعلقة بكيفية تنفيذ "التنمية المستدامة" تتباين ما بين تلك التي تتبنى التركيز الضيق على الاقتصاد أو الإنتاج إلى تلك التي تدعو إلى استيعاب واسع للثقافة والبيئة فضلاً عن أن هذا التعريف قد أعتبر منحازاً إلى نموذج إرشادي تنموي محدد (يتمركز حول الإنسان) ولذلك رفض وانتقد من قبل كثير من الكتاب.

ولكي نمسك بزمام نطاق التعريفات المتنوعة والمتنافسة للتنمية المستدامة فمن الضروري وقبل كل شيء أن نعترف بأن نقطة البداية لكثير من أدبيات التنمية المستدامة - ولو أنها في الغالب ضمنية بدلا من أن تكون صريحة - تتمثل في ما يطلق عليه "التناقض البيئي Environmental Paradoxy"، لأن هذا يعني بالنسبة لجميع المهتمين بالتنمية المستدامة تقريبا أن هناك تناقض بين ما هو مطلوب من الأرض وبين ما يمكن للأرض أن تقدمه.

كذلك لكي نطور مفهوماً متفقاً عليه للتنمية المستدامة فإنه يجب أن يكون هناك فهما مشتركاً للشيء المراد استدامته. كما لاحظنا أن للمفهوم جوهرًا متمركزاً حول الإنسان بشكل مهيم في أدبيات التنمية المستدامة؛ حيث كان التركيز على استدامة

المجتمع الإنساني على الأرض. لكن أي مجتمع إنساني؟ والإجابة طبقاً لتقرير بروندتلاند تعني ذلك المجتمع الإنساني القادر على الإيفاء باحتياجاته، إلا أن تلك الاحتياجات يمكن أن تفهم بطرق مختلفة.

ومن ثم يمكن القول أن المشكلة الأكثر وضوحاً في هذا المجال تتمثل في التنامي المفرط للنشاطات الإنسانية لاستغلال موارد الطبيعة في مقابل القدرة المحدودة للأنساق الحيوية الطبيعية للإيفاء بتلك النشاطات. ولذا فإن أحد أفضل التعريفات العملية للملائمة "للاستدامة" يمكن أن تتمثل في "تحقيق الحد الأعلى من الكفاءة الاقتصادية للنشاط الإنساني ضمن حدود ما هو متاح من الموارد المتجددة وقدرة الأطر الحيوية الطبيعية على استيعابه" مع ربطها باحتياجات الجيل الحالي والأجيال القادمة، بشرط أن تكون تلك الاحتياجات مما لا يلحق تهديداً جدياً بالعمليات الطبيعية، والمادية، والكيميائية، والحيوية. أي أن هناك قيوداً مزدوجاً على التنمية المستدامة: يرتبط جانب منه بأداء العمليات الطبيعية، أما الآخر فيتعلق بالإيفاء بالاحتياجات الموضوعية، فضلاً عن الاحتياجات الإنسانية الحالية والمستقبلية كلما كان ذلك ممكناً. ولتحقيق هذا الأمر فإنه لا بد من العمل على تعظيم إنتاجية الموارد من جهة وتقليل العبء الذي تتحمله البيئة (سواء من حيث الموارد أو الطاقة) من جهة أخرى⁽¹⁾.

وهذا يعني ضمناً العمل على تقييد النشاطات الإنسانية ضمن نظام محدد بعناية يمكن من خلاله التحقق من عدم فرض أي أعباء إضافية على النسق الحيوي للأرض أو الأجيال القادمة. إذن فإن ما ينبغي العمل على استدامته هو ذلك الوضع المتوازن عالمياً بين احتياجات الإنسان واحتياجات الطبيعة؛ حيث يجب الإيفاء بمعظم احتياجات الطبيعة لأن تحقيقها يعتبر أمراً حاسماً للبشر.

(1)Agyeman, Julian & Others. Exploring the Nexus: Bringing Together Sustainability Environmental Justice and Equity, *Space & Polity*, Vol. 6, No. 1, 2002, 77–90

الاستدامة الضعيفة أو الضحلة (المتركزة حول الإنسان):

تزعم حركة الاستدامة الضعيفة التي عرفت أيضاً "بالبئية الضحلة" "shallow environmentalism" بأن هناك حاجة لتوسيع نطاق المخزون من الموارد وأن هذا يمكن تحقيقه من خلال تطوير موارد متجددة، وإيجاد بدائل للموارد غير المتجددة، والاستخدام الأمثل للموارد الحالية و/أو البحث عن حلول تكنولوجية لمشاكل من قبيل نفاذ الموارد والتلوث. وفي القلب من هذا الخطاب يكمن تفاؤلاً ضمنياً يتمثل في الثقة بأن البشر سيجدون حلاً لكل مشكلة بيئية تبرز على السطح، كما سيكونون قادرين على تعزيز مخزون الموارد وذلك لأن التقدم التقني كما يفترض سيمكن البشر من التحكم في الأرض لتلبية مطالبهم المتنامية. ومن ثم فإن أي مشكلة تظهر ستحل من خلال التطور التقني. ويجادل أنصار هذا الموقف بأن أسباب الأزمة البيئية التي يعيشها كوكب الأرض لا تكمن في قيم نموذج الحداثة المهيمن المتمركز حول البشر ولا في معايير أو مؤسساته وممارساته بل أن تلوث الماء والهواء ونفاذ الموارد الطبيعية وتناقص التنوع البيئي والفقر وحالات عدم المساواة هي نتيجة للجهل والجشع والممارسات الحمقاء في التعامل مع البيئة. ومن ثم يمكن كبح مثل هذه الممارسات الحمقاء الملامة خلقياً عبر سن تشريعات وتغيير السياسة العامة، وزيادة التعليم، وتغيير القوانين الضريبية، وإعادة الأراضي العامة إلى مالكيها.....، والتأكيد على الالتزامات الخلقية نحو الأجيال المستقبلية، وتشجيع الإدارة الحكيمة للطبيعة وتشجيع آخر لاستخدام رشيد للموارد الطبيعية⁽¹⁾.

كما أنهم متفائلون بشكل عام حيال قدرة الإنسان على حل أي مشكلة يمكن أن تظهر فيما يتعلق بنفاذ الموارد. وينبع هذا التفاؤل من الاعتقاد بأن الخبرة العلمية والتقنية في المجتمع الصناعي الحديث ستردم الفجوة بين الطلب والموارد من خلال التحكم في مخزون الموارد - للإيفاء باحتياجات المجتمع. ومن ثم يزعم أنصار الاستدامة المتمركزة حول

(1) French P. W. The Changing Nature of, and Approaches to UK Coastal Management at the Start of the Twenty-First Century. Geographical Journal.170 issue 2, 2004, 116-125.

الإنسان أنه ليس هناك حاجة لتحويل أو تعديل الخطاب السائد حول الطبيعة والبيئة والتقدم الاقتصادي والتنمية والذي ينظر للطبيعة في الغالب كمورد للبشر حق الهيمنة عليه واستغلاله فضلا عن الاعتقاد بأن التقدم الاقتصادي يعتبر معيارا شرعيا للتقدم وخلال العقود الأربعة الماضية تم استيعاب الاعتبارات البيئية الأساسية بنجاح من خلال مؤشرات كل من التنمية المستدامة والتحديث البيئي اللذين يهيمنان على الخطاب البيئي في الوقت الحاضر. ومع ذلك فإن حركة الاستدامة البيئية الضحلة هذه تمثل حيزا من المنظورات المتناقضة بل إن ما نجده في الواقع هو تعاقب مرحلي للفكر بين منظرها. وبرغم أن ما يميز هؤلاء هو أنهم لا يرون حاجة لأحداث أي تغيير جذري فيما يتعلق بالتقدم والتنمية الاقتصادية، إلا أن هناك طيفا من المواقف التي تبحث وبدرجات متفاوتة عن تنازلات تجاه الحماية البيئية. وبدلا من الاعتقاد بوجود إيجاد حلول للأثار السلبية (الاقتصادية والاجتماعية والبيئية) للرأسمالية باستخدام ذكاء وابداع المجتمع بشكل عام، فإن أنصار الاستدامة الضحلة يزعمون في الغالب أن على الرأسمالية أن تستوعب المشاكل البيئية بشكل أفضل. ولذا فإنهم يتبنون، على سبيل المثال، إدخال تحسينات على وكالات مراقبة البيئة، وترشيد استخدام الموارد، واستخدام أفضل الوسائل لتقييم المشاريع لدراسة وتقدير الأثار البيئية للمقترحات والتعديلات الاقتصادية كي تأخذ في الاعتبار الأضرار التي قد تلحق بالبيئة⁽¹⁾.

وبرغم التفاؤل الذي يسود بين أنصار هذا التوجه من أن إحدى أهم النتائج المترتبة على تنامي تطور علاقة الإنسان التبادلية مع الطبيعة في ظل ظروف مجتمع المعلومات أو المجتمع ما بعد الصناعي تتمثل في العملية التي تعرف بـ dematerialization (تقليص الاعتماد على الموارد المادية) والتي تعني الحصول على نفس النتائج أو نتائج أفضل بقدر أقل من استهلاك الموارد المادية من خلال تحويل المنتجات إلى خدمات لدعم وتبرير العمليات الإنتاجية الصديقة (غير الضارة) للبيئة، ونشر التغييرات البنائية المصاحبة لها،

(1) Grubb, M. International Emissions Trading Under the Kyoto Protocol: Core Issues in Implementation. *RECIEL* 2, 1998, 140-146.

إلا أن النسق الاقتصادي الآخذ في التبلور نتيجة لتلك الإبداعات يعاني كما يقول ليفين Levin من عدة تشوهات. فعلى سبيل المثال يلاحظ أن فروع الإنتاج المعلوماتي تتميز بنمو متسارع مما قد يتسبب في حدوث عواقب وخيمة، وعندها يمكن الحديث عن ما يعرف بتأثير فقاعة الصابون بالنسبة لهذا القطاع من الاقتصاد التي تعني أن حدوث أدنى قدر من التغيرات في الحالة السياسية والاقتصادية قد يحدث موجات عديدة من التوتر في سوق الأسهم على مستوى العالم كله.

أما فيما يتعلق بمصطلح dematerialization ذاته فلا يبدو أنه ملائم كعلامة للعمليات القائمة حيث أن أهداف الاستهلاك الإنساني لا يمكن إحلالها كلياً بنظائرها الافتراضية. ورغم أن الميزة المحددة للتطور التقني في مجتمع المعلومات تتمثل في الإحلال التدريجي للمتطلبات المادية للاستهلاك بأخرى افتراضية، إلا أن هذه النزعة لا يمكن أن تشمل تماماً كل مجالات الاستهلاك، كما أن الاستهلاك غير المادي يظل خطيراً على البيئة التي يعيش فيها الإنسان. فقد أعتقد كثيرون أن تطور أنظمة الاتصال مثلاً سيقضي بالتدريج على الروابط القائمة بين الناس، والحاجة إلى الاتصال الشخصي، أو حتى أن الحركة المكانية ستتقلص؛ حيث سيتم تنفيذ معظم العمليات التي تعتبر سلوكاً معتاداً للإنسان المتحضر- مثل التسوق، والخدمات البنكية، والعمل- من بعد من خلال أجهزة الحاسوب، ومن ثم يمكن القضاء على واحدة من أكبر الأزمات البيئية المتمثلة في تلوث الهواء الناتج عن عوادم السيارات فضلاً عن الازدحام السكاني

ومع أنه في ظل هذه الظروف يستطيع الناس أن يقابلوا بعضهم بعضاً "افتراضياً"، إلا أنه لا يمكن القيام بكل أشكال النشاط الإنساني بهذه الطريقة ويبقى اللقاء الشخصي هاماً. وهذا يؤدي إلى زيادة كبيرة في معدل المسافة التي يقطعها كل شخص أو معدل الرحلات الشخصية. ولا يزال مثل هذا الأمر قائماً حتى في الدول المتقدمة. فضلاً عن ذلك يجب ألا ننسى عامل آخر لا يقل أهمية فيما يتعلق بمزيد من التطور في المواصلات "الحقيقية": فمع انتشار الناس وتوزعهم على "قرى الحاسوب" ستزداد المسافة بين المنتج

للسلع والمستهلك لها كما هو ملاحظ في تجربة البلدان الأكثر تقدماً في هذا المجال. وحيث أنه لا يمكن لثلاجة منزلية مثلاً طلبت عن طريق الإنترنت أن ترسل عبر الفاكس أو الحاسوب فإن حركات الناس عبر المكان تتزايد بنفس معدل تزايد الاتصالات الإلكترونية بينهم⁽¹⁾.

وهناك أثر آخر لا يقل أهمية لتطور تقنيات الاتصال يتمثل في تنامي استهلاك الطاقة في البلدان المتقدمة. فكل منزل في البلدان المتقدمة تقريباً لديه الكثير من الأجهزة المصممة لكي تستهلك قدرًا مطردًا من الطاقة. فالأجهزة التي تعمل ليلاً ونهاراً بدون توقف تعتبر أمراً معتاداً كما هو الحال مع أجهزة الحاسوب، ولا يبدو أن مثل هذه النزعة لاستهلاك المزيد من الطاقة في طريقها للتقاص في المستقبل القريب بل أنها تشهد تنامياً مطرداً، بل أن الأمر سيتطلب إنتاج قدرًا أكبر من الطاقة عندما يتم تطبيق الخطط من أجل ما يعرف "بالبيوت الذكية" التي يتم التحكم في كل وظائف الحياة اللازمة فيها عن طريق الأتمتة الذكية. وعندما نأخذ في الاعتبار أن القدر الأكبر من كهرباء العالم يتم توليده من خلال محطات الكهرباء الحرارية (التي تستخدم أساساً الوقود الأحفوري كالفحم الخام أو الغاز الطبيعي) نجد أن فرض مثل ذلك العبء الإضافي يمكن أن يقضي على كل الجهود الهادفة إلى إنجاز تنمية مستدامة (Levin 2006: 66-68).

وهناك اتجاهان يتمتعان بشعبية متزايدة ضمن أدبيات هذا الاتجاه. أولهما: ما يشار إليه أحياناً "التحديث الإيكولوجي" "Ecological Modernization" (see for example: الذي يزعم أن الممارسات الاقتصادية الحالية متجذرة بشكل عميق في نموذج الحداثة ومرتبطة بالمؤسسات العلمية التقنية الحديثة. وبناءً عليه فإن "المؤسسات المهمة تستطيع بالفعل أن تتعلم وأن تعلمها يمكن أن ينتج تغيراً مفيداً"⁽²⁾.

(1) Ibid

(2) Development in Policy Making. Environment, Development and Sustainability, 7, no.1, 2005, 135-151.

الخاتمة والتوصيات:

تناول الباحث بيان ماهية أنظمة الذكاء الاصطناعي؛ حيث تم تعريفه بأنه "علم وهندسة صناعة الآلات الذكية" وأن أنظمة الذكاء الاصطناعي مرت بمراحل تاريخية أدت إلى تطوره ووصوله إلى الحالة التي عليها اليوم، كما أن التشريعات قد عمدت إلى إصدار قوانين خاصة بأنظمة الذكاء الاصطناعي وان هذه القوانين دائما ما تأتي بأحكام قانونية أدق من القوانين السابقة وبهذه الكيفية تطورت تشريعات الذكاء الاصطناعي، وقد كانت المسؤولية الناجمة عن أنظمة الذكاء الاصطناعي محل اهتمام التشريعات المقارنة، لغرض تحديد على من تقع تلك المسؤولية سواء كانت مدنية أم جنائية، وان بعض التشريعات محل الدراسة ترى بان القواعد العامة المنصوص عليها في القانون المدني تكفي ليطم تطبيقها على أنظمة الذكاء الاصطناعي، كما بين الباحث في هذه الدراسة تعريف المستهلك الذي تم تعريفه بأنه: " هو الشخص الطبيعي أو المعنوي الذي يتزود بسعة أو خدمة بقصد الإفادة منها، كما بين الباحث كيفية توفير حماية قانونية للمستهلك، وان دخول أنظمة الذكاء الاصطناعي في العديد من المجالات قد يؤدي بسبب ضرر، وهو ما يستوجب تحديث التشريعات الوطنية والدولية من أجل إصدار تشريعات تنظم عمل أنظمة الذكاء الاصطناعي".

وتبين أن هناك الكثير من المجالات التي تتمحور حولها مهارات الذكاء الاصطناعي والتي تتعدد ما بين التعلم والإدراك والتخطيط، كما ولا يزال الذكاء العام أو الذكاء الاصطناعي القوي هدف بعيد المدى لبعض الأبحاث في هذا المجال، لذلك كان من الواجب إعطاء فكرة عن الذكاء البشري والمنافس الأوحده للذكاء الاصطناعي ومصدره وذلك من أجل معرفة الدور الذي لعبه الذكاء البشري في تطور الذكاء الاصطناعي، فنجد أنه تتفاوت الآراء حول تعريف الذكاء البشري من قبل الكثير من المفكرين والعلماء في مختلف المجالات العلمية ولكن بناء على العديد من الدراسات فإن المعرفة التي يجدها الإنسان في

نفسه بدون أن يفهم سببها والتي تساعده على فهم الأمور من أول مرة بالإضافة إلى مساعدته على التعامل مع المفاهيم المجردة، فإن هذا ما يسمى بالذكاء البشري.

ومن ناحية أخرى، هناك الكثير من الباحثين والعلماء الآخرين كانوا يعرفون الذكاء الإنساني بأنه القدرة الذهنية أو الإدراك الحسي الذي ينتج عن الوعي الذاتي والعزيمة التلقائية أو الإرادة لدى الإنسان العاقل، ويمكن القول أنه بدون الذكاء الذي يعمل على تنمية القدرات لدى الإنسان فلن يستطيع تحقيق أهدافه المطلوبة.

في حين أن هناك من يري أن الذكاء البشري هو المقدرة على الاستفادة من التجارب السابقة للإنسان من قبل الإنسان نفسه أو من قبل الآخرين أيضاً في حل المعوقات التي تحصل في حاضره أو حاضره، وهو كذلك الملكة في تنبؤ ما قد يحصل في المستقبل.

وقد خلصت الدراسة إلى عدد نتائج من أبرزها ضرورة اهتمام المشرع بوضع قوانين عصرية لتكون ناظمة تقنية الذكاء الاصطناعي، كما انتهت إلى عدد من التوصيات من أهمها السرعة في وضع إجراءات قانونية لهذه التقنية الحديثة والمتطورة بشكل متسارع لتعود بالنفع على تطوير الاستثمار بشكل أفضل.

مما سبق يتبين أن التنمية المستدامة نهج حياة وأسلوب معيشة وفلسفة تقوم على التفكير بطريقة شمولية تكاملية من خلال استخدام أسلوب النظم الكلية والفرعية وما يربطها من علاقات وتفاعلات وما يترتب عليها من نتائج وعمليات تغذية راجعة في التعامل مع مشكلات المجتمعات الإنسانية، ذلك إن وضع حل لكل مشكلة على انفراد غير كاف ولم يؤد إلى تحقيق أهداف التنمية في كثير من المجتمعات في ظل مفاهيم التنمية المختلفة كما حدث في عقود التنمية الماضية.

إن تطبيق فلسفة التنمية المستدامة يعني أننا مطالبون سكاراً وصناع قرار بتغيير طرق تعاملنا مع الأشياء في بيئاتنا المحلية والسير في ثلاثة اتجاهات رئيسة هي: المحافظة على البيئة، تحقيق نمو اقتصادي معقول، تحقيق العدالة الاجتماعية. إن السير في هذه

الاتجاهات بشكل متواز ومتوازن وعقلاني سيقودنا إلى تحسين مستويات معيشتنا وضمان حياة جيدة لنا وللأجيال القادمة.

التوصيات:

بعد أن انتهينا من دراسة تأثير الذكاء الاصطناعي على معدلات التنمية المستدامة نقدم عدد من التوصيات التي نضعها بين يدي صانعي السياسة العامة وذلك على النحو التالي:

التوصية الأولى:

أهمية سن تشريع خاص بالذكاء الاصطناعي بشرط أن يقوم المختصين بعلوم الحاسب الآلي بدور مهم في صياغة نصوصه بالاشتراك مع ممثلين عن كافة القطاعات المختصة بتقنيات الذكاء الاصطناعي، كما أنه من الأهمية بمكان أن تؤخذ المتطلبات التشريعية والأخلاقية في الاعتبار أثناء عملية البرمجة والتطوير للتطبيقات الذكية وذلك لتقليل خطورتها وضمان انسجامها مع هذه المتطلبات أثناء استعمالها.

التوصية الثانية:

يجب وضع معايير مهنية وصناعية وأخلاقية فيما يتعلق باستخدام الذكاء الاصطناعي في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، مع ضرورة تأهيل اليد العاملة للتعامل مع مختلف تقنيات الذكاء الاصطناعي ونشر الوعي بما يزيد الاستفادة من مزاياه واثقائها سلبياتها في سبيل تحقيق تنمية مستدامة.

التوصية الثالثة:

ندعو الجهات العامة ذات الصلة بالشركات إلى اعتماد نظام ذكاء اصطناعي لمركزية التدقيق لحسابات الشركات على أن يكون لهذا النظام وصول إلى السجلات الإلكترونية للشركات والمتعلقة بحساباتها، بحيث يتاح له تدقيقها بوقت قياسي، وبكلفة متدنية، وعلى مستوى عال من الدقة والحيادية وطبقاً للمعايير الدولية.

التوصية الرابعة :

على التشريعات الحديثة بما فيه التشريع المصري أن ينتفض من السبات الذي يسيطر على التشريعات المصرية منذ عقود من الزمن، وان يدرك أن مع التطورات التكنولوجية، أصبحت هناك ضرورة حتمية لتطوير وإصدار تشريعات جديدة، ومنها تشريعات تتناول بالتنظيم عمل "أنظمة الذكاء الاصطناعي".

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المراجع باللغة العربية:

أ- الكتب:

- الكتب العامة:

- 1) أحمد خضر، الإفصاح والشفافية كأحد مبادئ الحوكمة في قانون الشركات، الإسكندرية، دار الفكر الجامعي، 2012
- 2) عبد الله عايد خلف، أحكام التعاقد عن طريق الإنترنت، رسالة ماجستير، معهد البحوث والدراسات العربية، قسم الدراسات القانونية، 2006
- 3) حماد، طارق، التجارة الإلكترونية (المفاهيم - التجارب - التحديات)، الدار الجامعية بالإسكندرية، 2005
- 4) نجم عبود نجم، الإدارة والمعرفة الإلكترونية، عمان، دار البازوري للنشر والتوزيع، سنة 2009
- 5) خالد بن عبد الإله السعيد، معوقات تطبيق التطور التقني في الأجهزة الأمنية وانعكاساتها الإدارية، جامعة نايف للعلوم الإدارية والأمنية، الرياض، 2003
- 6) عدنان مصطفى البار، التحول الرقمي كيف وماذا، جامعة الملك عبد العزيز، جامعة أم القرى، السعودية، 2019.
- 7) ثابت إدريس، نظم معلومات إدارية في المنظمات المعاصرة، الإسكندرية، الدار الجامعية، 2005
- 8) حسن عثمان محمد عثمان، أصول القانون الإداري، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2006

9) خالد واصف الوزني، أحمد حسين الرفاعي، مبادئ الاقتصاد الكلي بين النظرية والتطبيق، عمان، دار وائل للنشر، 2000.

10) دوجلاس موسشيت، مبادئ التنمية المستدامة، ترجمة (بهاء شاهين)، القاهرة، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، 2000

11) صبحي العتيبي، تطور الفكر والأساليب في الإدارة، عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2005، ص 158.

12) عاصم الأعرجي، وآخرون، نظريات التطوير الإداري، العراق، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، 1982

13) عبد الحميد مغربي، الإدارة الاصول العلمية والتوجيهات المستقبلية لمدير القرن الحادي والعشرين، المنصورة، المكتبة العصرية، 2006

14) كالفرت، بيتر وسوزان كالفرت، السياسة والمجتمع في العالم الثالث: مقدمة، ترجمة عبدالله جمعان الغامدي، مطابع جامعة الملك سعود، الرياض، 2002

15) محمد الجيوسي، جاد الله، جميلة، الإدارة علم وتطبيق، ط1، عمان، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2000

ب- الكتب المتخصصة:

1) \ بشير عرنوس، الذكاء الصناعي، القاهرة، دار السحاب للنشر والتوزيع، 2007.

2) أحمد عبد الباسط نصر، الجوانب القانونية لتقنية الذكاء الاصطناعي والروبوت في اطار المسؤولية المدنية والجنائية، الإسكندرية، مؤسسة المعرفة، 2023

3) أحمد عبد الكافي عبدالفتاح، الصحافة الرقمية في عصر الذكاء الاصطناعي: التحديات والفرص، القاهرة، مؤسسة طيبة، 2023.

- (4) امانى البرت، الاتصال في عصر الذكاء الاصطناعي، الافاتار يخترق عالم الميتافيرس، القاهرة، عالم الكتب، 2023
- (5) اميرة الصاوي، الصحافة الاستقصائية في زمن الذكاء الاصطناعي، القاهرة، دار العلا للنشر والتوزيع، 2023
- (6) ايمن حماد إبراهيم، محتوى المواقع الإلكترونية الاخبارية في عصر الذكاء الاصطناعي، القاهرة، دار العلا للنشر والتوزيع، 2023.
- (7) ايهاب اسماعيل، الذكاء الاصطناعي والتكنولوجيا القابلة للارتداد، والبناء المستقبلي لمختبرات فيسيولوجيا الداء الرياضي، القاهرة، مركز الكتاب للنشر، 2023.
- (8) جهاد أحمد عفيفي، الذكاء الاصطناعي والأنظمة الخبيثة"، الطبعة الأولى، دار أمجد للنشر والتوزيع، الأردن، 2014.
- (9) حماد، طارق، التجارة الإلكترونية (المفاهيم - التجارب - التحديات)". الدار الجامعية بالإسكندرية، 2005،
- (10) خالد بن عبد الإله السعيد، معوقات تطبيق التطور التقني في الأجهزة الأمنية وانعكاساتها الإدارية، جامعة نايف للعلوم الإدارية والأمنية، الرياض، 2003
- ج- الرسائل الجامعية:

- (1) عبد الفتاح الضرجاني، واقع استراتيجيات الاصلاح والتطوير الإداري ودورها في تعزيز أمن المجتمع الفلسطيني، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية، غزة، 2008
- (2) عبد الله آل دحوان، دور إدارة التطوير الإداري في تطبيق الإدارة الإلكترونية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك عبد العزيز، جدة، 2008

- (3) عبدالغني حسونة، الحماية القانونية للبيئة في اطار التنمية المستدامة (أطروحة دكتوراه .) كلية الحقوق والعلوم السياسية، بسكرة: جامعة محمد خيضر، 2013.
- (4) على محمد القيسي، التطوير الإداري في وزارة العدل، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الملك سعود، الرياض، 2000
- (5) على ياسين داود آل ربيعة، عقد المشاركة بين القطاع العام والقطاع الخاص وتحقيق التنمية المستدامة، دراسة مقارنة، رسالة ماجستير، كلية الحقوق، جامعة الإسكندرية، 2023
- د-الدوريات والمؤتمرات:
- (1) إبراهيم المليجي، دراسة واختبار تأثير آليات حوكمة الشركات على فجوة التوقعات في بيئة المراجعة في مصر، مجلة كلية التجارة للبحوث العلمية كلية التجارة، جامعة الإسكندرية، ملحق العدد الأول، المجلد 43، 2006
- (2) إبراهيم بختي، صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعلاقتها بتنمية وتطوير الأداء، المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، الجزائر، 2005
- (3) أحمد الصالح سباع زيود، وآخرون، تطبيق استراتيجيات الذكاء الاصطناعي على المستوي الدولي(الامارات العربية المتحدة نموذجًا)، مجلة الميادين الاقتصادية، المجلد الأول، العدد رقم(1)، السنة 2018
- (4) أحمد الصالح سباع، وآخرون، تطبيق استراتيجيات الذكاء الاصطناعي على المستوي الدولي والامارات العربية المتحدة نموذجًا، مجلة الميادين الاقتصادية، العدد الأول، 2018

(5) أحمد حرير، المدن الذكية وعملية تحقيق التنمية المستدامة في الجزائر، مجلة

التعمير والبناء، العدد الرابع، السنة 2020

(6) أحمد فتحي الخولي، المسؤولية المدنية الناتجة عن الاستخدام غير المشروع

لتطبيقات الذكاء الاصطناعي، الديق فيك نموذجًا، مجلة البحوث الفقهية

والقانونية، عدد 36، أكتوبر، 2021.

ثانيا- المراجع باللغة الأجنبية :

- 1) Agyeman, Julian & Others. Exploring the Nexus: Bringing Together Sustainability Environmental Justice and Equity, Space & Polity, Vol. 6, No. 1, 2002.
- 2) Muhammad rais Abdul karim. E-Government in Malaysia, Malaysia , pelanduk publications ,2003.
- 3) E-Democracy Around The world, Asurvey for the Bertelsmann foundation by phil noble& Associates PN& N, Summer 200.
- 4) Beck robotik, beck, intelligent agents and criminal law negligence, diffusion of liability and electronic personhood, robotics and autonomous systems 86 (2016),. Bebeck, grundlegende fragen zum rechtlichen umgang mit der robotik', juristische rundschau 6, 2009, p. 296. In doing so, we adopt the approach of gunther, roboter und rechtliche verantwortung, 2016
- 5) p. 296. In doing so, we adopt the approach of gunther, roboter und rechtliche verantwortung, 2016
- 6) Brossollet, C.Jaegy and L.Daniele, "Responsabilite Civil e et Intelligence artificelle", Atelier Clinique Juridique, 2019.
- 7) Buckingham S. Ecofeminism in the Twenty-First Century. Geographical Journal.170, Issue 2, 2004
- 8) Development in Policy Making. Environment, Development and Sustainability, 7, no.1, 2005

بعض العوامل الاجتماعية والثقافية المرتبطة بالاعتقاد

بالغيبيات (السحر والشعوذة) في المجتمع الليبي

دراسة ميدانية على عينة من الشباب بمدينة سرت

د. سعد عبد العزيز مناع

عضو هيئة تدريس بجامعة سرت

أ. مريم مصباح محمد اطبيقة

عضو هيئة تدريس بجامعة سرت

ملخص

شغلت دراسات عوالم الغيبيات وارتباطها بالواقع الاجتماعي حيزا كبيرا من اهتمامات علماء الاجتماع وعلماء النفس وعلماء النفس الاجتماعي خلال مراحل تاريخية طويلة. وظهرت الكثير من النظريات التي حاولت تفسير هذه الظاهرة. أهم ما اتفقت فيه هذه النظريات هو ارتباط هذه الظاهرة بالعوامل الاجتماعية والثقافية، واصبح هناك اجماع على تضارب هذه العقلية المعتقد بالغيبيات وبأنها في أدنى مستويات الفكرى الأنسانى استهدفت هذه الدراسة عينة عشوائية عينة بلغت 210 مفردة من الشباب والفتيات من مدينة سرت بليبيا. ممن يرتادون منصات التواصل الاجتماعي (فيسبوك- الايميلات الشخصية والعامه).

حاولت هذه الدراسة أيجاد تفسير لثيوع هذه الظاهرة وتباين هذه العقلية الغيبية في مجتمع يعيش في بنية اجتماعية واحدة تستند على موروث حضارى واحد لاشك في أن محاولة التحقق وتتبع مامدى انتشارها سيساعد بأيجابي كبيرة في تجاوز المجتمع الليبي الكثير من المصاعب في ظل ما يواجهه من تحديات سياسية واقتصادية واجتماعية وحضارية.

Abstract

Occupied studies of the worlds of the occult and their link to the social reality a large part of the interests of sociologists, psychologists and social psychologists during the long historical stages, and emerged a lot of theories that tried to explain this phenomenon, the most important thing agreed by these theories is the link of this phenomenon social and cultural factors, and there has become a consensus on the conflict of this mentality believed in the unseen and that it is at the lowest levels of human thought.

This study targeted a random sample of 210 individuals of young people And girls from the city of Sirte, Libya, who use social media platforms (Facebook - personal and public emails).

This study tried to find an explanation for the prevalence of this phenomenon and the variation of this mentality backbiting in a society living in one social environment based on one cultural heritage.

There is no doubt that trying to verify and track the extent of its spread will help with great positivity in overcoming the many difficulties of Libyan society in light of the political, economic, social and cultural challenges it faces.

المقدمة

شغلت دراسات عوالم الغيبيات وارتباطها بالواقع الاجتماعي حيزا مهما من اهتمامات علماء الاجتماع وعلماء النفس وعلماء النفس الاجتماعي باعتبارها احد انماط السلوك الطقوسي الذي لا يخضع لقوانين الطبيعة العادية، حاول فيها الإنسان خلال مراحل تاريخية متباينة ان يتحكم في واقعه، وقد اكد المنظرون أن هذا النمط من التفكير اخذ حيز واسع من تاريخ تطور الفكر والمعرفة الانسانية وارتبط مدى شيوعه لعوامل اجتماعية وثقافية متباينة ترافقت مع ظواهر ومشكلات مختلفة واء ونظريات تضاربت احيانا واتفقت احيانا اخرى ، ولكن مع تطور المجتمعات اصبح هناك إجماع على تضارب هذه العقلية المعتقدة بالغيبات وما يترتب عليها من تبعات مع الفكر العلمي العقلاني، والذي صنفه الباحثين بانه أدنى مستويات الفكر الانساني وينتشر في المجتمعات التقليدية ويقل انتشاره في الثقافات الغربية الأكثر تقدماً تقنيا واقتصاديا وقد ميز فريزر المرحلة السحرية كأحد المراحل التاريخية التي مر بها الفكر عرف الدين والعلم وقد فشل الانسان في السيطرة على الطبيعة فسلمها لقوى غيبية يطلب منها القيام بالخوارق بعد ان فشل الانسان نفسه في ذلك .رغم اللغط الكثير حول هذا الموضوع تظل الخصوصية الثقافية لكل مجتمع هي العامل الاهم في مدى شيوع عملية الاعتقاد بفاعلية الغيبيات في تغيير المستقبل والسيطرة على البيئة المحيطة ،اضافة الى تغير مظاهر هذه الظاهرة بحيث تتلاءم مع متطلبات العصر والمعرفة الانسانية لتكون اكثر قبولا لدى الأفراد خاصة في ظل التغيرات والتطورات العلمية والتكنولوجية فظهرت مسميات جديدة مثل تناسخ الارواح والتعاطي مع ارواح الموتى واستجلابها ، قراءات التاروت وعلومه، و الابراج وعلومها ، مع ملاحظة أن كلها ارتبطت بالارقام والنظريات واسماء معاهد ومدارس تلقن تلك العلوم لتكون اكثر قبولا وملاءمة مع المرحلة الراهنة خاصة في ظل تصاعد الاصوات المحاربة لهذا النوع من الاعتقادات.

اولا : مشكلة الدراسة :

تعد ظاهرة الاعتقاد بالغيبيات من الظواهر التي تثير اهتمام الباحثين في مجالات مختلفة من فروع علم الاجتماع مثل علم النفس الاجتماعي لما لها من تأثير مباشر على الفرد والمجتمع فهي عوالم غيبية تستخدم الطقوس السحرية التي ترتبط بظروف غير مأمونة العواقب وعدم اليقين من النتائج مهما كانت ضربيتها المادية اضافة للاستغلال بكل اشكاله¹.

حاولت بعض الدراسات ايجاد تفسير لشيوع هذه العقلية في مجتمعات انسانية دون غيرها ولدى أشخاص يعيشون في بيئة اجتماعيه واحده يصل بهم الامر الى تسميه هذا النوع من التفكير بالعقيدة يقينا منهم بتأثير قوى غيبية على حياتهم ودواخلهم فلا يبدلون أي مجهود لتغيير واقعهم بانفسهم ، ولم يكن من السهل التمييز بين الدين والسحر في المجتمعات الانسانية قبل القرن السابع عشر ، ولكن مع ظهور البروتستانتية في إنجلترا تراجعت مكانة السحر نتيجة شيوع مبادئها الداعية للعمل بجد ومشقة للوصول للثراء وعيش حياة التقشف والقسوة للوصول الى الخلاص، وقد رافقها ظهور التخصصات العلمية جديدة للاقتصاد وعلم الاجتماع والإحصاء حيث لم يعد هناك مكان للاعتقاد بما هو ليس يقيني ومبنى على حقيقة واصبح كل انسان يستطيع ان يغير واقعه عن طريق العلم والعمل ، اما مالوفينسكي فقد اوعز ظهور التفكير الغيبي إلى عدم امكانية السيطرة على الطبيعة، في المقابل اكد اوجست كونت على استبدال التفسيرات الاجتماعية للعمليات الاجتماعية بالتفسيرات النفسية حيث اعتبر الدين و السحر من الحقائق الاجتماعية ومرحلة مهمة من مراحل تطور الفكر الإنساني ظهرت معا واستقلتا فيما بعد وبالتالي ينفي أي افكار تعتبر ان السحر مجرد اوهام ، اما دوركايم وجذور فكره ذات التوجه

¹ Jeffrey M. Rudski & Ashleigh Edwards (2007) Malinowski Goes to College: Factors Influencing Students' Use of Ritual and Superstition, The Journal of General Psychology, 134:4, 389-403, DOI: 10.3200/GENP.134.4.389-404

الجمعي فيري أن الدين والسحر كلاهما موجود حتى في المجتمعات التي يسودها التفكير العلمي¹

ظهرت فيما بعد مدارس ربطت بين الاعتقاد بالغيبيات وعوامل نفسية وعقلية للفرد فربط ويندوز وديامنت 1974 بين الاعتقاد بالغيبيات والاعتقاد بالتناسخ. فعند اجراء اختبارات نفسيه على افراد مترددين على السحرة والعرافين ثبت انهم مصابون بأمراض عصبية وانفصاميه وفي نفس السياق اثبتت دراسة ناجي وزوتيماري 1988 التي اجريت على عينه من المراهقين ممن يرتادون عيادات نفسيه ويعانون امراض انفصاميه انهم جميعا كانوا يميلون الى الاعتقاد بالعوالم الغيبية والسحر ولديهم هواجس ومخاوف بسبب ذلك.

بينما اكد فيري (1983). ان المرضى الذين يعتقدون الغيبيات لخلق شعور يمزج بين الحماية والراحة ماهو إلا آلية دفاع بدائية نتيجة انعدام القدرة على التكيف ومواجهة الواقع².

في جانب اخر وبيئة اجتماعيه مختلفة وخصوصيه ثقافيه اخرى اجرى جوليوس واخرون 1933 4 في كولومبيا دراسة تهدف لعرفه الاسباب الفردية التي تبرر للأشخاص الاعتقاد بالأفعال والاعتقادات الغيبية وحاول الإجابة على السؤال الاتي هل هناك علاقه عقلانية بين السبب والنتيجة كتفكير منطقي وعلمي للأمر بينما في الأساس يستند التفكير الخرافي الى اسباب غير منطقيه اصلا ولكنه خرج بنتيجة ربط فيها جذور التفكير الغيبي للدين الذي لا يشترط منطقيه الاشياء كسبب لقبولها واعتناقها واعتبارها مبرر كافي للأشياء، كما اشار الى نتيجة مفادها ارتباط الاعتقاد بالغيبيات بهلوسة تعاطي

¹ -"Magic: Theories of Magic " Encyclopedia of Religion. . Retrieved July 25, 2023 from Encyclopedia.com: <https://www.encyclopedia.com/environment/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/magicheories-magic>

² Jeffrey M. Rudski & Ashleigh Edwards (2007) Malinowski Goes to College: Factors Influencing Students's Use of Ritual and Superstition, The Journal of General Psychology, 134:4, 389-403, DOI: 10.3200/GENP.134.4.389-404

المخدرات، الامر الذي اشار له إهرنوالد (1977) في دراسة سابقة اثبت فيها العلاقة بين بين سحر الشفاء والشفاء الإيماني، والشفاء الروحي، حيث انه في كل حالة يعتمد التأثير العلاجي على ثلاثة عناصر: إيمان المعالج بفاعلية أفعاله، ثم ثقة المريض في سلطة المعالج و الدعم الذي يقدمه أقارب المريض وأصدقائه و تؤدي هذه الطقوس إلى التنفيس أو ردود أفعال أخرى ضرورية في عملية الشفاء من العديد من الأمراض النفسية فهو يعد هروباً من الواقع، والاعتقاد بأن النفوس الراحلة يمكن أن تتفاعل مع الأحياء كانت احد الدوافع المهمة للتعافى من الم فقدان احبائهم¹.

رغم تعدد التفسيرات لنشأة الاعتقاد بالغيبيات وارتباطها بظروف موضوعية واخرى ثقافية خلال تطور الفكر الانساني الا ان ما يلفت الانتباه هو شيوع هذا النمط من العقليات في عصر هيمنة التكنولوجيا والذكاء الصناعي ونرى ان الاعتقاد بالغيبيات من الظواهر التي تصدرت المشهد الإعلامي محليا وعربيا واصبح موضوعا مثيرا لرعب الافراد و بروز مظاهر التعاطي باعمال السحر والاعتقاد يقينا أنها سبب كل المشاكل الحياتية من فشل وتعطيل ومرض، وبالتالي يترك الحل لاشخاص هم الوحيدون القادرون على التعامل معها والقضاء عليها ومن هنا تظهر اشكالية العصر في مجتمعات نامية هي في امس الحاجة لكل جهد وفرد للمساهمة في عملية التطور والسير وفق خطط موضوعية وعقلانية للتعامل مع الواقع ويجاد الحلول بدل الاعتماد على اشخاص اميين للوصول الى الحلول وجعل المجتمع اسيرا لثقافات الجهل والعودة للخلف، اضافة لتداعيات هذه الثقافة من تفسخ للعلاقات الاجتماعية والنسيج الاجتماعي وهدر الامكانيات المادية، فقد اشار الدكتور محمد عبد العظيم في دراسة له حول السحر والشعوذة أن 250 ألف دجّال يمارسون أنشطة الشعوذة في عموم الدول العربية، وأنّ العرب ينفقون حوالي خمسة مليارات دولار سنوياً، كما ان نصف نساء العرب يعتقدن بفاعلية الخرافات في التأثير على

¹ Julius B perstitious Beliefs, The Journal of Educational Research, 26:5, 321-343, DOI:.. Maller & Gerhard E. Lundeen (1933) Sources of Su10.1080/00220671.1933.10880314

مستقبلهن ويترددن على المشعوذين سرّاً وعلائية، وتؤكد الإحصائيات أنه يوجد في العالم العربي عرّافاً أو مشعوذاً لكل ألف نسمة في عالمنا العربي، وازدادت دراسة أخرى أعدتها الدكتورة سامية الساعاتي أكدت فيها أن 55% من المترددات على السحرة هنّ من المتعلمات، إضافة الى 24% ممن يُجِدْنَ القراءة والكتابة وتعد مؤشراً على وجود أزمة ثقافية واجتماعية وانتشار واسع للاعتقاد بالغيبات بين شرائح المجتمع المختلفة¹.

وتتلخص مشكلة الدراسة في الإجابة عن السؤال الآتي: ما مدى ارتباط بعض العوامل الاجتماعية والثقافية الخاصة في المجتمع المحلي سرت ب بروز ظاهرة الاعتقاد بالغيبات والسحر من وجهة نظر المبحوثين؟

ثانياً: أهمية الدراسة :

تستمد الدراسة أهميتها من أهمية محاورها والتي تتمثل في العوامل الاجتماعية والثقافية للاعتقاد بالسحر ويمكن حصر أهمية الدراسة في النواحي الآتية

1- الأهمية العلمية

1- إلقاء الضوء على الجوانب الاجتماعية والثقافية التي تؤدي إلى انتشار هذه الظاهرة والتي تنعكس سلباً على الفرد والمجتمع

2- للدراسة مساهمة علمية في إثراء الدراسات الاجتماعية المرتبطة بموضوع الدراسة وهي بذلك من الدراسات الأولية التي تحتاج للمزيد من التقصي والدراسة.

2- الأهمية التطبيقية

1- إمكانية التنبؤ ببعض العوامل والاسباب المؤدية إلى انشار ظاهرة الاعتقاد بالغيبات (السحر والشعوذة)

¹ Melton, J. Gordon (2013, May 3). spiritualism. Encyclopedia Britannica. شبكة النبأ، شبكة المعلومات الدولية، اخر - 1 <https://www.britannica.com/topic/spiritualism-religion> مشاهدة 2-7-2023م، <https://annabaa.org/nbanews/62/66.htm>

2- يؤدي الخروج بنتائج موضوعية الى امكانية السيطرة على تطور وتفشي الظاهرة عن طريق توصيات مقننة يستفيد منها المسؤولين في القطاعات ذات العلاقة لوضع قرارات فاعلة .

ثالثا :اهداف الدراسة : تهدف الدراسة للتحقيق الاهداف الاتية

التعرف على خصائص مجتمع الدراسة من حيث السن ،المستوى التعليمي .الحالة الاجتماعية والخلفية الحضرية وعلى اهم العوامل الاجتماعية المرتبطة بالاعتقاد بالسحر والشعوذة من وجهة نظر المبحوثين والتعرف على اهم العوامل الثقافية المرتبطة بالاعتقاد بها من وجهة نظر مجتمع الدراسة .

وكذلك محاولة سبر بعض آراء مجتمع الدراسة على تداعيات الاعتقاد بالسحر والشعوذة. ولاشك أن من المهم معرفة راي مجتمع الدراسة في تحديد ما يروه من أليات مناسبة للحد من هذه الظاهرة.

رابعا: تساؤلات الدراسة :تهدف الدراسة للإجابة عن التساؤلات الاتية:

1. ما هي اهم خصائص مجتمع الدراسة السن - المستوى التعليمي- الحالة الاجتماعية -الخلفية الحضرية
2. ما هي اهم العوامل الاجتماعية المرتبطة بالاعتقاد بالسحر والشعوذة من وجهة نظر المبحوثين ؟
3. ما هي اهم العوامل الثقافية المرتبطة بالاعتقاد بالسحر والشعوذة من وجهة نظر المبحوثين ؟
4. ما هي أسباب الاعتقاد بالسحر والشعوذة من وجهة نظر المبحوثين؟
5. ما هي آراء مجتمع الدراسة حول تداعيات الاعتقاد بالسحر والشعوذة من وجهة نظر المبحوثين؟

6. ما هي اهم الأليات الممكنة للتخلص من سيادة الاعتقاد بالسكر والشعوذة من

وجهة نظر المبحوثين؟

خامسا: مفاهيم ومصطلحات الدراسة :

تعددت المفاهيم الواردة في الدراسة والى نذكر اهمها كالآتي:

العوامل الثقافية : تعرف بانها مجموعة من المكونات المتداخلة التي تستمد من تفاصيل حياة الأفراد في المجتمع وهي تتمتع بالاستقرار النسبي وعدم قابلية التغيير بسهولة فلا احد يستطيع ان يغير ثقافة مجتمع بوقت قصير، لان الثقافة الاجتماعية يتم توارثها من قبل الاجيال وتشمل كل من عادات وتقاليد وعلوم ودراسات¹.

وتعرف اجرائيا بانها: هي مجموعة من الصفات والقيم الاجتماعية التي تحيط بالفرد وتؤثر فيه منذ ولادته، حول بعض المعتقدات نحو السكر والشعوذة.

2-العوامل الاجتماعية: هي عبارة عن اساليب وقوالب واوضاع للعمل الانساني فيسير عليها الافراد في مختلف شئونهم المتعلقة بالأسرة والمعاملات الاقتصادية والاطواق السياسية والطقوس الدينية والمعايير الأخلاقية وما إليها من علاقات اجتماعية².

3-وتعرف اجرائيا: بأنه مجموعة من العوامل المرتبطة بالفرد وبعض الخصائص والظواهر الاجتماعية في المجتمع وترتبط بدرجة اعتقاد المجتمع بالسكر والشعوذة.

4-السكر:- هو عبارة عن سلوكيات وطقوس دقيقة موعلة في الخفاء يمكن اكتسابها بالتعلم والتدريب وتجري مجرى التمويه والخداع وتصدر عن نفس شريرة تؤثر في العالم.و يشير إلى مركب المعتقدات والافعال التي يحاول الاشخاص والجماعات على اساسها السيطرة على بيئتهم بطريقه تحقق اهدافهم³.

¹ نيروز السعيداني، مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، ت. دنيس كوش، المنظمة العربية للترجمة 2010م، ص 234 .

عبدالسلام السكري، السكر بين الحقيقة والوهم، مكتبة التراث بمكة، ط1، ص 17

³ جون سكوت جوردن مارشال موسوعة علم الاجتماع، ت: محمد الجوهري وآخرون، المركز القومي للترجمة ، القاهرة 2011 م ص 2.

ولب الفعل السحري هو انه يستند إلى معتقد لم تختبر صحته وانه مجهود تحت السيطرة والمظهر الأول يميز عن العلم اما الثاني يميزه عن الدين، ويرى وولمان ان السحر هوفن إنتاج التأثيرات المرغوبة والتحكم في الظواهر الطبيعية من خلال تقنيات مختلفة مثل الصلاة والتعويدة. فتري النظرة السحرية للعالم أن الكون مليء بالعناصر الخارقة للطبيعة وأوما وراء الطبيعة التي تعرقل وتتعارض مع نوايا الإنسان ورغباته¹. ويعرف اجرائيا بانه: مجموعة من الطقوس يقوم بها الساحر مستعيناً ببعض الأدوات والعقاقير كالبخور والجلود.

الدراسات السابقة

اعتمدت الدراسة على العديد من الادبيات التي رتبت من الاحداث الى الاقدم على النحو الاتي:

دراسة سعيد حسين العبدلي، 2023م، أنثروبولوجيا السحر والشعوذة في المجتمع : دراسة اثنوجرافية ، هدفت البحث الى التعرف على ظاهرة السحر والشعوذة في المجتمعات العربية من خلال دراسة ميدانية في المجتمع التونسي، وقد وظفت الدراسة المنهج الوصفي على عينة شملت مجموعة من العاملين في مجال السحر والشعوذة. بالإضافة إلى عينة من الأفراد المعتقدين به والذين يرتادون اماكن تواجد خدمات السحرة والمشعوذين ، وقد عمد الباحث الى تدريب مجموعة باحثين قاموا بتوزيع استمارات استبيان لجمع البيانات اللازمة للدراسة ، وقد خرجت الدراسة بعدة نتائج تتلخص في وجود علاقة بين الدين والكثير من الممارسات السحرية بالمجتمع التونسي. وقد ارتبطت الممارسات السحرية بتسميات مختلفة تجعل هذه الطقوس مقبولة اجتماعيا، اضافة لوجود علاقة بين الحالة

¹ Laplantine, François, and Jean-Baptiste Martin, ed. Le Défi magique, volume 1: Ésotérisme, occultisme, spiritisme. Lyon: Presses universitaires de Lyon, 1994. Web.<http://books.openedition.org/pul/10665

The Anthropology of Magic and Sorcery in Tunisian society: An Ethnographic study. / Abdelli, Said Elhussein. In: Journal of Umm Al-Qura University for Social Sciences (JUQUSS), 2023.).

الصحية المجتمعية والممارسات السحرية، حيث يرتبط السحر بفوائد علاجية جسمانية ونفسية.

2-دراسة دويغو آيار واخرون(2022)، بعنوان لعلاقة بين المعتقدات الخارقة والفاعلية الاجتماعية وتوقعات النتائج الاجتماعية في المجتمع الإسلامي؛ تركيا نموذجاً¹، هدفت الدراسة لتحديد آثار المعتقدات الدينية والتفكير الغيبي الخارق على الفعالية الاجتماعية وتقصي اثره على الواقع الاجتماعي، وظفت الدراسة المنهج الوصفي. أجريت الدراسة على 340 فرداً في الفترة ما بين 1 مارس 2021 و 2 أبريل 2021. تم جمع البيانات باستخدام استمارة الكترونية تضمنت مقياساً للمعتقدات الخارقة والفاعلية الاجتماعية ومقياس توقعات النتائج الاجتماعية، توصلت الدراسة للعديد من النتائج منها ان المعتقدات الغيبية معتقدات غير عقلانية ولا يمكن إثباتها علمياً. ومع ازدياد الاعتقاد بالقيم الدينية التقليدية لافراد العينة زاد اقبالهم على الاعتقاد بالغيبيات والخوراق والسحرة. كما أن الأفراد يحصلون على قبول اجتماعي اكثر وتعمل هذه اجتماعي اكثر وتعمل هذه الثقافة على توحيد الثقافة المحلية.

3-دراسة عز الدين عبد السلام سرير، بعنوان السحر ودور المجتمع في مكافحته والوقاية منه :دراسة سوسيوانثروبولوجية بمدينة بنى وليد، 2020م، هدفت الدراسة للتعرف على السحر وماهيته وانواعه وكيفية مكافحة مظاهره، استخدمت الدراسة المنهج المقارن والمنهج الأنثروبولوجي ، وقد جمعت البيانات عن طريق استمارة استبيان، وقد جمع من عينة عمدية قوامها 60 مفردة، وقد توصلت للعديد من النتائج منها :ان غالبية المبحوثين اكدوا على اضرار الاعتقاد بالسحر والشعوذة في المجتمع على الفرد والاسرة الامر الذي يعيق تطور المجتمع وازدياد معدلات سيادة الاعتقاد بقدرية الاشياء وعدم القدرة على

¹ Ayar, D., Aksu, Ç., Çakı, B., & Güngörmüş, Z. (2022). The Relationship Between Paranormal Beliefs, Social Efficacy and Social Outcome Expectations in Muslim Society: The Case of Turkey. Journal of religion and health, 61(6), 4807–4824. <https://doi.org/10.1007/s10943-021-01467-4>

مواجهة المشكلات وبذلك اوصت بضرورة تسخير كل امكانيات المجتمع للتخلص من هذا الفكر الغيبي¹.

4-دراسة امال سالم غبار، بعنوان السحر والشعوذة وآثارهما النفسية والاجتماعية على الفرد والأسرة ودور الخدمة الاجتماعية في التعامل معهم (2020م)²، هدفت الدراسة للتعرف على بعض الأفعال والسلوكيات الاجتماعية في المجتمع الليبي متمثلة في ممارسة السحر والشعوذة، لما لها من آثار نفسية واجتماعية على الفرد الأسرة. وقد استخدمت الدراسة منهج دراسة الحالة وتتبعها وقد طبقت على عينات مقصودة وقت قيام الباحثة بالتنحى وتتبع الحالات . وقد خرجت الدراسة بعدة نتائج من اهمها : شيوع ممارسة السحر والشعوذة في شرائح مختلفة في المجتمع وان له اثار سلبية على الفرد والمجتمع

5-دراسة ولاء ابراهيم، (2018)، الأبعاد الاجتماعية والنفسية المرتبطة بالإقبال على السحر وانعكاس ذلك على الأسرة، دراسة انتر بولوجيه مقارنة بين الريف والحضر، تهدف الدراسة إلى معرفة الأبعاد الاجتماعية والنفسية المرتبطة بالإقبال على أعمال السحر، ومدى انعكاس ذلك على الأسرة.دراسة انتربولوجيه مقارنة طبقت بمدينة كفر الزيات وقرية الدلجون، وقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج المسح الاجتماعي والمنهج المقارن، وقد طبقت الدراسة على عينة قوامها 300 مفردة، كما استخدمت في ادواتها السجلات الحكومية والملاحظة والمقابلة والاستبيان وقد توصلت الى الاتى: إن نسبة الذين يعتقدون في تأثير السحر تتساوى في الحضر والريف كما كشفت ان الإناث أكثر ترددا من الذكور على السحرة والسبب وراء ذلك إن الإناث أكثر استعدادا للاستهواء كما إنهن أكثر اعتقادا في هؤلاء السحرة لما يتميز به بعضهم من اتصالات بالقوى الخارقة³.

¹ عز الدين عبد السلام سرير، بعنوان السحر ودور المجتمع في مكافحته والوقاية منه، دراسة سسيوانثربولوجية بمدينة بنى وليد، مجلة جامعة بنى وليد للعلوم الانسانية وتطبيقية، السنة الرابعة، العدد 18، 2020م.

² مال سالم غبار، السحر والشعوذة وآثارهما النفسية والاجتماعية على الفرد والأسرة ودور الخدمة الاجتماعية في التعامل معهم، مجلة القرطاس للعلوم الانسانية والتطبيقي، 2020م.

³ دراسة ولاء ابراهيم، الأبعاد الاجتماعية والنفسية المرتبطة بالإقبال على السحر وانعكاس ذلك على الأسرة، رسالة دكتورا غير منشورة معهد البحوث البيئية، جامعة عين شمس، 2018م

6-دراسة عادل حميسي و خيره بدراني(2016): بعنوان:(اللجوء إلى السحر والشعوذة وعلاقته بالعوامل الدينيه والاجتماعية): وقد طبقت الدراسة في جمهورية الجزائر ، وتهدف للتعرف على السحر والشعوذة باعتباره ظاهرة تمس المجتمع وتهدد سلامته ، وتهدف لتقديم توصيات تحدد خطورة ظاهرة السحر والشعوذة والنتائج المترتبة عليها، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي ومنهج دراسة الحالة، كما استخدمت الدراسة العينة المقصودة ، وقد تمثلت أداة جمع البيانات في الملاحظة والمقابلة، كما توصلت الدراسة إلى عدة نتائج من أهمها ان للسحر خطورة على الحياة الاجتماعية والدينية للأفراد ، وقد تباينت مواقف القوانين الوضعية اتجاه جريمة السحر والاعتقاد به ، وللسحر أنواع كثيرة ومتعددة تؤثر بشكل اوبأخرعلى حياة الناس¹.

7-دراسة نضال الموسوي بعنوان (2009): السلوكيات الخرافية لدى طلبة جامعة الكويت، هدفت الدراسة إلى معرفة السلوكيات الخرافية وأسبابها وعوامل استمرارها، وكذلك التعرف على مدى الاستعداد والتهيؤ لدى الطلبة لممارسة السلوكيات الخرافية ومدى ادراكهم لأثار هذه السلوكيات وتعارضها مع الدين والعلم، وقد كونت عينة الدراسة من (953) طالباً وطالبة من كليات الجامعة وتم جمع البيانات باستخدام استبانة مقننه ثم إعدادها لهذا الغرض وقد توصلت الدراسة الى العديد من النتائج منها وجود سلوكيات خرافية في الوسط الطلابي تمثلت في اعمال السحر، والأحجبة، والتمايم، وقراءة الكف، والابراج، وقراءة الطالع، والفتجان، ، وتنوع اسباب هذه السلوكيات بحيث تتمثل في سوء فهم الدين والتقاليد الاخرين وعدم الاقتناع بالعرف المتعارف عليه في التكامل مع الازمات، كما ان لوسائل الاعلام دور كبير في نشر السلوكيات الخرافية، كما اظهر افراد العينة استعداداً لممارسة الخرافات رغم علمهم بانها تتعارض مع العلم والدين، كما اكدت الدراسة على وجود اثار سلبية للسلوك الخرافي على الفرد والمجتمع².

¹ دراسة عادل حميسي و خيره بدراني، اللجوء إلى السحر والشعوذة وعلاقته بالعوامل الدينية والاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم علم الاجتماع، 2009م

² نضال الموسوي، السلوكيات الخرافية لدى طلبة جامعة الكويت، مجلة ابحاث ميسان، العدد21، 2009

التعقيب على الدراسات السابقة

هدفت الدراسات السابقة الى تحقيق اغراض التعرف على عناصر مختلفة تتعلق بمشكلة السحر والشعوذة فكانت دراسة عزالدين عبد السلام (2020) التي هدفت للتعرف على السحر وماهيته وانواعه وكيفية مكافحة مظاهره، اما دراسة امال سالم (2020) فهذه للتعرف على بعض الافعال والسلوكيات الاجتماعية بالمجتمع الليبي متمثلة في ممارسة السحر والشعوذة، لما لها من آثار نفسية واجتماعية على الفرد والاسرة، اما دراسة ولاء إبراهيم (2018) فتهدف لمعرفة الابعاد الاجتماعية والنفسية المرتبطة بالإقبال على اعمال السحر ومدى انعكاس ذلك على الاسرة، ودراسة عادل حميسي، خيره البدراني (2016) فهذه للتعرف على السحر والشعوذة باعتبارها ظاهرة تستهدف سلامة المجتمع، اما دراسة نضال الموسوي (2009) التي تهدف إلى معرفة السلوكيات الخرافية وأسبابها وعوامل استمرارها ومدى الاستعداد والتهيؤ لدى الطلبة لممارسة السلوكيات الخرافية ومدى ادراكهم لأثار هذه السلوكيات وتعارضها مع الدين والعلم.

- اما الدراسة الحالية فتهدف لمعرفة بعض العوامل الاجتماعية والثقافية ذات الخصوصية المحلية للاعتقاد بالسحر في المجتمع الليبي.

- استخدمت دراسة عزالدين عبد السلام (2020) المنهج المقارن والمنهج الانثروبولوجي، أما دراسة امال سالم (2020) فقد استخدمت منهج دراسة الحالة، بينما وظفت دراسة الاء إبراهيم (2018) المنهج المسحي والمنهج المقارن، اما دراسة عادل حميسي، خيره البدراني (2016) فقد استخدم المنهج الانثروبولوجي.

- اما الدراسة الحالية فقد استخدمت المنهج الوصفي باعتبارها دراسة ميدانية تحاول دراسة الظاهرة امبريقيا عن طريق التعرف على اراء العينة وتحليلها باستخدام اداة جمع البيانات ووصف الظاهرة والخروج بالنتائج.

-اعتمدت غالبية الدراسات السابقة على عينات عمدية عدا دراسة الاء ابراهيم (2018) واما الدراسة الحالية اعتمدت على العينة عشوائية والتي تناسب موضوع الدراسة واداة جمع البيانات اضافة لخصائص مجتمع الدراسة وحساسية الموضوع.

-اختلفت الدراسات السابقة في توظيفها لأدوات متباينة لجمع البيانات نتيجة خصوصية كل دراسة على تباين مناهجها ومجتمع الدراسة من حيث مستويات التعليم والامية وابعاد الباحثين عن اي مصدر للخطر فقد اعتمد كلا من عز الدين عبد السلام سرير(2020م) ، ونضال موسوي (2009) ودراسة ولاء ابراهيم (2018)على استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات في المقابل اعتمد عادل حميسي و خيره بدراني (2016) على المقابلة والملاحظة ، كما استخدمت في دراسة الاء ابراهيم (2018) السجلات الحكومية مع المقابلة والملاحظة والاستبيان لجمع المعلومات.بينما درستنا الحالية على استمارة الكترونية تتقصي وجهات نظر المبحوثين وتحاول الوصول الى اكبر شريحة ممكنة وتستخدم التكنولوجيا باعتبارها الوسيلة الاكثر شيوعا وتفضيلا لدى الشباب مع امكانية الوصول لشريحة واسعة ذات تباين من حيث التوزيع الديموغرافي اضافة لتحاشي عزوف المبحوثين عن الأجابة نتيجة حساسية الموضوع.

من خلال ما سبق من دراسة وتحليل الدراسات السابقة وتحليل اراء المنظرين والعلماء خلال حقب تاريخية ارست ملامح الفكر الانساني وترتب عليها انماط سلوك في مجتمعات مختلفة تحاول الدراسة سد الفجوة المعرفية المتمثلة في التعرف على وجهات نظر الشباب حول بعض العوامل الاجتماعية والثقافية المرتبطة بقوة الاعتقاد بالسحر والشعوذة بين هذه الشريحة التي يعتمد عليها المجتمع في خطط التنمية والتقدم في ظل خصوصية ثقافية واجتماعية للمجتمع المحلي سرت.

- الاجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

يتناول هذا الفصل الاستراتيجية المنهجية لدراسة موضوع الدراسة من حيث تحديد نوع الدراسة ومنهجها ومصادر جمع البيانات ، اعتمدت الدراسة في شقه الميداني علي الاجراءات المنهجية الاتية :

اولا : نوع الدراسة ومنهجها

تندرج هذه الدراسة تحت اطار الدراسات الوصفية وهي الانسب لموضوع الدراسة، لذلك اعتمدت الدراسة علي منهج المسح الاجتماعي عن طريق العينة.

ثانيا: تحديد مجالات الدراسة

المجال المكاني : تحدد ضمن النطاق الجغرافي لمدينة سرت وهي احد المدن الليبية المطلة على خليج سرت والذي يحدها شمالا بينما، يحدها من الجنوب الجفرة وتحدها من الشرق مدينة اجدابيا ومن الغرب مدينة مصراته.

المجال البشري : تمثل في عينة من الشباب والشابات الذين يرتادون منصات التواصل الاجتماعي الاكثر شيوعا بمدينة سرت(فيس بوك).

المجال الزمني للدراسة الميدانية : استغرقت الدراسة الميدانية من فترة توزيع روابط الاستمارة إلى وجمع البيانات ووصفها الفترة من 29-11-2022م الى 8-1-2023م.

ثالثا: مجتمع الدراسة

يتمثل مجتمع الدراسة ف جميع الافراد الذين يستخدمون مصات التواصل الاجتماعي فيس بوك بمدينة سرت (الذكور-الاناث) وقت جمع بيانات الدراسة والتي خضعت فعليا للتحليل .وقد تمثلت وحدة التحليل في كل الشباب القاطنين بسرت المدينة (الذكور-الاناث)الذين يستخدمون منصات التواصل الاجتماعي وقت جمع البيانات.

رابعاً: عينة الدراسة : تم اختيار عينة عشوائية من المجتمع الكلي وقد بلغت 210 مفردة من الشباب والشابات ممن يرتادون منصات التواصل الاجتماعي (فيس بوك- الايميلات الشخصية والعامّة) حيث وضعت الاستمارات على بعض الصفحات المعروفة في المجتمع المحلي سرت.

خامساً: اداة جمع البيانات : تم تصميم استمارة استبيان الكترونية لما يتميز به الموضوع من حساسية وضمن اشتراك اكبر عدد من المبحوثين من الجنسين في ظل تباين خصائص مجتمع الدراسة ضمن نطاق الفئة العمرية المستهدفة ، وضمان الحصول على بيانات صادقة وموضوعية قدر الامكان، وللإجابة علي تساؤلات الدراسة اقيمت دراسة استطلاعية للتأكد من صلاحية اداة جمع البيانات لما صممت لأجله طبقت علي 15 مفردة، وتم ادخال بياناتها على البرنامج الاحصائي SPSS وتم التأكد من صلاحية الاداة كالآتي: ثبات المقياس : تم استخدام معامل الفا كرنباخ القائم علي أساس الانشقاق النصفي ، بان تتجزأ البيانات الي نصفين متساويين تحسب بينهما درجة الارتباط ،وقد بلغ معامل الفا كرنباخ 0.75 وهي درجة مقبولة للثقة في الاداة، ثم صدق اداة جمع البيانات : بعد اعداد الاستمارة الالكترونية بشكلها الاولي تم اعتماد الآتي:

1- الصدق الظاهري : تم التأكد من صدق الاداة عن طريق استفتاء اراء مجموعة من المتخصصين في مجال الدراسة ، وبعد الاخذ بملاحظات المحكمين تم الاطمئنان الي صدق الاداة الظاهري.

2- الصدق الذاتي : وهو صدق الدرجات الترتيبية للاختبار بالنسبة للدرجات الحقيقية التي خلصت من الشوائب وهو يحتسب بحساب الجذر التربيعي لمعامل ثبات اداة جمع البيانات الذي كان 0.75، اما الجذر التربيعي فهو 0.86 وبالتالي يمكن اعتماد الاداة كوسيلة امنة لجمع البيانات.

سادسا : الاساليب الاحصائية المستخدمة : بعد الحصول علي العدد المناسب والذي امكن جمعه خلال عشرة ايام من توزيع الاستبيان على منصات مختلفة اهمها فيس بوك من مجموع الاستثمارات ، تم استخدام النتائج المتحصل عليها من نماذج قوئل والتي تمثلت في الجداول التكرارية والنسب المئوية .تم ادخال البيانات المرتبطة بالدراسة الاستطلاعية الى البرنامج الاحصائي SPSS بعد اعداد دليل ، وقد تم التحقق من ثبات الاستثمارة عن طريق استخراج معامل الفا كرونباخ.

عرض ومناقشة نتائج الدراسة

1- وصف مجتمع الدراسة

الجدول رقم (1) يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير النوع

م	المتغير	التكررات	النسبة المئوية
1	انثى	58	%27.6
2	ذكر	152	%72.4
	المجموع	210	%100

يتضح من الجدول رقم (1) ان غالبية افراد العينة هن من الاناث بنسبة تمثيل 72.4% من مجموع العينة، في مقابل الذكور الذين كانت نسبة تمثيلهم حوالى 27.6% من مجموع العينة، وهذا مؤشر على ان النساء اكثر ميلا للاهتمام بقضايا السحر والشعوذة وهذا يتسق مع ما اشارت له دراسة مديحه شعبان أبو ضيف 2009

الجدول رقم (2) يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير السن

م	المتغيرات	التكررات	النسبة المئوية
1	من 15 الى 20 سنة	21	%10
2	من 21 الى 26 سنة	54	%25.7
3	من 27 الى 32 سنة	44	%21
4	من 33 الى 38 سنة	40	%19
5	39 سنة فما فوق	51	%24.3
	المجموع	210	%100

يتضح من الجدول (2) ان غالبية الفئات العمرية التي استجابت لملء الاستمارة كانت من افراد العينة التي تقع ضمن الفئة العمرية (من 21 الى 26 سنة) بنسبة تمثيل 25.7% من مجموع استجابات المبحوثين، بينما سجل اقل استجابة للفئة العمرية (اقل من 15 سنة الى 20 سنة) . وقد يعود ذلك الى ان هذه الفئة تميل إلى صفحات شبابية ولا يميلون الى التعامل مع البيانات والاستمارات الالكترونية

-الجدول رقم (3) يوضح توزيع افراد العينة على حسب متغير المستوى التعليمي

المتغيرات	التكرارات	النسبة المئوية
1 اعدادي	11	5.2%
2 ثانوي وما يعادله	31	14.8%
3 جامعي وما يعادله	115	54.8%
4 مافوق الجامعي	53	25.2%
المجموع		100%

-يتضح من الجدول رقم (3) ان غالبية افراد العينة كانوا من حملة الشهادة الجامعية او من طلاب المرحلة الجامعة بنسبة تمثيل 54.8% من مجموع افراد العينة ، بينما كان حملة الشهادة الاعدادية وما يعادلها بنسبة تمثيل 5.2% من مجموع افراد العينة ، الامر الذي ربما يعكس وعي شريحة حملة المؤهل الجامعي وما يعادله بأهمية المشاركة في البحث العلمي بينما لم تسجل أي استجابة لحملة المؤهل الابتدائي كنتيجة منطقية لعدم قدرة ذوى التعليم المنخفض على التفاعل مع هذه الاستمارات الالكترونية وكذلك الاطفال في تلك المرحلة، وهو ما يتقارب مع نتيجة دراسة امال سالم غبار (2020م) من حيث اهتمام شرائح متباينة في المستوى التعليمي بقضايا السحر والشعوذة.

الجدول رقم (4) يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الحالة الاجتماعية

المتغيرات	التكرارات	النسب المئوية
1 اعزب	109	51.9%
2 متزوج	87	41.4%
3 مطلق	9	4.3%
4 ارمل	5	2.4%
المجموع	210	100%

يلاحظ من الجدول رقم (4) ان غالبية افراد العينة هم من العزاب بنسبة تمثيل 51.9% من مجموع أفراد العينة، بينما كان الارامل اقل تمثيلا بنسبة تمثيل 2.4% من مجموع افراد العينة .وتعتبر نتيجة منطقية لان غالبية المستجيبين كانوا من الفئة العمرية من 21- 26 سنة ومن حملة المؤهل الجامعي أو طلاب تلك المرحلة ووفقا لثقافة المجتمع المحلي تعتبر هذه مرحلة الاعداد للزواج.

الجدول رقم (5) يوضح توزيع المبحوثين حسب متغير الخلفية الحضرية

المتغير	التكرارات	النسبة المئوية
1	127	60.5%
2	83	39.5%
المجموع	210	100%

يلاحظ ان غالبية افراد العينة هم من ذوى الخلفية الحضرية من حيث المولد والنشأة بنسبة تمثيل 60.5% من مجموع افراد العينة ، في مقابل ذوى الخلفية الريفية الذين كانوا بنسبة تمثيل 39.5% من مجموع افراد العينة ،وقد اشارت دراسة سابقة للباحثة ولاء ابراهيم (2018) الى تساوى الاعتقاد بالسحر والشعوذة بين الحضر والريف بشكل ملحوظ ،كما تتقارب مع نظرية مالوفينسكى الى تؤكد على ان ثقافة السحر كانت موجودة في مجتمعات مختلفة في سلم التطور والتحضر.

استجابات المبحوثين حول تساؤلات الدراسة 2

الجدول رقم (6) يوضح استجابات المبحوثين نحو

العوامل الاجتماعية المؤدية للاعتقاد بالسحر من وجهة نظرهم

العوامل الاجتماعية المؤدية للاعتقاد بالسحر	التكرارات	النسبة المئوية
1	62	29.5%
2	46	21.9%
3	18	8.6%
4	60	28.4%

5	الاعتماد على الاجتهاد الشخصي بديلاً للجوء للناس المتخصصين علمياً	8	3.8%
6	انتشار ثقافة العلاج الديني	16	8%
	المجموع	210	100%

يلاحظ من الجدول رقم (6) أن غالبية استجابات المبحوثين (29.5%) حول العوامل الاجتماعية المؤدية للاعتقاد بالسحر كانت نحو عبارة (العجز عن مواجهة المشكلات الحياتية بطريقة منطقية). تليها عبارة (اللجوء إلى السحر من أجل التحكم في مشاعر البشر) بنسبة تمثيل 28.4% من مجموع استجابات المبحوثين.

انخفاض المستوى التعليمي للمعتقدين بفعالية أعمال السحر في حل مشاكلهم تحصل على نسبة 21.9 من مجموع عينة الدراسة. ثم تلتها عبارة أن السحر يساهم في علاج بعض الأمراض و انتشار ثقافة العلاج الديني واخيرا عبارة الاعتماد على الاجتهاد الشخصي بديلاً للجوء للناس المتخصصين علمياً من مجموع استجابات المبحوثين، وهنا تتطابق هذه النتيجة مع نظرية مالوفينسكى من حيث اعتماد الناس على السحر والشعوذة في مواجهة الفشل في الحياة.

الجدول رقم (7) يوضح توزيع استجابات المبحوثين نحو العوامل الثقافية المؤدية للاعتقاد بالسحر من وجهة نظرهم

العوامل الثقافية للاعتقاد بالسحر	التكرارات	النسبة المئوية
1 اللجوء إلى السحر هو من العادات والتقاليد الموروثة في المجتمع	13	5.7%
2 اختلاط بعض المفاهيم الدينية والمعتقدات السحرية	17	8.1%
3 قلة الوعي ونقص الوازع الديني	151	71.8%
4 انتشار ثقافة السحر في الاحياء الشعبية	21	10%
5 يعتبر الفقر احد عوامل انتشار ثقافة السحر والشعوذة	4	1.9%
6 شيوع ثقافة السحر على منصات التواصل الاجتماعي	5	1.9%
المجموع	210	100%

يلاحظ من الجدول رقم (7) أن غالبية استجابات المبحوثين حول العوامل الثقافية المؤدية للاعتقاد بالسحر كانت نحو عبارة (قلة الوعي ونقص الواع الديني) بنسبة تمثيل 71.1%، ثم انتشار ثقافة السحر في الاحياء الشعبية بنسبة تمثيل 10% من مجموع استجابات المبحوثين، ثم عبارة اختلاط بعض المفاهيم الدينية والمعتقدات السحرية بنسبة تمثيل 8.1% من مجموع استجابات المبحوثين، تلتها مجموعة استجابات صغيرة نسبيا هي (شيوخ ثقافة السحر على منصات التواصل الاجتماعي) و(يعتبر الفقر احد عوامل انتشار ثقافة السحر والشعوذة) بنسبة تمثيل 1.9%، وهو ما اكد عليه تايلور عن ظاهرة السحر والشعوذة في كتابه الثقافة البدائية الذي وصفه بالثقافة الزائفة وقد حاول التفريق بين السحر والدين وانه كلما ازدادت معدلات التدين عند الناس نقص اعتمادهم على السحر في امورهم الحياتية.

الجدول رقم (8) يوضح استجابات المبحوثين نحو اهم الدوافع الاكثر شيوعا للجوء

لأعمال السحر من وجهة نظرهم

الاهم الدوافع الاكثر شيوعا والتي يلجا اليها الناس فيها لأعمال	التكرار	النسبة المئوية
1 الامراض النفسية	15	7.1%
2 الاعتقاد بوجود مس	18	8.6%
3 علاج الامراض المستعصية التي يتسبب بها السحر	9	4.3%
4 علاج حالات تأخر سن الزواج بين الجنسين	17	8.1%
5 علاج حالات عدم التوافق بين الأزواج	6	2.9%
6 علاج حالات العقم و تأخر الانجاب	4	1.9%
7 اعمال الجلب والتفريق	12	5.7%
8 إيذاء الاخرين نتيجة الحقد و الحسد أو الكراهية	123	58.6%
كل ما سبق	6	3%
المجموع	210	100%

يلاحظ من الجدول رقم (8) ان غالبية استجابة المبحوثين نحو التساؤل حول اهم الدوافع الاكثر شيوعا للجوء الى اعمال السحر (إيذاء الاخرين نتيجة الحقد والحسد او الكراهية) بنسبة تمثيل 58.6%، الاعتقاد بوجود مس 8.6% من مجموع

استجابات المبحوثين ، تليها (علاج حالات تأخر سن الزواج بين الجنسين (بنسبة تمثيل 8.1% من مجموع استجابات المبحوثين ، تليها (الامراض النفسية) 7.1% من مجموع استجابات المبحوثين ، ثم (اعمال الجلب والتفريق) 5.7% من مجموع استجابات المبحوثين ، ثم (علاج حالات عدم التوافق بين الازواج) 2.9% من مجموع استجابات المبحوثين، وتأتي اخيرا علاج حالات العقم وتأخر الانجاب 1.9% من مجموع استجابات المبحوثين. وهي تتقارب مع نتائج دراسة امال سالم غبار (2020م) من حيث خطورة الاعمال السحرية على الفرد والمجتمع.

-الجدول رقم (9) يوضح استجابات المبحوثين نحو النتائج المترتبة على الاعتقاد بالسحر

على الفرد من وجهة نظرهم

النتائج المترتبة على الاعتقاد بالسحر على الفرد	التكرارات	النسبة المئوية
1 الاعتقاد بوجود أشياء وظواهر ليست موجودة في الواقع	17	8.1%
2 وجود مشاكل نفسية مثل (التوتر، الخوف، القلق، الاكتئاب، عدم النوم، الأحلام المزعجه والكوابيس)	72	34.3%
3 اثارة الرعب بين الناس نتيجة تداول قصص وروايات تمجد اعمال السحر	22	10.4%
4 اضاءة الوقت في علاجات او اساليب ليست لها اي فائدة فعلية	24	11.4%
5 هدر الاموال الخاصة بالفرد	6	2.9%
6 هدم العلاقات الخاصة	28	13.3%
7 زرع بذور الشك بين الافراد	34	16.2%
8 كل ما سبق	7	3.7%
المجموع	210	100%

يلاحظ من الجدول رقم (9) ان غالبية استجابات المبحوثين على التساؤل حول النتائج المترتبة على الاعتقاد بالسحر على الفرد كانت على الفقرة التي تنص على (وجود مشاكل نفسية مثل التوتر، الخوف، القلق، الاكتئاب، عدم النوم، الأحلام المزعجة، الكوابيس المخيفة) بنسبة تمثيل 34.3% من مجموع استجابات المبحوثين، تليها عبارة (زرع بذور الشك بين الافراد) بنسبة تمثيل 16.2%، تليها بنسب متقاربة باقي العبارات الواردة في الجدول ، وجاءت اخيرا عبارة (جميع ما سبق) بنسبة تمثيل 3.7% من مجموع

استجابات المبحوثين، وهنا تتقارب النتيجة مع نظرية مالوفينسكى من حيث ارتباط السحر بالحاجات السيكولوجية للأفراد.

الجدول رقم (10) يوضح استجابات المبحوثين نحو النتائج المترتبة على الاعتقاد بالسحر

على المجتمع

النتائج المترتبة على الاعتقاد بالسحر في المجتمع	التكررات	النسبة المئوية
1 عرقلة خطط التنمية في المجتمع نتيجة الاعتماد على الغيبيات	33	15.7%
2 التفكك الاجتماعي وسيادة المشاعر السلبية بين الناس	102	48.6%
3 اشاعة سمعة سيئة عن المجتمع الليبي بين غيره من المجتمعات الاخرى كمجتمع يمتن السحر	16	7.6%
4 اعلاء مكانة اعمال الدجل على حساب العلم والمعرفة	17	8.1%
5 شيوع مظاهر الاستغلال للشرائح البسيطة من المجتمع	12	5.7%
6 ظهور انتهاكات اخلاقية وجرائم مسيئة في اوساط السحرة ومن يرتادونهم	30	14.3%
المجموع	210	100%

يلاحظ من الجدول رقم (10) ان غالبية استجابات المبحوثين على التساؤل حول النتائج المترتبة على الاعتقاد بالسحر على المجتمع ، كانت على الفقرة التي تنص على (التفكك الاجتماعي وسيادة المشاعر السلبية بين الناس) بنسبة تمثيل 48.6% من مجموع استجابات افراد العينة ،تليها عبارة (عرقلة خطط التنمية في المجتمع نتيجة الاعتماد على الغيبيات بدل وضع الاستراتيجيات العلمية لتجاوز المشكلات) بنسبة تمثيل 15.7% من مجموع استجابات افراد العينة ،ثم عبارة (ظهور انتهاكات اخلاقية وجرائم مسيئة في اوساط السحرة ومن يرتادونهم) بنسبة تمثيل 14.3% من مجموع افراد العينة ،ثم عبارة (اعلاء مكانة اعمال الدجل على حساب العلم والمعرفة) بنسبة تمثيل 8.1% من مجموع افراد العينة ، اشاعة سمعة سيئة عن المجتمع الليبي بين غيره من المجتمعات الاخرى كمجتمع يمتن السحر بنسبة تمثيل 7.6% من مجموع استجابات افراد العينة ، ثم تأتي اخيرا عبارة (شيوع مظاهر الاستغلال للشرائح البسيطة من المجتمع) بنسبة تمثيل

5.7% من مجموع استجابات المبحوثين ،، وتتقارب غالبية الاستجابات هنا مع دراسة امال سالم غبار (2020م) من حيث التأكيد على خطورة الاعتقاد بالغيبيات على استقرار المجتمع الجدول رقم (11) يوضح استجابات المبحوثين نحو الاليات الممكنة للتخلص من الاعتقاد بالسحر على المجتمع من وجهة نظرهم

الترار	النسبة المئوية	ماهي الاليات الممكنة للتخلص من الاعتقاد بالسحر في المجتمع
109	51.9%	1 رفع مستوى الوعي الديني في المجتمع عبر المساجد ووسائل الاعلام
8	3.8%	2 غرس قيم العلم ضمن المناهج الدراسية بدل الاعتقاد بالخرافات
41	19.5%	3 تشديد العقوبات الرادعة لكل من يمارس اعمال الشعوذة والسحر
30	14.3%	4 معاقبة المترددين على المشعوذين والسحرة واعتبارهم خارجين عن القانون
11	5.2%	5 دعم العيادات النفسية بالأخصائيين للفت الانتباه لفعالية العلاج النفسي بدل اعمال الشعوذة
2	1%	6 توجيه اهتمام المرضى للمستشفيات لتلقي العلاج الفعال بدل اعمال السحر والشعوذة
4	1.9%	7 رفع شان الطب وانجازاته بين افراد المجتمع من خلال وسائل الاعلام المختلفة
5	2.5%	8 كل ما ذكر
210	100%	المجموع

يلاحظ من الجدول رقم (10) ان غالبية استجابات المبحوثين حول التساؤل (ماهي الاليات الممكنة للتخلص من الاعتقاد بالسحر في المجتمع) كانت للفقرة التي تنص على (رفع مستوى الوعي الديني في المجتمع عبر المساجد ووسائل الاعلام) بنسبة تمثيل 51.9% من مجموع استجابات المبحوثين - تليها فقرة (تشديد العقوبات الرادعة لكل من يمارس اعمال الشعوذة والسحر) 19.5% من مجموع استجابات المبحوثين ،وهو ما اكدت عليه نظرية ماثيوفنسكي حول وصف دراسة الظواهر المرتبطة بالسحر والشعوذة بانها معقدة ومختلفة تبعا لتطور الفكر الانساني والخصوصية الثقافية لكل مجتمع ومدي امتزاجه مع الفكر الديني حيث تتبادلان التأثير.

نتائج الدراسة

اولا: النتائج المتعلقة بوصف مجتمع الدراسة.

1- تظهر الدراسة ان غالبية افراد العينة هن من الاناث بنسبة تمثيل 72.4%، في

مقابل الذكور الذين كانت نسبة تمثيلهم حوالي 27.6%

2- تشير الدراسة الى ان غالبية افراد مجتمع الدراسة هم من العزاب بنسبة تمثيل

51.9% من مجموع افراد العينة ، بينما كان الازامل اقل تمثيلا بنسبة تمثيل

2.4% من مجموع افراد العينة

3- اظهرت الدراسة ان غالبية الفئات العمرية هي من افراد العينة التي تقع ضمن

الفئة العمرية (من 21 الى 26 سنة) بنسبة تمثيل 25.7% من مجموع العينة

،بينما سجل اقل استجابة للفئة العمرية (اقل من 15 الى 20 سنة).

4- رغم عشوائية الدراسة فإن غالبية افراد مجتمع الدراسة هم من حملة الشهادة

الجامعية او من طلاب الجامعة بنسبة تمثيل 54.8% من مجموع افراد العينة.

5- كما بينت الدراسة ان غالبية افراد العينة هم من ذوى الخلفية الحضرية من

حيث المولد والنشأة بنسبة تمثيل 60.5% من مجموع افراد العينة ، في مقابل

ذوى الخلفية الريفية الذين كانوا بنسبة تمثيل 39.5% من مجموع افراد العينة

6- واطهر الدراسة ان غالبية افراد العينة هم من العزاب بنسبة تمثيل 51.9% من

مجموع افراد العينة، وتعتبر نتيجة منطقية خاصا وان غالبية المستجيبين كانوا

من الفئة العمرية من 21-26 سنة ومن حملة المؤهل الجامعي او طلاب تلك

المرحلة ووفقا لثقافة المجتمع المحلي تعتبر مرحلة الاعداد والتأهل للزواج.

ثانيا : النتائج المتعلقة باستجابات المبحوثين نحو تساؤلات الدراسة

تعتبر هذه الدراسة من الدراسات الاولية للتعرف على مدى اتساع دائرية

الاعتقاد بالغيابات لدى الفرد والجماعة لمواجهة جملة من التحديات بمجتمع يمر منذ اكثر

من عشر سنوات أزمات سياسية واجتماعية واقتصادية بالغة الخطورة والصعوبة تهدد وحدته وامنه الاجتماعى ويقوض اى جهد تنموى يهدف الى احلال حالة من الأستقرار والأمن المجتمعى. وعلى الرغم من محدودية الدراسة وصغر عينة الدراسة لكنها انتجت عدد من الحقائق العلمية التى ممكن ان تكون لبنة لمشروع بحثى اوسع من اجل تشخيص وفهم هذه الظاهرة لدى المجتمع الليبى. من أهم هذه النتائج هى ان العجز عن مواجهة المشكلات الحياتية بطريقة منطقية، والرغبة فى السيطرة والتحكم فى مشاعر البشر، ثم انخفاض المستوى التعليمي للمعتقدين بفعالية اعمال السحر فى حل مشاكلهم، هي من اهم العوامل التي تؤدي الى شيوع ظاهرة الاعتقاد بالسحر والشعوذة فى المجتمع.

كما اكدت الدراسة ان غالبية افراد العينة يرون ان أهم العوامل الثقافية المؤدية للاعتقاد بالسحر هو قلة الوعي ونقص الوازع الديني.

بالاضافة الى ما ذكره اعلاه من نتائج مهمه. الدراسة اشارت الى ان غالبية المبحوثين يرون ان إيذاء الاخرين نتيجة الحقد والحسد او الكراهية هى من اهم الدوافع الاكثر شيوعا والتي يلجا الناس فيها لأعمال السحر والشعوذة.

واكدت الدراسة ان النتائج المترتبة على الاعتقاد بالسحر على الفرد تؤدي الى وقوع الافراد فريسة مشاكل نفسية مثل التوتر، الخوف، القلق، الاكتئاب، عدم النوم، الأحلام المزعجة، الكوابيس المخيفة، اضافة لزرع بذور الشك بين الافراد من وجهة نظر المبحوثين.

تؤكد الدراسة ان غالبية استجابات المبحوثين حول النتائج المترتبة على الاعتقاد بالسحر على المجتمع، هي التفكك الاجتماعى وسيادة المشاعر السلبية بين الناس ثم عرقلة خطط التنمية فى المجتمع نتيجة الاعتماد على الغيبيات بدل وضع الاستراتيجيات العلمية لتجاوز المشكلات إضافة لظهور انتهاكات اخلاقية وجرائم مسيئة فى اوساط السحرة ومن يرتادونهم..

اشارت الدراسة الى ان غالبية المبحوثين يرون ان رفع مستوى الوعي الديني في المجتمع عبر المساجد ووسائل الاعلام، و تشديد العقوبات الرادعة لكل من يمارس اعمال الشعوذة والسحر هي من الآليات الممكنة للتخلص من الاعتقاد بالسحر في المجتمع. مما سبق تؤكد الدراسة وتجب عن تساؤلها الرئيسي الذي قامت عليه بالقول: ان هناك مجموعة عوامل اجتماعية وثقافية ترتبط بخصوصية المجتمع الليبي تحتضن الفكر الغيبي وترجع الكثير من المشاكل والحياتية المعقدة الى قوى خفية مما تساهم في تعميق الضجوة بين الواقع المعاش الذي يعاني الكثير من المشكلات التي تهدد تقدمه وتماسكه وترسيخ ثقافة تعقب الاسباب بموضوعية واختيار انبب الحلول للخروج من المشاكل بدل العيش في دائرة الخوف من المجهول والاستسلام للأساطير والتعرض للاستغلال والنصب من قبل من يمتنون السحر والشعوذة.

جملة هذه النتائج تتسق تماما مع اراء فرويد بأن في ظل العجز في مواجهة الازمات سواء نفسية او اجتماعية او غيرها بسبب قلة الخبرة او ضعف المنظومة الفكرية والجاهزية المعرفية

أن ربط العجز في مواجهة الواقع بقوى خارج عن ارادة الفرد كالسحر أو العين أو القدر وغيره. هو عرضي نفسي وقد يكون حتى سيكوباتي. وهو نمط سائد بالكثير من المجتمعات التي تمر بحاجة صراع سياسي او اجتماعي الخ. أن هذه النتيجة هي حقيقة ملهمه للاخصائيين النفسيين والاجتماعية للعب دوراساسي بالحياة الاجتماعية بتقديم يد العون والارشاد لتقديم الرؤية الموضوعية لادماج افراد المجتمع بفاعلية ايجابية لأصلاح الذات والأخرين. وهي مؤشر مهم للمخططين التربويين في اعادة النظر بالمفردات الدراسية بكافة المراحل التعليم والتعلم.

التوصيات :

- من خلال ما توصلت اليه الدراسة من نتائج توصي الدراسة بالاتي:
- 1- تفعيل دور الاوقاف في نشر الوعي الديني للابتعاد عن افعال السحر والشعوذة واغراق المجتمع في غياهب الافكار الهدامة والجهل والكراهية..
 - 2- تشديد العقوبات على كل من يمتن اعمال السحر والشعوذة او يرتاد اماكنها
 - 3- توجيه الباحثين من طلبة اليسانس والماجستير في تناول هذه الموضوعات بالبحث والدراسة لكشف الغموض حولها بطرق علمية وتضمن المناهج التعليمية لمقررات توجه اهتمام الطلاب نحو التفكير العلمي ونبذ التفكير الخرافي.
 - 4- تشديد الرقابة من قبل الحكومات العربية والمؤسسات الكبرى ذات العلاقة لمحاربة القنوات والصفحات التي تنشر ثقافة السحر والغيبيات بين الشباب.

المراجع

المراجع العربية:

اولاً: الكتب

1. أحمد بن ناصر، الحقيقة والخيال، دار التراث، مكة المكرمة، 1988م.
Ahmed Ben Nasser, Truth and Visibility, Dar al-turath, Makkah Al-Mukarramah, 1988.
 2. بييري الوحيشي، الاسرة والزواج، منشورات الجامعة المفتوحة، طرابلس، 1998م.
Berry Alwahaishi, the family and marriage, the Open University Publications, Tripoli, 1998.
 3. جون سكوت جوردن مارشال موسوعة علم الاجتماع، ت: محمد الجوهري وآخرون، المركز القومي للترجمة، القاهرة، 2011م
3. John Scott Jordan Marshall, Encyclopedia of Sociology, written by: Mohammed Al-johari et al., National Translation Centre, Cairo, 2011.
 4. عبدالسلام السكري، السحر بين الحقيقة والوهم، مكتبة التراث بمكة، ط1.
4. Abdelssalam Al-Sokari, the magic between truth and illusion, the turath Library in mekkah, II.
 5. منير السعيداني، مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، ت. دنيس كوش، المنظمة العربية للترجمة 2010م.
5. Munir Al-Saidani, The Concept of Culture in the Social Sciences, ed. Dennis Koch, Arab Organization for Translation 2010 AD
- ثانياً: رسائل الماجستير والدكتوراه
6. عادل حميسي وخيره بدراني، اللجوء إلى السحر والشعوذة وعلاقته بالعوامل الدينية والاجتماعية، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم علم الاجتماع، 2009م
6. Adel Alkhamisi and Khairah Badrani, resorting magic and sorcery and their connections to religious and societal causes, رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة عين شمس، كلية الآداب، قسم علم الاجتماع، 2009م
Ain Shams University, Faculty of Arts, Department of Sociology, unpublished master's thesis, 2009 AD.
 7. أمال سالم غبار، السحر والشعوذة وآثارهما النفسية والاجتماعية على الفرد والأسرة ودور الخدمة الاجتماعية في التعامل معهم، مجلة القرطاس للعلوم الانسانية والتطبيقي، 2020م.
7. Amal Salem Ghabar, Magic and Sorcery: Psychological and Social Effects on Individuals, Families, and the Role of Service الاجتماعية في التعامل معهم، مجلة القرطاس للعلوم الانسانية والتطبيقي، 2020م.
Social issues in dealing with them, Al-Qartas Journal of Humanities and Applied Sciences, 2020 AD
 8. ولاء ابراهيم، الأبعاد الاجتماعية والنفسية المرتبطة بالإقبال على السحر وانعكاس ذلك على
8. wala Ibrahim, the social and psychological dimensions of magic demand and its impact on it

الأسرة، رسالة دكتورا غير منشورة معهد البحوث البيئية ،جامعة عين شمس ،2018م

Family, unpublished PhD dissertation, Ain Shams University's Environmental Research Institute, 2018 AD

ثالثا: المجلات العلمية

9. عز الدين عبد السلام سرير، بعنوان السحر ودور المجتمع في مكافحته والوقاية منه:دراسة

سسيوانثربولوجية بمدينة بنى وليد، مجلة جامعة بنى وليد للعلوم الانسانية وتطبيقية ،السنة الرابعة

العدد18،2022م

9. Ezz El-Din Abdel Salam Sarir, Magic and Society's Role in Combating and Preventing It: A Psychoanthropology Study in the city of Bani Walid , Bani Walid University Journal of Humanities and Applied Sciences, fourth year Issue 18,2022A.D.

10.نضال الموسوي، السلوكيات الخرافية لدى طلبة جامعة الكويت، مجلة ابحات ميسان ، العدد21،

2009م.

10. Nidal Al-Musawi, "Superstitious Behaviors Among Kuwait University Students," Maysan Research Journal, Issue 21, 2009 A.D.

11.ولاء ابراهيم، الأبعاد الاجتماعية والنفسية المرتبطة بالإقبال على السحر، مجلة العلوم

البيئية،جامعة عين شمس ،العدد16،2018م

11. Walaa Ibrahim, "Magic Interest: Social and Psychological Aspects," Environmental Sciences Journal, Ain Shams University, Issue 16, 2018.

المراجع الاجنبية

1. Melton, J. Gordon (2013, May 3). spiritualism. Encyclopedia Britannica.<https://www.britannica.com/topic/spiritualism-religion>
2. Laplantine, F., & Martin, J. (Eds.) 1994. The Magical Challenge, volume 1: Esotericism, occultism, spiritualism.Lyon: Lyon University Press. doi:10.4000/books.pul.10665\
3. Julius B. Maller & Gerhard E. Lundeen (1933) Sources of Superstitious Beliefs, The Journal
4. "Magic: Theories of Magic ." Encyclopedia of Religion. . Retrieved July 25 2023 from Encyclopedia.com: <https://www.encyclopedia.com/environment/encyclopedias-almanacs-transcripts-and-maps/magic-theories-magic>
5. Jeffrey M. Rudski & Ashleigh Edwards (2007) Malinowski Goes to College: Factors Influencing Students' Use of Ritual and Superstition, The Journal of General Psychology, 134:4, 389-403, DOI: 10.3200/GENP.134.4.389-404

دراسة أداء المتاجر الإلكترونية في تحقيق التنمية المستدامة

في المملكة العربية السعودية : الفرص والمعوقات

هدى خالد سراج العمري

المستخلص

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة مدى فاعلية أداء المتاجر الإلكترونية في تحقيق التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية وتحديد المعوقات التي تواجهها. وقد اشارت مشكلة البحث إلى ندرة الدراسات السابقة ووجود قصور واضح وقلّة وعي بأهمية المتاجر الإلكترونية ودورها الفعال في تحقيق التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية. واعتمدت الدراسة باستخدام المنهج الوصفي التحليلي الذي يقوم على وصف الظاهرة وجمع البيانات وتبويبها وتحليلها والربط بين مدلولاتها لفهم دور أداء المتاجر الإلكترونية والمتغيرات المؤثرة فيها وطبقت على أصحاب المتاجر الإلكترونية في المملكة العربية السعودية ، اعتمدت الباحثة على استبيان بلغ عدد المستجيبين (180) متجر إلكتروني لذا تم إجراء المعالجات الإحصائية للبيانات المتجمعة من استبانة الدراسة، وتم استخدام برنامج الحزم الإحصائية للدراسات الاجتماعية (SPSS). وأكدت نتائج الدراسة فاعلية أداء المتاجر الإلكترونية في تحقيق التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية. كما توصل البحث إلى جملة من التوصيات أهمها العمل على تحسين البنية التحتية وفق متطلبات التنمية المستدامة عن طريق ادخال العنصر البيئي.

Abstract

This study aimed to study the effectiveness of the performance of electronic stores in achieving sustainable development in the Kingdom of Saudi Arabia and to identify the obstacles they face. The research problem indicated the scarcity of previous studies and the presence of clear shortcomings and lack of awareness of the importance of electronic stores and their effective role in achieving sustainable development in the Kingdom of Saudi Arabia. The study was adopted using the descriptive analytical approach, which is based on describing the phenomenon, collecting, classifying and analyzing data, and linking its implications to understand the role of the performance of electronic stores and the variables affecting them, and it was applied to the owners of electronic stores in the Kingdom of Saudi Arabia. The researcher relied on a questionnaire that reached the number of respondents (180) electronic stores, so statistical treatments were carried out for the data collected from the study questionnaire, and the statistical packages program for social studies (spss) was used, and the results of the study confirmed the effectiveness of the performance of electronic stores in achieving sustainable development in the Kingdom of Saudi Arabia. . The research also reached a number of recommendations, the most important of which is working to improve the infrastructure in accordance with the requirements of sustainable development by introducing the environmental component

خلفية الدراسة :

تتميز حياة الإنسان في هذا العصر بممارسة أنشطة متعددة ترتبط بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، والتي تتسم بالسرعة ووفرة المعلومات ومن بكان ما أفرزه هذا التطور ظهور أنشطة وأعمال جديدة تعدت الحدود المادية والجغرافية وألغت جميع القيود التي تحد من حرية الإنسان في ممارسته لمعاملاته (عيساني عامر، 2014)

لاسيما ان دخول عالم التكنولوجيا والانترنت ما ينتج عنه من إلغاء الوقت والمسافة من جانب، وتوفير الجهد لإنجاز أعمال كبيرة على نطاق واسع من جوانب أخرى كان لها الأثر الواضح في الدخول السريع لعالم التجارة الإلكترونية الأمر الذي يفرض على جميع المنظمات أن تعيد النظر في هيكله وكفاءة آلياتها

اذ تخلق التجارة الالكترونية في ظل التحول الرقمي العديد من فرص العمل، حيث اصبحت التوجه العام للمشروعات والمحفز لتحسين العمل، كما ان تطبيقاتها تزود المشروعات بأدوات جديدة وتقنيات عالية تساهم في تحقيق حجم أكبر من المبيعات، حيث تمكن المشروعات من النفاذ إلى الاسواق العالمية وتصريف منتجاتها بأقل تكلفة استثمارية؛ فالتجارة الإلكترونية تحقق لهذه المشروعات القدرة على المشاركة في حركة التجارة العالمية بفاعلية وكفاءة (عبد المنعم، 2021)

فتعد التجارة الالكترونية لها دور في تحقيق التنمية المستدامة وهي من المواضيع المهمة في القطاع الاقتصادي في الوقت الحاضر. وبشكل خاص أمام النهضة الاقتصادية ونمو قطاع التجارة والتوسع في التجارة الالكترونية بعد تأسيس المنظمات العالمية للتجارة. وما يترتب عن ذلك الزيادة في الإنتاج والاستهلاك، اذ يتم ادراج الاعتبارات البيئية في الخطط التنموية، بهدف اشباع الحاجات المادية للموارد للأجيال القادمة، حيث أدرجت المعايير البيئية كإحدى الركائز الاساسية في التجارة الالكترونية، وفي ظل النمو والتطور الحاصل في التكنولوجيا وتقنية المعلومات، تسهم التجارة الالكترونية مساهمة كبيرة في

الازدهار في المملكة العربية السعودية. فلم تعد الاساليب والاشكال التنظيمية القديمة قادرة على استغلال فرص هذه المرحلة فقد تغير مفهوم التجارة لدى الناس، من تجارة تقليدية تعتمد على مكان فعلي على الأرض، إلى تجارة إلكترونية، تتخذ من شبكة الإنترنت موقع لها عن طريق العمل على فتح مواقع إلكترونية خاصة بها على شبكة الإنترنت حتى تتمكن من تعريف المستهلكين بمنتجاتها على نطاق واسع من السوق العالمي وتحقيق اهدافها الاستراتيجية

فالمتاجر الإلكترونية جذبت الأنظار نحوها، كنتيجة للخدمات والمنتجات الفريدة والجديدة التي تقدمها، والتسهيلات التي توفرها، فأصبح الشراء والبيع بالمتاجر الإلكترونية والتعامل معها متاحاً للجميع، في كل الاوقات ودون عناء يذكر، فبعض عمليات الشراء تتم بدقائق معدودة دون أن يغير المشتري من مكان جلوسه، مما جعل الكثير يميل للشراء عبر المتاجر الإلكترونية (Rouibah, 2015).

علاوة على ذلك أن مجلس الوزراء في عام 2018 م وافق على تشكيل مجلس التجارة الإلكترونية؛ بهدف تطوير القدرات التقنية لمنظومة التجارة بما يشمل تطوير وبناء البنية التحتية لتقنية المعلومات، ومنصات الخدمات التقنية المشتركة وأتمتة الانظمة والعمليات التقنية للتحويل إلى التقنية الرقمية بهدف تحقيق التنمية المستدامة في تحويل الأعمال إلكترونياً لتسهيل الإجراءات وجعلها سهلة وميسرة والذي سيحفز السوق الرقمية ويطورها لتحقيق الرؤية الطموحة. (وزارة التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية)

جاءت هذه الدراسة لتسليط الضوء على أهمية المتاجر الإلكترونية وأهم العوامل التي تساعد على نجاح هذا التحويل والتي من شأنها تحفز قطاع الاعمال نحو التحويل إلى التجارة الإلكترونية بالرغم من توجه العديد من الافراد والشركات الى عالم التجارة الإلكترونية في انشاء المتاجر الالكترونية بغرض الترويج والبيع لمنتجاتها عبر الانترنت فهناك بعض العقبات التي تواجه المتاجر الالكترونية والفرص التي يمكن استغلالها

مشكلة الدراسة :

تشهد المواقع الإلكترونية تطوراً سريعاً وانتشاراً واسعاً ، حيث اتجهت العديد من المؤسسات والشركات التجارية إلى نقل عملها ومعاملاتها التجارية إلى مواقع الإنترنت لإتمام صفقاتها وتقديم خدماتها، وهذا الأمر أدى إلى غياب فكرة الإستدامة مع الانتشار الكبير للمواقع التجارية في العالم الافتراضي، ان المشكلة الرئيسية للبحث ان هناك ندرة للدراسات السابقة في تناولها أداء المتاجر الإلكترونية في تحقيق التنمية المستدامة ومدى فاعليتها على الرغم من أهميتها حيث انبثقت مشكلة الدراسة في وجود قصور واضح وقلة وعي بأهمية المتاجر الإلكترونية ودورها الفعال في تحقيق التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية.

أسئلة الدراسة وفرضياتها

السؤال الرئيسي :

ما هو دور المتاجر الإلكترونية في تحقيق التنمية المستدامة في المملكة العربية

السعودية؟

الأسئلة الفرعية :

1. ما مدى اثر أداء المتاجر الإلكترونية من خلال (رضا العميل- التكنولوجيا-

سهولة الشراء) على تحقيق التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية

2. هل يوجد اثر للمعوقات على أداء المتاجر الإلكترونية في المملكة العربية

السعودية؟

3. ماهي الفرص التي امام المتاجر الإلكترونية المتاحة في المملكة العربية

السعودية؟

فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية:

هناك أثر لأداء المتاجر الإلكترونية (رضا العميل - التكنولوجيا - سهولة الشراء) على تحقيق التنمية المستدامة للاستثمار في المملكة العربية السعودية، ويتفرع من الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية التالية:

الفرضيات الفرعية:

1- هناك علاقة مباشرة دالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P < 0.05$) بين رضا العميل تجاه المتاجر الإلكترونية والتنمية المستدامة

2- هناك علاقة مباشرة دالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P < 0.05$) بين التكنولوجيا المستخدمة في المتاجر الإلكترونية والتنمية المستدامة

3- هناك علاقة مباشرة دالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P < 0.05$) بين سهولة الشراء من المتاجر الإلكترونية والتنمية المستدامة

4- هناك فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($P < 0.05$) في أداء المتاجر الإلكترونية يعزى إلى متغير الحجم

5- تؤثر المعوقات التنظيمية إحصائياً عند مستوى دلالة ($P < 0.05$) على العلاقة المباشرة بين أداء المتاجر الإلكترونية والتنمية المستدامة

أهداف الدراسة:

تهدف الدراسة بشكل رئيسي على دراسة مدى فاعلية أداء المتاجر الإلكترونية في تحقيق التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية. ومن هذا الهدف الرئيسي، تهدف الدراسة الحالية إلى تحقيق الأهداف الفرعية التالية:

وهناك عدة اهداف فرعية :

- 1- التعرف على مفهوم المتاجر الإلكترونية في المملكة العربية السعودية نشأتها وأهميتها.
 - 2- إبراز الفرص المتاحة للمتاجر الإلكترونية ودورها في تسهيل الامور وقدرتها على تحقيق متطلبات التنمية بجهود أسرع ووقت أقصر
 - 3- التعرف على المعوقات التي تواجه المتاجر الإلكترونية في المملكة العربية السعودية
 - 4- تحديد دور المتاجر الإلكترونية في تحقيق التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية
 - 5- تقديم بعض المقترحات والآراء التي تساهم على مساعدة المتاجر الإلكترونية لتحقيق اهدافها
- أهمية الدراسة :
- الأهمية العلمية :

- 1- تتوقع الباحثة أن تضيف الدراسة للبحوث والدراسات في قطاع ريادة الأعمال الرقمية، نظرا لحدودية الدراسات في المملكة العربية السعودية على حد علم الباحثة
 - 2- تسليط الضوء على التطورات التكنولوجية ومدى فاعليتها في تطوير اداء المتاجر الإلكترونية باختيار حلول راقية قابلة للتعديل والتطوير
 - 3- يعتبر هذا البحث نقطة انطلاق للأبحاث الجديدة
- الأهمية العملية :

- 1- سعت هذه الدراسة أن تكون مرجعاً مهما في مجالات البحوث العلمية والتطبيقية، فتكمن أهمية هذه الدراسة في أنها ستساعد أصحاب المتاجر الإلكترونية على

توضيح وفهم الفرص التي يجب ان تستغل وتجنب المعوقات للمتجر الإلكتروني ومعالجة مصادر القلق للتاجر والزبون مما تساهم على تحسين اداء المتاجر الإلكترونية، والنهوض بالمتاجر الإلكترونية في جانب التقنية والإدارة.

المصطلحات والتعريفات

المتاجر الإلكترونية

المتجر الإلكتروني Online store هو مصطلح يدل على موقع أو منصة لبيع وشراء الخدمات والسلع والمنتجات عن طريق شبكة الإنترنت، اذن المتجر الإلكتروني هو موقع أو منصة لعرض المنتجات من السلع والخدمات عن طريق شبكة الانترنت، ليس له كيان مادي حيث يتم من خلال التصفح والاطلاع على المنتجات، والتعرف على مواصفاتها، ومقارنة أسعارها وإتمام عمليات البيع والشراء والدفع الإلكتروني دون الحاجة لالتقاء البائع والعميل، بأنها أسواق افتراضية يستطيع المشتري من خلالها معرفة المعلومات المتعلقة بأسعار المنتجات ومدى توافرها، والقيام بعمليات الشراء والدفع إلكترونيا بسرعة وتكلفة قليلة نسبيا (السامرائي، 2013)

التنمية المستدامة

تعرف التنمية المستدامة بأنها التنمية التي تلبي احتياجات الحاضر دون الإخلال بقدرات الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها، أو أنها عملية تغيير حيث يجري استغلال الموارد وتوجيه الاستثمارات وتكييف التنمية التقنية والتطوير المؤسسي بتناسق يعزز الإمكانيات الحاضرة والمستقبلية في تلبية احتياجات البشر وتطلعاتهم.

اذ انها التنمية المستمرة والعادلة والمتوازنة والمتكاملة والتي تراعي البعد البيئي في جميع مشروعاتها والتي لا تجني الثمار للأجيال الحالية على حساب الأجيال القادمة (مخلوف واخرون، 2019).

أيضاً هو ذلك النشاط الاقتصادي الذي يؤدي الى الارتقاء بالرفاهية الاجتماعية بأكثر قدر من الحرص على الموارد الطبيعية المتاحة واقل قدر ممكن من الأضرار والإساءة إلى البيئة (العونية، 2018).

المحل التجاري الإلكتروني:

يعد مفهوم المحل التجاري الإلكتروني من المفاهيم الحديثة التي أفرزتها التجارة الإلكترونية، وقد نشأت هذه المتاجر كنتيجة للتحويلات التكنولوجية الهائلة في مجالات الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، إلى أن أصبح إنشاء هذه المتاجر ضرورة حتمية، وهو ما فرض ضرورة تحديد مفهوم محدد للمحل التجاري الإلكتروني وخاصة في ظل التوسع في ممارسة التجارة الإلكترونية وبشكل واسع من قبل التجار ورجال الأعمال (موسى، 2010). إذن فالمتجر الإلكتروني هو موقع إلكتروني تقوم شركة معينة بتصميمه وإطلاقه من أجل عرض المنتجات وبيعها، وهو يشبه السوق العادي ولكنه متجر افتراضي (Store Virtual) على شبكة الإنترنت، وقد يتم تصميم الموقع الخاص بالمتجر الإلكتروني لاستضافة عدد من البائعين، من خلال تقديم نموذج خاص بالموزعين أو عملاء المبيعات، حيث تستضيفهم الشركة صاحبة الموقع الإلكتروني الخاص بالمتجر مقابل رسوم مالية محددة وهي التي تتولى مهمة الإعلان والتسويق للمنتجات التي يحتويها المتجر الإلكتروني (السامرائي، 2013).

ويتيح المتجر الإلكتروني للعميل إمكانية الحصول على جميع المنتجات ومقارنة الأسعار في وقت واحد، فأصبحت المتاجر الإلكترونية إحدى الفرص التي من شأنها أن تسهم في توسع محلات التجزئة التقليدية وتوفير كميات أكبر من السلع والمنتجات بسبب سهولة التسوق وسرعته، حيث يمكن للمستهلك أن يقوم بزيارة أكثر من متجر وأن يتصفح آلاف المنتجات في نفس الوقت، أيضاً إمكانية الوصول إلى عدد أكبر من العملاء بالإضافة رغبة بعض المستهلكين في تجنب الزحام في المحلات التجارية التقليدية، والأسعار تكون

أفضل في المتاجر الإلكترونية، لعدة أسباب أهمها عدم وجود وسيط بين الموردين والمتاجر الإلكترونية (Rouibah, 2015).

أهمية وفوائد المتجر الإلكتروني للشركات:

- يمكن إجمال الفوائد التي تحصل عليها الشركات من خلال الاعتماد على المتاجر الإلكترونية في مجموعة من النقاط كما يلي (جبريل، 2012؛ Jun & Jaafar, 2011):
- 1) الوصول إلى جمهور أكبر من خلال محركات البحث؛ يتزايد عدد مستخدمي الإنترنت يومياً وهو فرصة مناسبة لأصحاب الشركات لاستقطاب أكبر عدد من المستخدمين وتحويلهم إلى عملاء، حيث تسمح المتاجر الإلكترونية للزوار بالوصول الفوري للمنتجات والخدمات، إضافةً إلى توفير قاعدة معلوماتية واسعة عن مواصفات هذه المنتجات والخدمات من حيث النوعية والسعر وشروط التسليم وغيرها، مما يتيح للمستهلك الاطلاع على العروض ومعرفة المزيد من نشاط المتجر أو الشركة.
 - 2) تثقيف العملاء حول العلامة التجارية للشركة، فوجود الشركة وسط البيئة التنافسية الكبيرة بين الشركات على الإنترنت، يعتبر من أهم أسباب تثقيف العملاء حول المنتجات التي تقدمها، ولفت انتباههم حولها وتعزيز وعيهم بعلامة الشركة التجارية.
 - 3) توفير الوقت وخفض التكلفة ونفقات المشروعات؛ إذ أن عملية إعداد وصيانة مواقع المتاجر الإلكترونية على شبكة الإنترنت أكثر اقتصادية مقارنةً بامتلاك متجر على أرض الواقع أو تجهيزه، وبالتالي تستطيع المشروعات من خلال إنشاء نظام الشراء الإلكتروني أن تخفض تكلفة المشروع، ويؤدي إلى تحسين التدفقات النقدية للشركات عن طريق السرعة والدقة في إصدار الفواتير التجارية، وتعجيل السداد، وتحسين إدارة المعلومات، وتبادل البيانات داخل إطار الشركة أو فيما بينها وبين الشركات

الأخرى، بالإضافة أنها تعمل على توفير النفقات العامة والإدارية ومصاريف الاتصال وغيرها.

(4) توفر نظام فعال الذي يعمل على التسديد المالي للصفقات التجارية بين الشركات إذ تعمل على تقليل الفترة الزمنية بين عمليات الإنتاج والبيع واستلام الإيرادات من بيع السلع والخدمات.

(5) تساعد المتاجر الإلكترونية الشركات الصغيرة وتزيد من قدرتها على مواجهة أعمال الشركات الكبيرة، وإمكانية مسايرتها في فعاليتها التجارية.

(6) التسويق والانتشار بصورة أفضل وأوسع ومن غير التقيد بالحدود الجغرافية للدولة التي يقيم فيها أصحاب الشركة.

(7) المواقع الإلكترونية من أهم مميزاتها أنها تعتبر حالياً من أكثر وسائل التسويق الفعالة والتي يستخدمها كبار المسوقين وتستخدمها الشركات الكبرى حول العالم، حيث يتيح الموقع الإلكتروني فرص تسويقية أكبر بخلاف أرض الواقع، وفرص انتشار أوسع فلا حدود في المتاجر الإلكترونية بين الشركات ولعملاء والزبائن.

أهمية وفوائد المتجر الإلكتروني للأفراد العاملين:

تكمّن أهمية المتاجر الإلكترونية للأفراد العاملين في أنها (الأحمدي، 2020):

(1) توفر المتاجر الإلكترونية للفرد أن يعمل عن بعد وهو في المنزل وتوفير الوقت للتسوق، مما يقلل من الازدحام المروري في الشوارع وبالتالي المساهمة في تقليل نسبة التلوث في الهواء.

(2) توفر المتاجر الإلكترونية بعض المنتجات والسلع بأسعار مناسبة، وبذلك يستطيع المستهلكين ذوي الدخل المحدود الشراء من المتاجر الإلكترونية مما يعني المساهمة في رفع مستوى المعيشة للمجتمع ككل.

(3) إمكانية توفير منتجات وسلع وخدمات المتاجر الإلكترونية للمستهلكين الذي يعيشون في مناطق أخرى مما يمكنهم من الحصول على هذه المنتجات أو الخدمات بسهولة.

التنمية المستدامة

إن تاريخ مفهوم تطور التنمية على الصعيد العالمي والإقليمي عبارة عن حدث تطور مستمر، وواضح على مفهوم التنمية وكان هذا التطور استجابة واقعية للطبيعة والمشكلات التي تواجهها المجتمعات وانعكاس حقيقي للخبرات الدولية المتراكمة عبر الزمن (عبد الرحمن، 2015)

يعود أصل مصطلح الاستدامة إلى علم الأيكولوجي، إذ استخدمت الاستدامة للتعبير عن تشكل وتطور النظم الديناميكية التي تكون عرضة نتيجة ديناميكيته إلى تغيرات هيكلية تؤدي إلى حدوث تغيرات في خصائصها وعناصرها، وفي المفهوم التنموي استخدم مصطلح الاستدامة للتعبير عن طبيعة العلاقة بين علم الاقتصاد وعلم الأيكولوجي (عذارى، 2016).

فيرتبط مفهوم الاستدامة بالعلاقة الوثيقة بين ثلاث جوانب، الجانب الاقتصادي والاجتماعي والبيئي والتركيز على هذه الجوانب لما لها من أهمية بالغة، ويرتبط مفهوم التنمية بتوفير عمل منتج أو نوعية من الحياة الأفضل لجميع الشعوب وهو ما يحتاج إلى نمو كبير في الإنتاجية والدخل وتطوير القدرة البشرية؛ ولا يقتصر هدف التنمية على مجرد زيادة الإنتاج، بل يتعدى ذلك ليصل إلى تمكين الناس من توسيع نطاق خياراتهم وهكذا تصبح عملية تطوير القدرات وليس عملية تعظيم المنفعة أو الرفاهية الاقتصادية فقط، بل الارتفاع بالمستوى الثقافى والاجتماعي والاقتصادي (خالد، 2007)، ولاسيما أنها عملية يترايط فيها استغلال الموارد للاستثمار وجوانب التنمية التكنولوجية وتطوير المنظمات أو الشركات على تحفيز الإمكانيات الحاضرة والمستقبلية لتلبية احتياجات الإنسان وتوقعاته. وهي التنمية القادرة على النمو والاستمرار من خلال استغلالها للموارد

الطبيعية من أجل أن تحقق مدخل الجوانب الاقتصادية والبيئية والاجتماعية بهدف رفع مستوى المعيشة للأفراد.

ويركز مفهوم التنمية المستدامة على الموازنة بين التوازنات البيئية والسكانية والطبيعية لذا تعرف بأنها التنمية التي تسعى إلى الاستخدام الأمثل وبشكل منصف للموارد بحيث تعيش الأجيال الحالية دون إلحاق الضرر بالأجيال المستقبلية، كما تعالج التنمية المستدامة مشكلة الفقر المتعلق بالسكان، لأن العيش في بيئة من الفقر والحرمان يؤدي إلى استنزاف الموارد وتلوث البيئة، وعليه فإن التنمية المستدامة جوهرها الإنسان (حسين، 2014)

ابعاد التنمية المستدامة:

ترتكز فكرة التنمية المستدامة على مجموعة من الأبعاد وهي البيئة، والاقتصاد، والمجتمع، ولاسيما أن التنمية المستدامة تنمية مترابطة ومتداخلة ومتكاملة في إطار تفاعلي يتسم بالضبط والترشيد للموارد ولا يتم إلا بتجسيد الاندماج والترابط الوثيق بين عناصر أساسية تتمثل في عدة أبعاد، وهي (مصطفى، 2020):

1- البعد الاقتصادي

يشير مفهوم التنمية المستدامة إلى الاستمرارية في تحقيق الرفاه الاقتصادي وتعظيمه لأطول فترة زمنية ممكنة، وذلك من خلال العمل على توفير المقومات التي تحقق الرفاهية للإنسان بأفضل صورة ممكنة (قروف، ويوسفي، 2019).

ويتمثل البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة في الانعكاسات والنتائج التي يتركها الاقتصاد على البيئة، والآلية التي يتم من خلالها، وكيفية تطوير التقنيات الصناعية، أما العناصر الأهم لهذا البعد فإنها تظهر وبصورة جلية في تحقيق الاستدامة في النمو الاقتصادي، وزيادة الكفاءة في رأس المال، والوصول إلى إشباع الحاجات الأساسية وتحقيق العدالة الاجتماعية، كما أن تطبيق النظام الاقتصادي المستدام يساهم في إنتاج السلع

والخدمات التي يمكنها إشباع الحاجات الإنسانية الأساسية، وتحقيق الرفاهية بصورة مستمرة، كما أنه يفرض تغييراً جذرياً على الأنماط الخاصة بالإنتاج والاستهلاك في المجتمع والتي تسهم في الحد من هدر الموارد الطبيعية، بالإضافة إلى البحث عن أساليب أكثر فاعلية في تلبية الاحتياجات الاقتصادية للمجتمع من غير أن يتم الإضرار بالبيئة، وبصورة تقلل من التلوث بأنواعه المختلفة (فتيحة، 2015).

2- البعد البيئي

تنشأ فلسفة التنمية المستدامة من محاولة الموازنة بين النظامين الاقتصادي والبيئي، وبصورة تمنع الوصول إلى استنزاف الموارد البيئية الطبيعية وتحافظ على الأمن البيئي (قروف، ويوسفي، 2019).

ومن أجل تحقيق البعد البيئي للتنمية المستدامة فمن الضروري التأكيد على الحفاظ على البيئة بمواردها الطبيعية المختلفة، والتشديد على ضرورة إعمال العقل في استخدام هذه الموارد للوصول إلى الاستثمار الأمثل لها، والحفاظ على النظم الإيكولوجية والتنوع البيولوجي والإنتاجية البيولوجية، بالإضافة إلى القدرة على التكيف (فتيحة، 2015).

3- البعد الاجتماعي

ويشير هذا البعد إلى العلاقة المترابطة بين الطبيعة والبشر وإلى النمو برفاهية الأشخاص وتحسين طرق الحصول على الخدمات الصحية والخدمات التعليمية، والوفاء بالحد الأدنى من معايير الأمن واحترام حقوق الإنسان، إذ عرف المدير التنفيذي لبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي، التنمية المستدامة بأنها "تنمية لا تكتفي بتوليد النمو وحسب بل توزع عائداً بشكل متوازن أيضاً وهي تجدد البيئة و توسع الخيارات والفرص لدى الأشخاص وتنمية الاستثمار في القدرات البشرية وتوهمهم للمشاركة في القرارات التي تؤثر في حياتهم ووفقاً لهذا البعد تعتمد التنمية المستدامة اعتماداً كبيراً على مشاركة جميع أفراد المجتمع فيها (عبد الغني، 2013).

4-البعد التكنولوجي

ويعني البعد التكنولوجي التحول إلى تكنولوجيات أنظف وأفضل وتكون قريبة قدر الإمكان من الانبعاثات أو العمليات المغلقة والتقليل من هدر الطاقة والموارد الطبيعية إلى الحد الأدنى وترفع كفاءتها أو تحد من استخدام الوقود الأحفوري غير المتجدد وتسرع في استحداث موارد متجددة للطاقة (فتيحة، 2015).

تؤدي الصناعات الحرفية إلى تلوث البيئة المحيطة بها من هواء ومياه وأرض، وفي الدول المتقدمة يتم العمل على الحد من زيادة استخدام النفايات بشكل كبير، بخلاف الدول النامية فإن النفايات غالباً لا تخضع للرقابة، كما أنها تشهد انعدام الأساليب التكنولوجية لمعالجة هذه المشكلة والافتقار لتطبيق العقوبات الاقتصادية المناسبة، وتتمثل التنمية المستدامة في ضرورة الانطلاق إلى تكنولوجيات أنظف وأكفاً، ومن شأن التعاون التكنولوجي الذي يهدف إلى سد الفجوة بين الدول الصناعية والنامية أن يزيد من الإنتاجية، وأن يحول دون مزيد من التدهور في نوعية البيئة، وتجدر الإشارة إلى أن التعاون التكنولوجي يوضح التفاعل بين الأبعاد الاقتصادية والبشرية والبيئية والتكنولوجية في سبيل تحقيق التنمية المستدامة (بن الطاهر، 2012).

المتاجر الإلكترونية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية

تعد التجارة الإلكترونية من أهم الأنشطة الاقتصادية الناشئة في المملكة، حيث أحرزت في الآونة الأخيرة نمواً وتقدماً جيداً في عام 2016 م ويأتي هذا النمو متزامناً مع إطلاق الرؤية المستقبلية للمملكة 2030 وبرامج التحول الوطني 2020 والتي هدفت إلى دعم نمو المنشآت الصغيرة والمتوسطة وتعزيز الابتكار وريادة الأعمال ومن هنا برزت أهمية التجارة الإلكترونية كجزء من هذا التحول الذي يهدف إلى دعم البنية التحتية

والتي تعد المحرك الرئيس للازدهار الاقتصادي والتنمية المستدامة والنمو الشامل
(إحصائيات التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية)

المتاجر الإلكترونية في المملكة العربية السعودية :

مع تطور التكنولوجيا وتقنية المعلومات وكثرة المنصات وتواجد الكثير من المتاجر العالمية للتجارة والتسويق للمنتجات والتجارة ببيع التجزئة، بدأت فكرة التجارة الإلكترونية والمتاجر الإلكترونية بالانتشار هفي مختلف دول العالم ومن بينها المملكة العربية السعودية، وأصبحت فكرة إنشاء متجر إلكتروني أمرًا يلجأ إليه من يريد كسب المال والعمل الحر وزيادة الدخل، وهذا ما جعل التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية تنتشر وتنمو بسرعة كبيرة وأدهشت الكثير من الدول الأخرى، يرجع الفضل في انتشار المتاجر الإلكترونية في المملكة العربية السعودية إلى نمو وتطور كبير في سوق التجارة الإلكترونية بالمملكة، وخاصة مع ظهور جائحة كورونا Covid-19' s، فقد أصبح معدل عمليات الشراء والبيع عبر شبكة الإنترنت أضعاف مضاعفة من المعدلات السابقة، والذي يمكن لأصحاب المتاجر تقديم منتجاتهم وخدماتهم إلى أكبر فئة من العملاء حيث صار الاعتماد الكلي على المتاجر ومنصات البيع الإلكتروني، لذلك أصبحت هذه المنصات هي الأكثر ربحية، مما أدى إلى نموها وانتشارها وزيادة عدد مستخدميها، وقد أصبحت المتاجر الإلكترونية في وقتنا الحالي المصدر والوجهة الأولى للمستهلك، والوسيلة الأمثل للمنشآت التجارية للوصول إلى العميل كذلك للتوسع والنمو، إذ تزايدت معدلات نمو التجارة الإلكترونية في الفترة الأخيرة، ومن المتوقع أن تزداد في الفترة القادمة، لتصل نسبة 22% من إجمالي مبيعات التجزئة في جميع أنحاء العالم في عام 2023 (Rewan, 2021)، حيث بلغ إحصائية الإلكترونية في 2020 في منصة معروف 100,675 متجرًا إلكترونيًا لتمكين وتحفيز بيئة التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية (إحصائية وزارة التجارة، 2020).

التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية

نظرا لحدثة موضوع التنمية المستدامة والذي اكتسب أهمية بالغة في العقد الأخير من القرن العشرين وحتى الآن لتعتبر الأساس الإنساني للتنمية والسياسات الاقتصادية والبيئية.

وتسعى المملكة العربية السعودية لكونها إحدى دول أعضاء الجمعية العامة للأمم المتحدة بأن تكون من أوائل الدول نحو تحقيق التنمية المستدامة عالمياً بدءاً من الداخل، حيث تتناغم أهداف التنمية المستدامة وتنسجم مع رؤية المملكة 2030، إذ تعد أهداف التنمية المستدامة أمراً طوعياً إلا أن المملكة أخذت على عاتقها مسؤولية تامة بالتنفيذ. حيث ساهمت المملكة العربية السعودية في العديد من المؤتمرات وورش العمل المتعلقة بأهداف التنمية المستدامة، ومرورها بنقطة الانطلاق، للوصول إلى تنمية مستدامة من أجل التحول الوطني والإقليمي والعالمي، وقد وضعت المملكة العربية السعودية خطة استراتيجية لبدء تنفيذ الأهداف، تتزامن فيها جميع القطاعات الحكومية والخاصة، وتعتبر الهيئة العامة للإحصاء حجر الأساس لتوفير جميع المعلومات والبيانات اللازمة الخاصة بالمؤشرات لتحقيق أهداف التنمية المستدامة تزامناً مع رؤية 2030، كما تقوم الهيئة بمتابعة الجهات المعنية بتحقيق الأهداف، ورصد التقدم المحرز (هوارى، 2019).

الدراسات السابقة

اسلام عمر خشية (2020) ، العوامل المؤثرة على رضا العملاء وعلاقتها بالتحول للشراء

من المتاجر التقليدية إلى المواقع الإلكترونية دراسة تطبيقية

هدفت الدراسة الى معرفة تأثير العوامل المؤثرة على رضا العميل واشتملت على

اربعة عوامل وتأثيرها على اتجاهات تحول العملاء من المتاجر التقليدية الى الإلكترونية ،

اعتمدت هذه الدراسة على مجتمع الدراسة من جميع عملاء مواقع التسوق الالكتروني

الأكثر شهرة في جمهورية مصر العربية وقد توصلت الدراسة بعد الدراسة التطبيقية الي

وجود تأثير معنوي إيجابي على أربعة عوامل (التصميم - الاتصال - الأمان - جودة الخدمات) على رضا العميل وتحويل العملاء الى التسوق الإلكتروني.

مصطفى سلام، حيدر محمد، سنان عبد الله (2020)، التكنولوجيا المالية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة

هدفت هذه الدراسة بشكل أساسي الى إيضاح دور التكنولوجيا المالية كتجربة مالية حديثة في القطاع المصرفي ودورها في تمكين هذا القطاع من تحقيق تنمية اقتصادية واجتماعية من خلال تمكين مختلف الفئات الاجتماعية من اقتناء الخدمات الإلكترونية والاستفادة منها في تلبية حاجاتهم، اذ اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي في دراسة الجوانب المختلفة للتكنولوجيا المالية والتنمية المستدامة واختبار فرضية البحث من خلال عمل استبانة من 22 فقرة وقد تم تحليلها على وفق البرنامج الاحصائي SPSS. وقد توصل البحث الى ان هناك دور كبير للتكنولوجيا المالية في تحقيق جوانب تنموية اقتصادية واجتماعية مختلفة، كما توصل البحث الى جملة من التوصيات أهمها ان استخدام ابتكارات ومميزات التكنولوجيا المالية في تقديم الخدمات المصرفية يساهم بشكل كبير في تحقيق التنمية الاقتصادية.

Rostovsky Stefania(2019), Online stores- the world trend and experience in Republic of Macedonia

هدفت الدراسة الى التركيز على متاجر الانترنت كاتجاه معاصر في العالم وركودها وعادات العملاء بالتجارة الإلكترونية في مقدونيا الجزء الأول تم استخدام الخوارزميات التحليلية. لإجراء تقييم محدد لهذه الدراسة، وتم استخدام جداول البيانات الإلكترونية. يصف الجزء الثاني تقييم أداء وحدة التجارة الإلكترونية بناء على تقنيات تحسين محركات البحث التقليدية، مثل مسار المبيعات، وما الى ذلك. تمثلت نتيجة البحث الحالي في وصف نهجين لتقييم الكفاءة الاقتصادية لمؤسسات التجارة الإلكترونية (المتاجر عبر الإنترنت) التي تباع السلع اللازمة لتلبية احتياجات المشتري بشكل كامل أو جزئي في مجال معين من النشاط البشري.

عزة علي محمد (2019)، التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية في النظام السعودي: نظام التجارة الإلكترونية

هدفت الدراسة الى بيان القواعد القانونية لحماية المستهلك في عقود التجارة الإلكترونية والالتزامات القانونية لمورد الخدمة والتاجر والممارس في مظالم التجارة الإلكترونية بالإضافة الى الجهات المختصة بالإشراف على قطاع التجارة الإلكترونية، استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي وخلصت الى عدد من النتائج والتوصيات، وقد تبين من الدراسة ان نظام التجارة الإلكترونية لعام 1440 يطبق على التاجر المقيد بالسجل التجاري وعلى الممارس للتجارة الإلكترونية غير المقيد التجاري ويطبق أيضا على الممارس للتجارة الإلكترونية خارج المملكة الذي يقدم السلع والخدمات داخل المملكة، طبقاً لنظام التجارة الإلكترونية.

جميع (2018)، التجارة الإلكترونية في العالم العربي واهم المعوقات التي تحد من تطورها

هدفت الدراسة إلى ابراز اهم المؤشرات التي توضح واقع التجارة الإلكترونية في الدول العربية والتي تحد من تطورها بالاعتماد في ذلك على التقرير السنوي الذي تعده شركة بيפורت حول إحصائيات التجارة الإلكترونية في بلدان العالم العربي، وقد الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال الاعتماد على بعض الاحصائيات والمؤشرات والقيام بتحليلها. وقد تبين من خلال هذه الدراسة أن التجارة الإلكترونية في البلدان العربية في نمو مستمر وقد تطورت بنسب هائلة مقارنة ببدايات ظهور التجارة الإلكترونية، لكنها ما تزال بعيدة عما وصلت إليه الدول المتقدمة من تحقيق للأرباح ومعدلات نمو مرتفعة، وهذا يرجع إلى توفيرها للعوامل المشجعة على تطور التجارة الإلكترونية وأهمها عامل وسائل الدفع الإلكتروني الحديثة.

التعليق على الدراسات السابقة

- تناولت الدراسات السابقة بشكل عام موضوع التجارة الإلكترونية وبشكل خاص المتاجر الإلكترونية من نواحي متعددة ومختلفة، واختلفت في توجهاتها لمعالجة الموضوع
- 1- يوضح البحث الحالي المتاجر الإلكترونية ودورها في تطور ونمو المملكة العربية السعودية وما تتضمنه من اوجه تشابه مع الدراسات السابقة ودور التجارة الإلكترونية في تطور البلدان وتأثيرها على النمو الاقتصادي، والعامل الأساسي بأن التكنولوجيا الحديثة تسهل عمليات البيع والشراء بالإضافة أن التجارة الإلكترونية مازالت في مراحلها الأولى في الدول العربية وتمتاز بالتطور السريع، إضافة إلى ضعف البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال والمعوقات التي تواجهها ومدى الأمان الذي يوفره التعامل الإلكتروني
- 2- تم الاستفادة من الدراسات السابقة من حيث ان التجارة الإلكترونية اصبحت جزءا من الاقتصاد العالمي حيث تساهم في زيادة الأرباح والنمو الاقتصادي وخفض التكاليف. ودور التكنولوجيا في تطور التجارة الإلكترونية والصعوبات والتحديات التي تواجهها وتحد من نموها ووجود عوامل مؤثرة على رضا العميل او المستهلك.
- منهج الدراسة :

لتحقيق أهداف الدراسة قامت الباحثة باستخدام المنهج الوصفي التحليلي الذي يقوم على وصف الظاهرة وجمع البيانات وتبويبها وتحليلها والربط بين مدلولاتها لفهم الظاهرة المدروسة والمتغيرات المؤثرة فيها، ويعد المنهج الوصفي التحليلي ملائم لإجراء هذه الدراسة وتحقيق أهدافها بتحليل واقع اداء المتاجر الإلكترونية في المملكة العربية السعودية ومدى اهتمام المملكة العربية السعودية بهذا الجانب

مجتمع الدراسة :

يشمل مجتمع الدراسة أصحاب المتاجر الإلكترونية حيث بلغ مجتمع الدراسة (100,000) وأكثر خلال عام 2020 متجر إلكتروني وتم اخذ عينة عشوائية باستخدام جداول مرجان (Krejeie, & Morgan, D ,1997) حيث بلغ (384) من افراد مجتمع الدراسة لبيان آرائهم حول متغيرات الدراسة في دور المتاجر الإلكترونية في تحقيق التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية. تم توزيع استبانة الدراسة إلكترونياً على افراد عينة الدراسة.

ادوات جمع البيانات وطرق تحليلها

ادوات جمع البيانات

قامت الباحثة بتصميم استبانة من خلال النظر إلى الأدبيات والدراسات السابقة، ثم قامت بتطويرها لتحقيق أهداف الدراسة الحالية، وتم تحديد فقراتها من خلال البحث الاستطلاعي الذي قامت به الباحثة على العينة، ووجهات نظر مجموعة من الأساتذة ذوي الخبرة الذين تم عرض عليهم الأداة لاختبارها. وتتكون الاستبانة من المحاور التالية :

— المحور الأول: رضا العميل

— المحور الثاني: سهولة الشراء

— المحور الثالث: التكنولوجيا

— المحور الرابع: مستوى أداء المتاجر الإلكترونية.

— المحور الخامس: التنمية المستدامة ودورها في الاستثمار.

المحور السادس: المعوقات التنظيمية التي تواجه أصحاب المتاجر الإلكترونية

طرق تحليل البيانات

اعتمدت الباحثة على استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية والتي تتفق مع طبيعة البيانات الموجودة داخل قائمة الاستبانة، وقد اعتمدت الباحثة على مجموعة من الأساليب الإحصائية لاختبار صحة فروض الدراسة وقد تم معالجة البيانات إحصائياً باستخدام البرنامج SPSS الإحصائي لتحليل البيانات مستخدمة مجموعة من الأساليب الإحصائية مثل:

1- التكرارات والنسب المئوية لوصف النتائج الخاصة بأراء واتجاهات مفردات عينة الدراسة فيما يتعلق بكل مجال من مجالات الدراسة.

2- المتوسط المرجح بالأوزان والانحراف المعياري لقياس مدى التشتت والاختلاف بين إجابات مفردات عينة الدراسة حول المجالات المختلفة للدراسة

3- اختيار العلاقة بين المتغيرات للتأكد من صدق الاتساق الداخلي للمقياس من خلال استخراج معامل بيرسون (Person Correlation) بين كل بعد والدرجة الكلية للمقياس

تحليل الانحدار الخطي المتعدد (Multiple Linear Regression) لإيجاد العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع.

صدق الاتساق الداخلي:

تم اختبار مدى صدق الاتساق الداخلي لكل فقرة من فقرات الاستبانة مع البعد الذي تنتمي إليه هذه الفقرة، كما قام الباحثة بحساب مدى الاتساق الداخلي لفقرات الاستبانة على عينة الدراسة التي بلغ عددها 180 متجر إلكتروني، تم استخدام المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والوزن النسبي، ودرجة الموافقة والترتيب؛ للتعرف على مستوى امتلاك أفراد عينة الدراسة أداء المتاجر الإلكترونية في تحقيق التنمية المستدامة والدرجة الكلية. وقد قامت الباحثة باستخدام معامل الارتباط بيرسون لتحقيق من الفرضيات وإيجاد العلاقات بينها.

الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفقاً للمتغيرات الشخصية :

فيما يلي عرض لخصائص عينة أداء المتاجر الإلكترونية في تحقيق التنمية

المستدامة في المملكة العربية السعودية، وفق البيانات الشخصية والوظيفية.

■ الجداول التكرارية والنسبية Frequency Tables : -

■ الجداول التكرارية والنسبية : -

يستخدم الباحثة هذه الجداول لاستنتاج عدد ونسبة الاستجابات من المبحوثين ووضعها

في جدول من عمودين، يمثل الأول التكرار، والثاني النسبة، كما هو موضح في الجداول

التالية :

جدول (1.4) التكرارات والنسب المئوية للخصائص الديموغرافية لأفراد عينة الدراسة

النوع	العدد	النسبة %
ذكر	107	59.4%
انثى	73	40.6%
الإجمالي	180	100
سنوات الخبرة	العدد	النسبة %
أقل من 5 سنوات	125	69.4%
من 6 سنوات الى 10 سنوات	36	20%
أكثر من 10 سنوات	19	10.6%
الإجمالي	180	100
سنوات الخبرة	العدد	النسبة %
أكثر من 50,000 ريال	107	59.4%
أقل من 10,000 ريال	32	17.7%
من 10,000 إلى 50,000 ريال	41	22.7%
الإجمالي	180	100

النتائج:

للإجابة عن السؤال الأول، والذي ينص على " ما هو دور المتاجر الإلكترونية في تحقيق التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية"

تم استخدام المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والوزن النسبي، ودرجة الموافقة والترتيب؛ للتعرف على مستوى امتلاك أفراد عينة الدراسة أداء المتاجر الإلكترونية في تحقيق التنمية المستدامة والدرجة الكلية، وتوضح الجداول التالية ذلك:

جدول (4.4): تحليل لفقرات دور المتاجر الإلكترونية

الترتيب	الانحراف		الوسط الحسابي	البيان
	الوزن النسبي	المعياري		
2	82.7	0.954	3.02	1 يسعى المتجر الإلكتروني الى تحقيق الشعور بالأمان لدى المستهلكين اتجاه خدماتها
1	85.4	0.845	3.12	2 زود المتجر الإلكتروني كافة المعلومات الضرورية للزبون
4	80.8	0.963	2.95	3 يشبع رغبة المستهلك في تنوع المنتجات وتجربة التسوق الإلكتروني
6	79.17	0.845	2.84	4 قدم المتجر الإلكتروني خدمات الضمان ما بعد البيع لكسب ولاء العميل
3	82.4	0.954	3.01	5 تهدف التكنولوجيا الى اشباع الحاجات المادية للموارد البشرية بما يمكن المتاجر الإلكترونية للاستثمار لتحقيق التنمية المستدامة
5	78.14	0.984	3.11	6 يلتزم المتجر الإلكتروني بتشريعات الشبكة العنكبوتية المتعلقة بضمان الخصوصية بوضع برمجيات لمنع القرصنة وكشف المعلومات
8	76.6	0.845	3.05	7 يسعى المتجر الإلكتروني الى تحديث الخدمات بشكل سريع وفوري بما يتوافق مع المستجدات البيئية
9	75.1	0.962	2.99	8 خيارات المستهلك في المتجر الإلكتروني كبيرة
10	70.6	0.842	2.81	9 يعرض المتجر الإلكتروني معلومات عن المنتجات بطريقة واضحة توفر الوقت
7	77.3	0.912	3.08	10 تعمل المتاجر الإلكترونية على تسريع العمليات المطلوبة للشراء
	90.36	0.832	3.33	الدرجة الكلية لجميع الفقرات

من خلال جدول (4.4) تبين النتائج أن الوزن النسبي دور المتاجر الإلكترونية " (90.36%) بدرجة تقدير عالية وجاءت الفقرة (2) زود المتجر الإلكتروني كافة المعلومات الضرورية للزبون: "، في المرتبة الأولى في ترتيب فقرات هذا البعد وبلغ الوزن النسبي (85.4%) بدرجة عالية

بينما كانت أقل الفقرات الفقرة (9)، وهي: "يعرض المتجر الإلكتروني معلومات عن المنتجات بطريقة واضحة توفر الوقت وبلغ الوزن النسبي (89.87%) بدرجة تقدير عالية. وان دور المتاجر الإلكترونية وتبين أن المتوسط الحسابي يساوي (3.33)، أي أن الوزن النسبي (70.6%) بدرجة تقدير متوسطه.

تحليل فقرات المعوقات على أداء المتاجر الإلكترونية

للإجابة عن السؤال الثاني " هل يوجد إثر للمعوقات على أداء المتاجر الإلكترونية في المملكة العربية السعودية" تم استخدام المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والوزن النسبي، ودرجة الموافقة والترتيب؛ للتعرف على مستوى امتلاك أفراد عينة الدراسة أداء المتاجر الإلكترونية في تحقيق التنمية المستدامة والدرجة الكلية، وتوضح الجداول التالية ذلك:

جدول (5.4): تحليل لفقرات المعوقات على أداء المتاجر الإلكترونية

م. البيان	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الترتيب
1 قلة الموارد البشرية المؤهلة تشكل عائق في الاستثمار في المتاجر الإلكترونية	2.99	0.856	91.4	3
2 عدم وضوح الإجراءات القانونية وصعوبة تطبيقها بالنسبة للمتجر الإلكتروني	2.78	0.845	85.01	5
3 الإجراءات القانونية طويلة الزمن ومعقدة وتؤدي إلى تأخير إنجاز الأعمال	3.01	0.936	92.04	1
4 ضعف التشريعات القانونية في الحد من الجرائم الإلكترونية	2.96	0.951	74.18	9
5 ارتفاع تكاليف الخدمات اللوجستية والشحن	3.11	0.845	77.9	7
6 ارتفاع تكاليف الترويج والإعلان على المتاجر الإلكترونية	3.01	0.963	75.4	8

2	92.7	0.845	3.7	7	المتاجر الإلكترونية قد تكون باهظة الثمن من التجارة التقليدية لذلك يتخوف المستهلك من الشراء
4	85.2	0.845	3.4	8	وجود بعض العادات والتقاليد الراسخة عند المستهلك من الشراء من المتاجر الإلكترونية
6	78.1	0.963	3.12	9	ضعف ثقافة التنمية المستدامة في المجتمع
	95.36	0.963	3.27		جميع الفقرات

من خلال جدول (5.4) تبين النتائج أن الوزن النسبي المعوقات على أداء المتاجر الإلكتروني (95.36%) بدرجة تقدير عالية.

وجاءت الفقرة (3): " الإجراءات القانونية طويلة الزمن ومعقدة وتؤدي إلى تأخير إنجاز الأعمال في المرتبة الأولى في ترتيب فقرات هذا البعد وبلغ الوزن النسبي (92.04%)."

بينما كانت أقل الفقرات الفقرة (4)، وهي: " ضعف التشريعات القانونية في الحد من الجرائم الإلكترونية."، وبلغ الوزن النسبي (74.04%).

وبشكل عام فإن هناك موافقةً بدرجة تقدير عالية من قبل أفراد العينة على فقرات المعوقات على أداء المتاجر الإلكترونية وتبين أن المتوسط الحسابي يساوي (3.27)، أي أن الوزن النسبي (95.36%) بدرجة تقدير عالية.

تحليل فقرات الفرض التي امام المتاجر الإلكترونية

للإجابة عن السؤال الثالث " ماهي الفرض التي امام المتاجر الإلكترونية المتاحة في المملكة العربية السعودية

تم استخدام المتوسط الحسابي، والانحراف المعياري، والوزن النسبي، ودرجة الموافقة والترتيب؛ للتعرف على مستوى امتلاك أفراد عينة الدراسة أداء المتاجر الإلكترونية في تحقيق التنمية المستدامة والدرجة الكلية، وتوضح الجداول التالية ذلك:

جدول (6.4): تحليل لفقرات الفرص التي امام المتاجر الإلكترونية

الترتيب	البيان	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي
3	يقدم المتجر الإلكتروني عدة طرق للدفع (- visa Pay Master Card - Apple ...)	2.90	0.85	93.2
2	يتم تقديم أساليب متنوعة وجديدة للشراء والدفع	2.80	0.93	0.08
11	تنفيذ المعاملات بين المتجر الإلكتروني والحكومة عبر الانترنت	2.45	0.87	78.7
4	تتيح المتاجر الإلكترونية فرص عمل أكبر من المتاجر التقليدية	3.51	0.812	87.7
5	ارباح المتجر الإلكتروني أفضل من ارباح التجارة التقليدية	3.1	0.862	77.6
6	خدمة واسعة تصل لأكثر عدد من المستهلكين في المناطق المختلفة والبعيدة	3.4	0.912	85.2
7	ازدياد اعداد زوار المتاجر الإلكترونية يجذب الاستثمار في مجالات متنوعة	3.3	0.954	82.7
1	وجود خطة مرنة للمتجر الإلكتروني في دعم التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية	3.9	0.845	97.7
9	توضع الخطة التنموية بناء على تقدير الحاجات المجتمعية	2.96	0.863	71.3
2	يتم ادراج الاعتبارات البيئية في خطط المتجر الإلكتروني	3.8	0.954	95.2
8	وضع سياسات تنموية للمتجر الإلكتروني بعيدة المدى في ضوء رؤية 2030	3.25	0.954	81.4
9	توفر البنية التحتية في المملكة العربية السعودية لتطوير المتاجر الإلكترونية بشكل كاف	3.2	0.894	80.2
12	التنوع والابتكار في المتاجر الإلكترونية يعزز الجانب التنموي في السعودية وبالتالي تحقق التنمية المستدامة	2.96	0.942	74.1
7	إقبال نسبة كبيرة من المتسوقين على خدمة الدفع عند التوصيل	3.51	0.812	87.7
	جميع الفقرات	3.11	0.94	95.36

من خلال جدول (6.4) تبين النتائج أن الوزن النسبي الفرص التي امام المتاجر

الإلكترونية (95.36%) بدرجة تقدير عالية.

وجاءت الفقرة (8): " وجود خطة مرنة للمتجر الإلكتروني في دعم التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية، في المرتبة الأولى في ترتيب فقرات هذا البعد وبلغ الوزن النسبي (93.2%)".

بينما كانت أقل الفقرات الفقرة (9)، وهي: " توضع الخطة التنموية بناء على تقدير الحاجات المجتمعية"، وبلغ الوزن النسبي (74.1%) بدرجة تقدير متوسطه. وبشكل عام فإن هناك موافقةً بدرجة تقدير عالية من قبل أفراد العينة على الفرص التي امام المتاجر الإلكترونية، وتبين أن المتوسط الحسابي يساوي (3.11)، أي أن الوزن النسبي (95.36%) بدرجة تقدير عالية.

4.4 اختبار فرضيات الدراسة ومناقشة النتائج

الفرضية الأولى: هناك علاقة مباشرة دالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P < 0.05$) بين رضا العميل تجاه المتاجر الإلكترونية والتنمية المستدامة قامت الباحثة باستخدام معامل الارتباط بيرسون لتحقق من الفرضية وايجاد العلاقات بين رضا العميل والمتاجر الإلكترونية

جدول (7.4): العلاقة بين رضا العميل والمتاجر الإلكترونية

معامل الارتباط	رضا العميل	المتاجر الإلكترونية والتنمية المستدامة
رضا العميل	1	**0.845
المتاجر الإلكترونية والتنمية المستدامة	**0.954	1

يوضح الجدول رقم (7.4) العلاقة بين رضا العميل والمتاجر الإلكترونية وتشير النتائج الى قوة العلاقة بينهم بقيمة ارتباطيه ($r = 0.845$) والدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

مما تؤكد النتائج على قبول الفرض القائل توجد علاقة مباشرة دالة إحصائية عند مستوى دلالة ($P < 0.05$) بين رضا العميل تجاه المتاجر الإلكترونية والتنمية المستدامة

الفرضية الثانية هناك علاقة مباشرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ($P < 0.05$) بين التكنولوجيا المستخدمة في المتاجر الإلكترونية والتنمية المستدامة. قامت الباحثة باستخدام معامل الارتباط بيرسون لتحقق من الفرضية وإيجاد العلاقات بين التكنولوجيا المستخدمة والمتاجر الإلكترونية.

جدول (8.4): العلاقة بين التكنولوجيا والمتاجر الإلكترونية

معامل الارتباط	التكنولوجيا المستخدمة	المتاجر الإلكترونية
التكنولوجيا المستخدمة	1	**0.798
المتاجر الإلكترونية والتنمية المستدامة	**0.823	1

يوضح الجدول رقم (8.4) العلاقة بين التكنولوجيا والمتاجر الإلكترونية وتشير النتائج إلى قوة العلاقة بينهم بقيمة ارتباطيه ($r = 0.823$) والدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

مما تؤكد النتائج على قبول الفرض القائل توجد علاقة مباشرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ($P < 0.05$) بين التكنولوجيا المستخدمة في المتاجر الإلكترونية والتنمية المستدامة

الفرضية الثالثة هناك علاقة مباشرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ($P < 0.05$) بين سهولة الشراء من المتاجر الإلكترونية والتنمية المستدامة. قامت الباحثة باستخدام معامل الارتباط بيرسون لتحقق من الفرضية وإيجاد العلاقات بين سهولة الشراء والمتاجر الإلكترونية

جدول (9.4): العلاقة بين رضا العميل سهولة الشراء الإلكترونية والمتاجر الإلكترونية

معامل الارتباط	سهولة الشراء الإلكترونية	المتاجر الإلكترونية
سهولة الشراء	1	**0.881
المتاجر الإلكترونية	**0.936	1

يوضح الجدول رقم (9.4) العلاقة بين سهولة الشراء من المتاجر الإلكترونية والتنمية المستدامة وتشير النتائج الى قوة العلاقة بينهم بقيمة ارتباطيه (ر)=0.881 والدلالة الإحصائية أقل من 0.05.

مما تؤكد النتائج على قبول الفرض القائل توجد علاقة مباشرة دالة إحصائياً عند مستوى دلالة ($P < 0.05$) بين سهولة الشراء من المتاجر الإلكترونية والتنمية المستدامة

الفرضية الرابعة: هناك فرق دال إحصائياً عند مستوى دلالة ($P < 0.05$) في أداء المتاجر الإلكترونية يعزى إلى متغير الحجم.

قامت الباحثة باستخدام اختبار (ف) لتحقيق من الفرضية وإيجاد الفروق بين أداء المتاجر ومتغير الحجم

جدول (10.4): الفرق بين أداء المتاجر ومتغير الحجم

الدرجات	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة F	مستوى الدلالة
الدرجة الكلية (أداء المتاجر)	بين المجموعات	8.62	3	3.842	5.32	0.011
	داخل المجموعات	110	95	0.965		
	المجموع	180	180			

يتبين من الجدول رقم (10.4) أن قيمة مستوى المعنوية الدال احصائياً (0.011) وهي أقل من ($P < 0.05$) ، وبالتالي تقبل الفرضية الصفرية، ويتضح أنه توجد فروق بين متوسطات استجابة الباحثين حول أداء المتاجر ومتغير الحجم.

الفرضية الخامسة: تؤثر المعوقات التنظيمية إحصائياً عند مستوى دلالة ($P < 0.05$) على العلاقة المباشرة بين أداء المتاجر الإلكترونية والتنمية المستدامة

لاختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار الخطي التدريجي Stepwise لقياس أثر المتغير المستقل: (أداء المتاجر الإلكترونية و المتغير الوسيط (المعوقات التنظيمية) على المتغير التابع (التنمية المستدامة)، وقد تبين التالي:

يبين نموذج الانحدار النهائي باستخدام طريقة الانحدار التدريجي (Stepwise)

أن مستوى المعوقات التنظيمية تؤثر على أداء المتاجر الإلكترونية والتنميه المستدامه .

جدول (11.4): يوضح تحليل الانحدار التدريجي (Stepwise) (المتغير التابع: التنمية

المستدامه)

مستوى الدلالة	القيمة الاحتمالية sig.	قيمة T	معاملات الانحدار المعيارية Beta	الخطأ المعياري	معاملات الانحدار	المتغيرات المستقلة
دال	0.00	8452		0.95	0.55	المتغير الثابت
دال	0.05	8.63	0.225	0.63	0.11	المعوقات التنظيمية
دال	0.00	9.21	0.751	0.84	0.65	اداء المتاجر
تحليل التباين ANOVA						
0.000	القيمة الاحتمالية			95.3	قيمة اختبار F	
0.000	القيمة الاحتمالية لمعامل التفسير			0.954	R ² قيمة معامل التفسير المعدل	

يتضح من الجدول السابق أنه:

للوقوف على مستوى تأثير المعوقات التنظيمية كما موضح في الجدول على أداء

المتاجر والتنميه المستدامه ، استخدم الباحثة اختبار الانحدار المتعدد باستخدام طريقة

stepwise ويمكن استنتاج ما يلي:

- بين نموذج الانحدار النهائي باستخدام طريقة stepwise أن أداء المتاجر الإلكترونية ، وهو يمثل المتغير المستقل والمعوقات كمتغير ضابط يؤثران بصورة جوهرية، وذات دلالة إحصائية على متغير التنمية المستدامه .
- أظهرت نتائج التحليل أن معامل الارتباط بلغ (0.954)، بينما بلغ معامل التحديد المعدل (0.963)، وهذا يعني أن (96.3%) من التغيير في التنمية المستدامه يعود إلى تأثير المتغيرات المستقلة، والباقي (3.7%) يعود للعوامل الأخرى التي تؤثر على المتغير التابع التنمية المستدامه، وبالتالي نقبل الفرضيه الصفريه ونرفض الفرضية البديلة.

الخاتمة :

من خلال الدراسة التحليلية لقد أصبحت المتاجر الإلكترونية ثورة تقنية وانطلاقة حديثة ذات الأبعاد الاقتصادية والتجارية في وقتنا الحالي تعتبر المحرك الفعال لتنشيط التجارة الإلكترونية ولها التأثير على عملية التنمية المستدامة خاصة أمام التطورات الاقتصادية وفتح أسواق جديدة تمكن من عرض السلع والخدمات وما يترتب عليها من حيث توفير فرص العمل وتحقيق قدر أكبر من الأرباح عن طريق الفرص المتاحة أمامها من خلال التسويق والبحث عن الزبائن والعملاء خاصة بعد التطورات السريعة في التكنولوجيا أصبح من الضروري إدراج البعد البيئي في الخطط التنموية لهدف ضمان حاجيات الأجيال القادمة، ودفع عجلة التنمية الاقتصادية .

اذ تعد المتاجر الإلكترونية أحد الأنشطة الاقتصادية الناشئة في المملكة، وقد حققت تلك المتاجر نمواً متوافقاً مع رؤية المملكة 2030، والتي تسعى إلى دعم نمو تلك المتاجر الإلكترونية وتعزيز الابتكار في مجال ريادة الأعمال، ومن هنا تبرز أهمية المتاجر الإلكترونية كجزء من هذا التحول مع مواصلة العمل على تعزيز التنمية المستدامة، ودعم البنية التحتية التي تعد المحور الرئيس للازدهار الاقتصادي والعمل على الحد من المعوقات التي تؤثر على نموها وتعزيز النمو الشامل في المملكة العربية السعودية
الاستنتاجات :

- 1- أصبحت المتاجر الإلكترونية واحدة من التعبيرات الحديثة في دعم التحول الرقمي للتجارة الإلكترونية وتحقيق رؤية المملكة العربية السعودية 2030
- 2- تتميز المتاجر الإلكترونية بعدة مزايا وخصائص ذات جودة عالية تميزها عن المتاجر التقليدية، توجه كبير من التجار لتغيير وتطوير نشاطهم التجاري التقليدي والتحول إلى المتاجر الإلكترونية ولاسيما أنها تساهم في تحقيق الأهداف الاقتصادية والتجارية في المملكة العربية السعودية
- 3- تساهم المتاجر الإلكترونية لتحقيق فرص جديدة للعمل، بالقيام بالمشاريع التجارية الصغيرة والمتوسطة للفرد بأقل التكاليف الاستثمارية.

4- تواجه المتاجر الإلكترونية العديد من المعوقات التي تحد من تطورها من حيث عدم جدوى الأساليب التسويقية وارتفاع تكاليف الترويج والإعلان، بالإضافة الى فرق كبير في الأسعار بين المنتجات الإلكترونية في السعودية وفي الخارج وعدم وجود شركات شحن دولية داخل المملكة بالعدد المطلوب ومن خلال الدراسة التطبيقية اتضح ان الاجراءات القانونية طويلة الزمن ومعقدة وتؤدي إلى تأخير إنجاز الأعمال بالإضافة عدم وضوح الإجراءات التشريعات القانونية وصعوبة تطبيقها بالنسبة للمتجر الإلكتروني

5- تسعى المتاجر الإلكترونية إلى تحقيق الاستفادة بمعناها الشامل في كل ما تقدمه من خدمات إلكترونية وما تنفذه من معاملات واجراءات داخلية بحيث يتم إعادة هندسة كل إجراءاتها بشكل يسمح بالتجديد المستمر وإمكانية التوسع والتحديث.

6- أصبحت المتاجر الإلكترونية جزءاً لا يتجزأ من حياة المجتمع حيث أصبحت أحد أهم الركائز لتنمية الاستثمار في تطوير البنية التحتية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لما له من دور فعال في زيادة الإيرادات والمدفوعات عبر شبكات الانترنت

التوصيات :

1- العمل على زيادة الوعي المجتمعي في الشراء من المتاجر الإلكترونية لتوفير الدعم للحكومة من اجل التنمية المستدامة وترشيد الانفاق

2- العمل على تحسين البنية التحتية وفق متطلبات التنمية المستدامة عن طريق ادخال العنصر البيئي

3- وجود خطة مرنة للمتجر الإلكتروني في دعم التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية

4- المساهمة في تحسين القطاع اللوجستي

5- العمل على تحسين الإجراءات القانونية والتشريعات للمتاجر الإلكترونية

6- العمل على التوازن في أسعار المتاجر الإلكترونية

قائمة المراجع

المراجع العربية:

إحصائيات التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية 2020

<https://www.jcci.org.sa/Arabic/about/DocLib/Ecommerce%20stats.pdf>

الأحمدي، هديل (2020) مدى ملائمة القواعد القانونية النازمة للمتجر في التشريع الأردني على المتجر الإلكتروني: دراسة مقارنة. رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الشرق الأوسط.

بن الطاهر، حسين (2012)، التنمية المحلية والتنمية المستدامة، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة.

التقرير السنوي وزارة التجارة 1441-1442

https://mc.gov.sa/ar/About/Statistics/Statistics_PDF/report-2020.pdf

تقرير هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات عن التجارة الإلكترونية في المملكة العربية السعودية (2017).

تقرير هيئة الاتصالات وتقنية المعلومات عن التجارة الإلكترونية، 2017

https://www.citc.gov.sa/ar/reportsandstudies/Reports/Documents/CIT_C_ECOMMERCE_2017_ARABIC.PDF

جبريل، سعيد صالح (2012)، واقع التجارة الإلكترونية في فلسطين والتحديات المستقبلية، رسالة ماجستير، غزة: جامعة الأزهر، كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية.

جعيجع، نبيلة (2018)، التجارة الإلكترونية في العالم العربي وأهم المعوقات التي تحد من تطويرها، مجلت آفاق علوم الإدارة والاقتصاد، المجلد 2، العدد 2.

حسين احمد دخيل السرحان (2014)، التنمية البشرية المستدامة وبناء مجتمع المعرفة. خالد، مصطفى قاسم (2007)، "إدارة البيئة والتنمية المستدامة في ظل العولمة المعاصرة"، الدار الجامعية، مصر.

السامرائي، زاهد عبد الحميد (2013)، الريادة في البيع الإلكتروني وزيادة فاعلية الأداء التسويقي لمنظمات الأعمال، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة، المجلد 1، العدد 37.

الطاقة والاستدامة

<https://www.vision2030.gov.sa/ar/the kingdom/explore/energy/>

عبد الرحمن سيف سردار (2015)، "التنمية المستدامة"، دار الارية للنشر والتوزيع، الأردن.

عبد الغني، حسونة (2013)، الحماية القانونية للبيئة في إطار التنمية المستدامة، "اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه تخصص قانون اعمال.

عبد المنعم، محمد (2021)، اقتصاديات التجارة الإلكترونية في إطار التحول الرقمي، جامعة مصر.

العذارى، عدنان داود محمد (2016)، " الاستثمار الأجنبي المباشر عمى التنمية والتنمية المستدامة "، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن.

عزة علي محمد(2019)، التنظيم القانوني للتجارة الإلكترونية في النظام السعودي: نظام التجارة الإلكترونية مجلة العلوم القانونية، مجلة العلوم القانونية، جامعة عجمان - كلية القانون.

عمر، خشبة (2020). العوامل المؤثرة على رضا العملاء وعلاقتها بالتحول للشراء من المتاجر التقليدية إلى المواقع الإلكترونية باستخدام مقياس NPS دراسة تطبيقية. المجلة المصرية للدراسات التجارية. 44(1), 129-157.

العونية، بن زكورة (2018)، " المؤسسات الصغيرة والمتوسطة وتحقيق التنمية المستدامة"، مجلة الافاق للدراسات الاقتصادية.

عيساني، عامر، سلاي بوبكر، دور التجارة الإلكترونية في التنمية المستدامة، جامعة الحاج لخضر - باتنه - الجزائر، 2014

فتيحة، جيلالي مغراوة (2015)، " التنمية المستدامة بين الطرح النظري والواقع العملي"، مجلة الادارة والتنمية للبحوث والدراسات.

قروف، صالح، ويوسفي، رفيق (2019)، أثر تطبيق نظام الإدارة المتكاملة للجودة والبيئة والصحة على تحقيق أبعاد التنمية المستدامة - دراسة حالة مؤسسة فرتيال عنابة - مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، المجلد 13، العدد 2.

محمد سليمان أباطة، التجارة الإلكترونية: نظرة عربية للواقع والآفاق. 2015 مخلوف، منجحي، النذير، بو صلاح، عبد الوهاب، زاوي (2019)، " اعتماد مؤشرات

التنمية المستدامة في إدارة المنشآت الرياضية بالجزائر"، مجلة الابداع الرياضي، المجلد 72، العدد 2

مصطفى سلام، حيدر محمد، سنان عبد الله (2020)، التكنولوجيا المالية ودورها في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة جامعة جيهان- اربيل للعلوم الإنسانية والاجتماعية، (2)4، 135-127.

المنصة الوطنية الموحدة

<https://www.my.gov.sa/wps/portal/snp/content/SDGPortal>

موسى، سهام (2010)، تحليل تنافسية المتاجر الإلكترونية، مجلة الباحث، المجلد 1، العدد 7.

موقع برميدياز عن التجارة الالكترونية بواسطة Rewan Ibrahim، 2021.

<https://promediaz.com/> إنشاء-متجر-إلكتروني/

هوارى، محي الدين احمد محمد (2019)، تقييم فعالية سياسات وخطط التنمية الحضرية في تحقيق التنمية المستدامة دراسة ميدانية على المنطقة الشرقية المملكة العربية السعودية.

المراجع الأجنبية:

Jun, G., & Jaafar, N. I. (2011). A study on consumers' attitude towards online shopping in China. International Journal of Business and Social Science, 2(22), 122-132.

Krejeie , R & Morgan , D (1970) , Determining sample size for research activities. Educational and psychological measurement Ristevska, S., & Temjanovski, R. (2019). Online stores-the world trend and experience in Republic of Macedonia. Macedonian International Journal of Marketing, 5(9), 44-62.

Rouibah, K. (2015)." Electronic Payment Systems Use and Satisfaction in An Arabic Country: Evidence from Kuwait". Issues In Information Systems, 16 (2). 149-160

مدى توافق التعليم المحاسبي مع متطلبات سوق العمل

-دراسة مقارنة بين دبلوم المحاسبة في الجامعات وفي كليات التقنية بمنطقة عسير-

اعداد: محمد عبيد محمد الأحمرري

المستخلص

هدفت الدراسة الى التعرف على الفروق بين دبلوم المحاسبة في الجامعات، ودبلوم المحاسبة في الكليات التقنية ومدى توافق التعليم المحاسبي فيها مع متطلبات سوق العمل. اتبعت الدراسة المنهج الوصفي والتحليلي اعتمادا على استبيان تم تطبيقها على عينة بلغت (36) من أعضاء هيئة تدريس بأقسام المحاسبة في فروع الكليات التطبيقية بجامعة الملك خالد، والكليات التقنية بمنطقة عسير، وتوصلت الدراسة الى نتائج أهمها عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في ما يتميز به المحاسبين حديثي التخرج في سوق العمل بحسب نوعية الدراسة (فروع الكليات التطبيقية بجامعة الملك خالد، والكليات التقنية بمنطقة عسير)، وعدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في المهارات التي تزودها دبلوم المحاسبة للطلاب بحسب نوعية الدراسة (فروع الكليات التطبيقية بجامعة الملك خالد، والكليات التقنية بمنطقة عسير)، وعلى ضوء النتائج أوصت الدراسة بتوصيات من شأنها ان تساهم في رفع مستوى توافق التعليم المحاسبي مع متطلبات العمل.

الكلمات المفتاحية: التعليم المحاسبي، متطلبات سوق العمل، دبلوم المحاسبة، جامعة الملك خالد، الكليات التقنية.

Abstract

The compatibility of accounting education with the requirements of the labor market

A comparative study between the accounting diploma in universities and technical colleges in the Kingdom of Saudi Arabia

The study aimed to identify the differences between the accounting diploma in universities and the accounting diploma in technical colleges in the extent to which accounting education corresponds with the requirements of the labor market in the Kingdom of Saudi Arabia. The study followed the descriptive and analytical approach based on a questionnaire that was applied to a sample of (36) teaching staff in the Technical College of the Technical and Vocational Training Corporation, and the teaching staff of the Applied College at King Khalid University. The study reached results the most important is that there are no statistically significant differences in what distinguishes newly graduated accountants in the labor market according to the type of study (College of Technology at the Technical and Vocational Training Corporation, Applied College at King Khalid University). There are no statistically significant differences in the skills provided by the accounting diploma to the student according to the type of study (College of Technology at the Technical and Vocational Training Corporation, Applied College at King Khalid University). In light of the results, the study recommended recommendations that would contribute to raising the level of compatibility of accounting education with work requirements.

Keywords: accounting education, labor market requirements, accounting diploma, universities, colleges of technology.

1-1 مقدمة :

نتيجة لانتشار ظاهرة عوثة الأسواق المالية على مختلف بلدان العالم، اتضحت ضرورة توحيد النظم الحاسوبية من اجل تعزيز شفافية وموثوقية المعلومات الناتجة عن القوائم المالية في ظل هذه النظم، وحماية المستثمرين الأجانب وتسهيل قراءتهم للكشوف المالية، فضلا عن تعزيز متطلبات سوق العمل، لذلك كان من الضروري على جميع البلدان الاهتمام بموضوع التعليم الحاسوبي، وإنشاء له جامعات ومدارس تعنى بإتاحة برامج ومحتويات تتوافق مع المعايير الدولية للمحاسبة (عمار، 2017).

وقد حاز موضوع التعليم الحاسوبي على مختلف البحوث والدراسات، وذلك لتعلقه بمهنة المحاسبة والمراجعة، وأهميته ودوره في التنمية الاقتصادية، كما تبرز أهمية التعليم الحاسوبي في الجهود التي يبذلها الاتحاد الدولي للمحاسبين بتعزيز وتطوير مناهج التعليم الحاسوبي وإصدار مختلف المعايير التي تعنى بالتعليم الحاسوبي وتعزيز العملية التعليمية (أبو بكر، 2021).

وانطلاقا من ضرورة ودور التعليم الحاسوبي في التنمية الاقتصادية في البلدان، يتعين على خريجي المحاسبة أن يحظوا بتأهيل خاص يعزز من أداء مهامهم بشكل إيجابي وفعال، لذا أصبح يتعين على الجامعات أن تتيح جميع متطلبات هذا التعليم لتساهم في إعداد وتأهيل خريجين أكفاء تكون لهم مساهمة في عجلة التنمية الاقتصادية في دولهم، إذ تعد الخطط والمنهاج الدراسية في الجامعات الركيزة الرئيسية والضرورية لإنجاز الأهداف المرجوة من عملية التعليم الحاسوبي في الجامعات (سيد وبوركايب، 2022).

وبشكل عام، ونتيجة لتعرض سوق العمل العالمي لتغيرات سريعة وفقا للتطورات التكنولوجية والاقتصادية والاجتماعية المتتالية، فقد أصبح من واجبات النظام التعليمي الناجح أن يتيح للشخص إستراتيجية تعليمية تربطه بين عالم التعليم وعالم العمل، وذلك بالتركيز على تزويد الطالب بمهارات محاسبية واتجاهات ضرورية في المحاسبة من أجل إنجاز التوافق بين المتغيرات التي تحدث في سوق العمل (إدريس، 2016).

ومن هنا، تسعى الدراسة الحالية للتعرف على مدى توافق التعليم المحاسبي مع متطلبات سوق العمل بالمقارنة بين دبلوم المحاسبة في جامعة الملك خالد والكليات التقنية بمنطقة عسير.

1-2 مشكلة الدراسة :

اتسمت بدايات القرن الحالي بتطورات وتغييرات عديدة في عديد المجالات، ونتيجة تغير وتطور حاجات ومتطلبات المجتمع، فقد تغيرت أسواق العمل وفقاً لذلك، وفي مختلف المجالات كذلك، مما أثر في المحاسبة كواحدة من العلوم الاجتماعية التي تتصف بتأثرها الكبير بالعوامل البيئية الاقتصادية، والسياسية، والقانونية، والاجتماعية، والتكنولوجية، وهو ما ينبغي أن ينعكس في التعليم المحاسبي من أجل مسيرة المتغيرات الحاصلة في المحاسبة ومتطلبات البيئة الاقتصادية عموماً، وما يلبي متطلبات سوق العمل الذي يعتبر الحاضنة الأساسية لمخرجات التعليم المحاسبي (صالح وعبد الله، 2018).

إن العديد من خريجي دبلوم المحاسبة يعانون من قلة فرص العمل حيث أن السوق قد أشبعت وفاق العرض الطلب وتختلف حاجة السوق لخريجي دبلوم الجامعات عن حاجته لخريجي دبلوم الكليات التقنية مما أثار مشكلة الدراسة والتي تتمحور في التعرف على الفروق بين دبلوم المحاسبة في الجامعات، ودبلوم المحاسبة في الكليات التقنية ومدى توافق التعليم المحاسبي مع متطلبات سوق العمل في المملكة العربية السعودية.

وتتحدد مشكلة الدراسة في الإجابة عن التساؤلات التالية :

- 1) ما مدى توافق دبلوم المحاسبة في الكليات التقنية مع متطلبات سوق العمل؟
- 2) ما مدى توافق دبلوم المحاسبة في الجامعات مع متطلبات سوق العمل؟
- 3) هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مدى توافق دبلوم المحاسبة مع متطلبات سوق العمل تعزى إلى نوعية الدراسة (فروع الكليات التطبيقية بجامعة الملك خالد، والكليات التقنية بمنطقة عسير)؟

1-3 أهمية الدراسة :

للدراسة الحالية أهمية علمية وأهمية عملية على النحو التالي :

الأهمية العملية: تتمثل الأهمية العملية في أن الدراسة الحالية تبحث في واحدة من أهم العوامل التي تلعب دوراً في الاقتصاد وفي المساهمة في حل المشكلات الاجتماعية المتمثلة في قلة فرص العمل لخريجي دبلوم المحاسبة، فمن شأن الدراسة الحالية أن تساهم في توجيه طلبة المحاسبة الى الدراسة وفقاً لما يتطلبه سوق العمل السعودي، كما تساهم في تحقيق الأهداف الاستراتيجية للدولة في توظيف الوظائف وتقليل الاعتماد على العمالة المتخصصة الوافدة من خلال دراسة مدى توافق التعليم المحاسبي مع متطلبات سوق العمل دراسة مقارنة بين دبلوم المحاسبة في الجامعات والكليات التقنية بمنطقة عسير.

الأهمية العلمية: تكمن أهمية الدراسة العلمية في أنها من الدراسات النادرة حسب علم الباحث التي تبحث في موضوع غاية في الأهمية للطلبة وللأقتصاد ولطلبة المحاسبة في الجامعات والكليات التقنية التي لم يتم دراستها بشكل مباشر وبالتالي يؤمل من الدراسة الحالية أن تشكل مادة علمية حديثة تشكل منطلقاً للباحثين لإجراء دراسات متعلقة بموضوع الدراسة الحالية.

1-4 أهداف الدراسة :

تسعى الدراسة الى تحقيق الأهداف التالية :

الهدف الرئيس: التعرف على الفروق بين دبلوم المحاسبة في الجامعات، ودبلوم المحاسبة في الكليات التقنية ومدى توافق التعليم المحاسبي فيها مع متطلبات سوق العمل.

وانبثق من الهدف الرئيس الأهداف الفرعية التالية :

(1) قياس مدى توافق دبلوم المحاسبة في الكليات التقنية مع متطلبات سوق العمل.

(2) قياس مدى توافق دبلوم المحاسبة في الجامعات مع متطلبات سوق العمل.

3) تحليل مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى توافق دبلوم المحاسبة مع متطلبات سوق العمل تعزى الى نوعية الدراسة (فروع الكليات التطبيقية بجامعة الملك خالد، والكليات التقنية بمنطقة عسير).

مفهوم المحاسبة والتعليم المحاسبي:

عرفت المحاسبة تغيرات عديدة منذ ظهور أول ممارسة لها حتى يومنا الحالي، وقد ساعدت تلك التغيرات بشكل واضح في تطوير هذه المهنة، وكانت محل اهتمام لمختلف المهنيين والباحثين، من كان لهم فضل في تقديم نقلة نوعية كبيرة في كافة ميادين المحاسبة (عجيلة، 2019).

وعرفت المحاسبة على أنها "فن يعتمد على استغلال القدرات الذاتية للمحاسبين في الحكم على العديد من الأحداث الاقتصادية والمالية التي تجابه العمل المحاسبي، وهي علم من العلوم الاجتماعية تمتاز بمعرفة مصنفة لها مادتها العلمية التي أمكن الوصول إليها من خلال الدراسة والخبرة معا من خلال مراحل عديدة من الزمن، كما أن المحاسبة مهنة منظمة تمارس في الحياة العملية اعتمادا على خصوصية تتسم بها وتجعلها بارزة بين المهن الأخرى التي يتطلبها المجتمع بشكل دائم ومستمر" (عمار، 2017).

كما عرف (Kachkova et al, 2018) المحاسبة على أنها الافتراضات الأساسية والقواعد والمبادئ التي تعمل كأساس لتسجيل المعاملات التجارية والمالية واعداد الحسابات.

وأشار أبو خليف (2021) إلى أن المحاسبة عملية تسجيل المعاملات والإجراءات المالية التي تقوم بها المؤسسة التجارية، وتشتمل على تلخيص وتحليل للبيانات المالية التي تنتج عن المعاملات التجارية واعداد التقارير المتعلقة بها بشكل ثمّن الهيئات الرقابية، والتنظيمية، والدوائر الضريبية من الاطلاع عليها بطريقة دقيقة وصحيحة، وتُلخص البيانات المالية المستغلة في المحاسبة كافة العمليات المالية التي تمّت خلال فترة معينة وثبّن المركز المالي للمؤسسة والتدفقات النقدية فيها.

ويشير مفهوم المحاسبة إلى الافتراضات الأساسية والقواعد والمبادئ التي تعمل كأساس لتسجيل المعاملات التجارية وإعداد الحسابات (Abdullahu & Pristina, 2022).

فالمحاسبة هي مجموعة من الخطوات والأساليب الفنية التي يمكن إتباعها من أجل تسجيل، وتبويب البيانات، والمدخلات، كما تشمل على العمليات التي توضّح التغيرات على الأحداث الاقتصادية، والمعلومات المالية التي يستغلها المدراء، والمستثمرون، والجهات المختصة بالضريبة في اتخاذ قراراتهم، والتي تسعى إلى توزيع الموارد المتاحة في المؤسسات، والمنظمات بطريقة جيدة وفعالة (خالد، 2019).

أما التعليم المحاسبي فهو "عملية منظمة مقصودة، تقوم بها الجهات المسؤولة، وتأتي في مقدمتها الجامعات، حيث تتم هذه العملية بتزويد المتعلم بالمعارف الرئيسية وإكسابه القدرات والمهارات التي تمكنه من ممارسة مهنة المحاسبة" (علي والزعيتري، 2020، ص234).

كما عرف التعليم المحاسبي على أنه "كافة المفاهيم والمقررات والمعايير التي تتيحها برامج وتخصصات المحاسبة للمتعلمين من أجل أن يمارسوا مهنة المحاسبة والمراجعة" (رشوان، 2018، ص256).

كما يعرف التعليم المحاسبي على أنه "عملية منهجية منظمة تقوم بها الجهات المسؤولة والتي تأتي في مقدمتها الجامعات، وتتم هذه العملية من خلال تزويد المتعلم بالمعارف والمهارات الأساسية وإكسابه القدرات العلمية والعملية الضرورية التي تمكنه من ممارسة مهنة المحاسبة" (كودان والعبادي، 2020، ص 245).

وعرف (Özpeynirci et al, 2015) التعليم المحاسبي على أنه الأنشطة التي تدرس استخدام المسارات والأساليب والتقنيات المتبعة في عملية جمع البيانات المالية والمحاسبية وهي مهمة جداً للمؤسسات والأعمال.

وأشار (Brown-Liburd & Joe, 2020) إلى أنه يمكن اعتبار التعليم المحاسبي بمثابة خبرة، وممارسة في تعلم مهنة المحاسبة، وكجزء من التعليم للأعمال. أما سوق العمل فيعرف على أنه "المكان الذي يحاول في الأشخاص الحصول على عمل من جهة، ويسعى أصحاب العمل إلى تعيين الباحثين عن عمل في مؤسساتهم من جهة أخرى، ممن لديهم المهارات والكفايات التي تتفق مع ما يحتاجونه من عمالة" (جمعة وعبد الله، 2020، ص3)

أهمية التعليم المحاسبي:

قبل التطرق إلى أهمية التعليم المحاسبي، نتناول أولاً أهمية وفوائد مهنة المحاسبة، فقد ذكرت الحليقة (2019) أن من فوائد مهنة المحاسبة ما يلي:

- المساهمة في تقديم تحليل واضح لكافة العمليات المالية، ومن ثم تسجيلها في مستندات محاسبية قانونية.
- تصنيف وترتيب العمليات المالية؛ من أجل تلخيصها لمساعدة المشروعات والمؤسسات على معرفة قيمة الإيرادات الخاصة بها، والتكاليف المترتبة للحصول عليها.
- معرفة نتائج الأعمال الخاصة بالمؤسسة من حيث الخسائر أو الأرباح، والحرص على توضيح طبيعة المركز المالي أثناء مدة زمنية معينة.
- تعتبر لغة خاصة بالأعمال؛ لأنها تقوم على مساعدة الإدارة على جمع البيانات والمعلومات المحاسبية عند الحاجة لها ووفقاً لأوقات ملائمة؛ مما يساهم في تعزيز صناعة القرارات.

وتأتي أهمية التعليم المحاسبي من أهمية المحاسبة، وما يمكن أن يتيح من فوائد للمجتمعات، ومع تنوع متطلبات المجتمعات، الأمر الذي أدى إلى تجهيز الكوادر الأكاديمية والمهنية التي يمكنها تلبية تلك المتطلبات، وما ما يمكن أن يتم من خلال التعليم المحاسبي

الذي يضمن إتاحة متطلبات سوق العمل للمحاسبين المؤهلين علميا وعمليا، لذا يجب توافر تنسيق وتكامل بين التعليم المحاسبي ومهنة المحاسبة لكي يستطيع كل منهما تنفيذ أعماله بالطريقة الملائمة (مطر ونور، 2015).

وقد لخص السوافيري (2017) أهمية التعليم المحاسبي في (5) نقاط وهي:

1. إعداد وتأهيل كوادر محاسبية.
 2. تزويد الكوادر بأبرز التطورات التي تهم مهنة المحاسبة.
 3. استيفاء متطلبات التنمية الاقتصادية والاجتماعية وسوق العمل.
 4. تعزيز الوحدات الاقتصادية بالبرامج والدورات التدريبية.
 5. تعزيز مهنة المحاسبة عن طريق المناهج العلمية.
- كما ذكر (Madsen, 2015) أنه يمكن أن يؤثر التعليم المحاسبي على القرارات والمراقبة والتصنيف والإبلاغ وتقييم هذه البيانات، فضلا عن اكتساب الأفراد لهذه المهارات طوال حياتهم المهنية، فإن أحد الفوائد الأخرى في التعليم المحاسبي هو تحديد مفهوم التعلم المستمر للأفراد؛ حيث يمكن للأفراد أن يكونوا كافرين لتلبية التوقعات من خلال متابعة التطورات الحالية وتحديث مستويات المعرفة لديهم.

أهداف التعليم المحاسبي:

يتمثل هدف التعليم المحاسبي في تخريج كوادر مؤهلة من أجل العمل في المهنة المحاسبية، وتمتلك معارف ومهارات تجعلها تستطيع القيام بالمهام الموكلة إليها (السوافيري، 2017).

ويمكن تلخيص أهداف التعليم المحاسبي في النقاط التالية (جيداني وآخرون، 2018):

- تشجيع الطلاب عن طريق العلمية التعليمية على اكتساب المهارات الضرورية لجعلهم محاسبين مؤهلين واحترام قواعد وسلوك المهنة والنزاهة، والتعريف بالدور الكبير لمهنة المحاسبة.

- تعزيز الفكر التحليلي في التعليم الحماسي لدى الطالب والعمل على الدراسة والبحث في مختلف المشاكل الحماسي التي تساعدهم في الواقع العلمي.
- تهيئة الطالب وتعريفهم للبيئة المحاسبية عن طريق التعرف على الظروف والأحداث والقضايا والتحديات المستجدة التي فرضت نفسها على مزاوله المهنة، وطريقة التعامل مع المواقف بأسلوب واقعي، وفهم العمليات المعقدة، والنظر إليها بمفهوم واسع.
- تعزيز مهارات التواصل والاتصال لدى الطلبة عن طريق تشجيعهم على الاجتهاد الشخصي والتعبير عن آرائهم وأفكارهم فضلا عن القدرة على فهم الآخرين.

وبشكل عام، يسعى التعليم المحاسبي إلى مساعدة الطلاب على تعلم كيفية أن يصبحوا محاسبين محترفين، لذا يسعى المعلمون في كثير من الأحيان مزج النظريات مع الممارسة، وغالباً ما يشير إلى ارتباط التعليم المحاسبي بالدورات غير المحاسبية (Rezaee et al, 2016).

عناصر التعليم المحاسبي:

ينظر إلى التعليم المحاسبي على أنه نظام متكامل يتكون من عديد العناصر المترابطة من أجل تحقيق الأهداف، إذ تتمثل أبرز العناصر في (4) عناصر رئيسية كما يلي (محمد، 2016):

1. المدخلات؛ تتمثل في الطلبة الذين يمكن تهيئتهم من أجل ممارسة العمل المحاسبي بعدي أشكاله وأنواعه.
2. العمليات التشغيلية؛ والتي تتمثل في أساليب التعليم التي يمكن استغلالها في تعزيز المهارات المحاسبية.
3. المخرجات؛ والتي تتمثل في الطلبة المؤهلين (الخريجين) الذين يمكنهم ممارسة المهنة المحاسبية بما ينجز الهدف العام من نظام التعليم المحاسبي.

4. التغذية العكسية؛ أو ما يطلق عليها الرقابة، والتي تتم عن طريق رقابة العناصر السابقة وإجراء تقييم لها وتعزيزها والسعي لتصحيح أي أخطاء من الممكن أن تتم فيها.

مداخل التعليم الحاسبي:

هنالك مدخلين رئيسيين للتعليم الحاسبي يمكن التمييز بينهما وهما المدخل التقليدي والذي يتمثل الأساليب التقليدية وفي تعليم المحاسبة من خلال أسلوب التلقين؛ والمدخل الحديث، والذي يقوم على التركيز على القدرات والمهارات التحليلية في مهنة المحاسبة (الربيعي، 2017).

وفيما يلي يوضح محمود (2018) من خلال جدول الفرق بين المدخل التقليدي

والمدخل الحديث من مداخل التعليم الحاسبي:

المدخل التقليدي	المدخل الحديث
يركز على الأمور الفنية المحاسبية.	يتناول أمور عامة في التعليم الحاسبي وبيئة الأعمال والمعارف الفنية.
يحتوي على تكامل محدود ما بين فروع المحاسبة ومعارفها في المفردات التعليمية.	يحتوي على تكامل كبير بين المقررات المحاسبية كالمضرائب والمحاسبة الإدارية ونظم المعلومات.
يقوم على التأكيد على العمليات الحسابية من أجل الوصول إلى إجابة وحيدة.	تعزيز الاهتمام في حل المسائل المعقدة التي تحتاج إلى عمق تحليلي كالحالات العملية.
التأكيد على قواعد التعليم من خلال أسلوب التلقين.	الاهتمام بالتعليم والتعلم من خلال أسلوب التعلم الذاتي.
التعليم المهني لاجتياز الاختبارات.	الاعتراف بمساعي أكثر للتعليم الحاسبي كالتعليم للهدف المهني.
عدم الاهتمام بقضايا الاتصالات والعلاقات المهنية الشخصية.	تعزيز الاهتمام بالشخصية والمهارات والسلوكيات عن طريق التقديم والعروض الجماعية.
تلقي المتعلمين المجرّد للفنون المحاسبية.	مشاركة المتعلمين في التعليم عن طريق الإبداع والتعلم الذاتي.
عرض أساليب تكنولوجية بشكل نظري بما فيها نظم المعلومات.	إدخال الأساليب التكنولوجية ونظم المعلومات في المناهج المحاسبية.
تركيز المقررات الابتدائية المحاسبية على الدورة المحاسبية.	تناول المقررات الابتدائية للمحاسبة التنموية ودورها في عملية اتخاذ القرارات، فضلا عن تناول الجوانب المالية والدورة المحاسبية.

إذ يتضح من الجدول أن المدخل الحديث للتعليم المحاسبي يقوم على الاهتمام بتعزيز المعارف للمتعلمين ومهارتهم الاتصال، ونظم المعلومات واتخاذ القرارات، فضلا عن حث المتعلمين على البحث عن العلم والمعرفة المحاسبية، والسعي لإيجاد حلول منطقية للمشاكل المحاسبية، وهو ما أدى إلى تعزيز التفكير التحليلي للمتعلمين، فضلا عن التفكير الابتكاري والإبداعي.

جودة التعليم المحاسبي:

أشار العديد من الباحثين على أن الجودة فيما يتعلق بالتعليم عموما هو أن تكون البرمجيات والمقررات والموارد التعليمية وتكنولوجيا التعليم المتوفرة وأساليب تقويم الطلبة ومستويات أعضاء هيئة التعليم ومهاراتهم ونتائج ما يقومون به من أبحاث مرتبطة كلها مع المعايير المتفق عليها من جهة، والمناسبة مع متطلبات المستفيدين وأصحاب المصالح ومحقة لأهدافهم ومساعدتهم من جهة أخرى (Langstrand et al, 2015).

وتختلف الجودة المتعلقة بالتعليم عن جودة المنتجات، لیتضمن مختلف الجوانب العديدة في المؤسسات التعليمية، إذ يتضمن جودة الأداء والمعلومات والعمليات وأماكن العمل والبرمجيات التعليمية وما إلى ذلك (Creemers & Kyriakides, 2015).

ووفقا ل(Riley & Nuttall, 2017)، فإن جودة التعليم مرتكزة على مجموعة من المفاهيم الموجهة للارتقاء بمستوى الأداء وضمان استمرارية التعزيز والتنمية في جودة التعليم، وذلك عن طريق المساهمة في تعزيز أداء أعضاء هيئة التعليم والطلبة، وتعزيز البرمجيات التعليمية لإتاحة الطلبة الخريجين المناسبين لسوق العمل.

وتستند جودة التعليم المحاسبي على جودة مخرجاته (جودة خريج المحاسبة) والتي تبرز من جودة المدخلات (جودة البرمجيات والمقررات والموارد التعليمية وتكنولوجيا التعليم المتوفرة وطرق تقييم الطلبة ومستويات أعضاء هيئة التعليم وأبحاثهم)، والعمليات التشغيلية (جودة العملية التعليمية التي من الممكن أن تستند على نظام الساعات أو نظام المقررات التعليمية) (Azih, 2018).

وبشكل عام، يمكن الاستناد على عديد العوامل للحكم على جودة التعليم الحاسبي والتي تتضمن النقاط التالية (عصيمي، 2018) :

- التحسن في إعداد وإتاحة المقررات التعليمية الحاسوبية من ناحية درجة التكنولوجيا المستغلة وجودة محتواها.
- التحسن في مجال البحوث الحاسوبية بتعزيز عددها وجودتها وجودة مكان نشرها.
- تواجد المكتبات الحاسوبية الإلكترونية بطريقة تساعد على تحقيق العاملين السابقين.
- تعزيز مجال أداء مهنة الحاسبة والمراجعة كنتيجة لزيادة كفاءة الحاسب والمراجع (الخريج) والذي ينعكس في تعزيز جودة التقارير التي يقومون بها.
- تطور النظم الحاسوبية في بيئة الأعمال خاصة في ظل التقدم الكبير والسريع والمتلاحق في التكنولوجيا وبروز البرامج الحاسوبية.
- تواجد قاعدة بيانات محاسبية متكاملة نتيجة التحسن في مجال الإفصاح الحاسبي الإلكتروني، والذي يحقق سرعة الوصول إلى المعلومات المرجوة.
- تعزيز مجال إعداد الإقرارات الضريبية.

أدوات التعليم الحاسبي :

للتعليم الحاسبي (3) أدوات رئيسية، والتي تتمثل فيما يلي :

أولاً، الخطة الدراسية :

وهي المناهج الدراسية التي تشتمل على الأجزاء الرئيسية المطلوبة من أجل إعداد الحاسبين المؤهلين من أجل ممارسة مهنة الحاسبة، وتتضمن مجموعة من مقاييس متعلقة بالحاسبة كالحاسبة المالية، ومحاسبة المؤسسات وغيرها، إذ تعد تلك المناهج كافية من جهة نظرية وفقاً لاعتقاد القائمين على وضعها، إلا أن هذا لا يعني عدم وجود فجوة بين

ما يتم تعليمه في الجامعات والواقع العملي، لذا من الواجب تطوير هذه المناهج وتغييرها وفقا للتطورات الاقتصادية، فضلا عن ضرورة ملائمة الأنظمة المحاسبية في المؤسسات مع التطورات في القطاع، وذلك للتمكن من عمل توافق بين ما يتم تعليمه في الجامعات والواقع العملي (دغفل ونصيرة، 2018).

ثانيا، الهيئة التعليمية :

من المعلوم أن هنالك علاقة بين جودة وكفاءة الهيئات التعليمية وجودة التعليم المحاسبي، فكلما امتلك المعلم التأهيل العلمي والخبرة العلمية كان أقدر على إعطاء المادة بشكل نموذجي، فمن الضروري التركيز على الخبرة العملية التي يمتلكها المعلم، إذ أن ذلك يعزز بشكل كافي قدرته على تفسير القضايا وإيصالها للمتعلمين بأفضل شكل (الصائغ، 2010).

ثالثا، البيئة التعليمية :

والتي تتمثل في عديد الظروف الخارجية التي تقوم على التأثير في العملية التعليمية، فهي تعتبر المحيط الذي تتم فيه العملية التعليمية، إذ أن هذه الظروف تختلف مع اختلاف جوانبها، فمنها السياسية ومنها الاجتماعية ومنها الاقتصادية، فعلى سبيل المثال عند حدوث تغيرات على الأوضاع الاقتصادية يزداد اهتمام أقسام المحاسبة بجودة مستوى خريجها وهذا لكي يستطيعوا من القيام بدورهم في التعزيز الاقتصادي (دغفل ونصيرة، 2018).

العلاقة بين التعليم المحاسبي وسوق العمل :

تعد العلاقة بين التعليم المحاسبي وسوق العمل طردية، إذ يكمل كل منهما الآخر عن طريق الطلبة الذين يقومون بتعلم التعليم المحاسبي في المرحلة الجامعية من خلال خطط ومناهج دراسية وتطبيقها بطريقة عملية في الممارسة العملية في سوق العمل، وبذلك يكون التعليم المحاسبي يعمل على تحقيق متطلبات سوق العمل من المحاسبين (أبو بكر، 2021).

ويعمل أصحاب العمل على تلبية متطلبات سوق العمل من المحاسبين المتمرسين في عملهم عن طريق تعلمهم التعليم المحاسبي، وبالتالي يتضح أن التعليم المحاسبي يقوم بتزويد المتعلمين بكافة المعارف والخبرات العملية عن طريق دراسة مساقات ومناهج محاسبية في المرحلة الجامعية ليستطيعوا تنفيذها بطريقة علمية في الممارسة العملية لسوق العمل (Pratama, 2015).

2-2 الدراسات السابقة :

دراسة سيد وبوركايب (2022) بعنوان "توافق التعليم المحاسبي في الجزائر مع متطلبات سوق العمل على ضوء المرجعية الدولية"

هدفت الدراسة إلى معرفة درجة توافق التعليم المحاسبي في الجزائر مع متطلبات سوق العمل على ضوء مرجعية دولية متمثلة في المعايير الدولية للتعليم المحاسبي كأداة قياس ومقارنة. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي لتحليل جوانب مرتبطة بالتأهيل العلمي للمحاسب، وبرامج التعليم المحاسبي وعلاقتها بسوق العمل، كما تم استخدام الاستمارة كأداة لجمع البيانات وزعت على عينة مكونة من (233) من المهنيين والأكاديميين في الجزائر. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها أن المعرفة بالمحاسبة والمقاييس المرتبطة بها في الدرجة الأولى من الأهمية في تأهيل الخريج، ثم تليها المعرفة بتكنولوجيا المعلومات وأدوات الاتصال والخلفية النظرية للمعارف المكتملة للمحاسبة.

دراسة جوهر وآخرون (2022) بعنوان "المحاسبية التعليمية مدخل لتحقيق جودة إدارة الموارد البشرية بمدارس التعليم الأساسي بسلطنة عمان"

هدفت الدراسة إلى التوصل إلى دور المحاسبية التعليمية في تحقيق جودة إدارة الموارد البشرية بمدارس التعليم الأساسي بسلطنة عمان. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، كما اعتمدت الدراسة للتوصل إلى النتائج على التعرف على الإطار النظري ومفاهيمي للمحاسبة التعليمية ونظرياتها وأهدافها. وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج

أهمها نشر ثقافة المحاسبة في المؤسسات التعليمية عامة وفي مدارس التعليم الأساسي خاصة وتوضيح أهمية تطبيق المحاسبة والفوائد المرجوة منه في تحقيق جودة الموارد البشرية وذلك من خلال الاستعانة بالخبراء المتخصصين في هذا المجال والاستفادة من البحوث العلمية المحلية والإقليمية العالمية المتخصصة في هذا المجال.

دراسة أبو بكر (2021) بعنوان "مدى توافق التعليم المحاسبي في الجامعات السعودية مع متطلبات سوق العمل"

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعليم المحاسبي بالجامعات السعودية وتوافقه مع متطلبات سوق العمل من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس وأرباب العمل بالمملكة العربية السعودية في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، والمنهج التاريخي كما استخدمت الدراسة الاستمارة كأداة لجمع البيانات وزعت على عينة مكونة من (70) عضو من أعضاء هيئة التدريس في أقسام المحاسبة بالجامعات السعودية، و(70) شخص من أرباب العمل بالمملكة العربية السعودية، وتم تحليل البيانات للتوصل إلى النتائج. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين التعليم المحاسبي في الجامعات السعودية وتوافقه مع متطلبات سوق العمل من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس وأرباب العمل بالمملكة، كما توصلت إلى أن التعليم المحاسبي في الجامعات السعودية يساهم في تطوير قدرة الطالب وصقله بالمعارف والقدرات التي تتوافق مع متطلبات سوق العمل من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس في أقسام المحاسبة بالجامعات السعودية وأرباب العمل بالمملكة العربية السعودية.

دراسة الشويمان (2021) بعنوان "دور المعايير الدولية للتعليم المحاسبي IAES في تحسين جودة المحاسبة كمهنة"

هدفت الدراسة التعرف على أوجه الضعف التي تواجهها مهنة المحاسبة في المملكة العربية السعودية في الآونة الأخيرة، ومحاولة تحسين جودة مهنة المحاسبة في ضوء

تحسين منظومة التعليم المحاسبي في ظل تطبيق معايير التعليم المحاسبي الدولية (IAES). اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، كما استخدمت الدراسة الاستمارة كأداة لجمع البيانات وزع على عينة مكونة من (150) من أعضاء هيئة التدريس في الجامعات السعودية (50 شخص)، والمراجعين الخارجيين بالملكة العربية السعودية (50 شخص)، ومستخدمي التقارير المالية (50 شخص)، وتم تحليل البيانات للتوصل إلى النتائج. توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها اتفاق آراء المستقصي منهم حول انخفاض مستوى التأهيل العلمي والمهني لممارسي المهنة في المملكة العربية السعودية، كما توصلت إلى أن معايير التعليم المحاسبي (IAES) لها تأثير إيجابي على تحسين جودة خدمات مهنة المحاسبة وبخاصة الاهتمام بالمهارات المهنية والتطوير المهني المستمر.

دراسة مصلي (2019) بعنوان "التعليم المحاسبة في ليبيا وتحديات سوق العمل"

هدفت الدراسة إلى تحليل واقع التعليم العالي المحاسبي في ليبيا والعوامل المؤثرة على كفاءته ومدى توافقه مع متطلبات سوق العمل. تم إعداد استبانة وتوزيعها على (240) شخص في أربع مجموعات والتي لها علاقة بمنظومة التعليم العالي المحاسبي بالجامعات الليبية (أعضاء هيئة التدريس المحاسبي بالجامعات، وطلبة التعليم المحاسبي، وخريجي المحاسبة، وعدد من المدراء بسوق العمل). أشارت النتائج إلى وجود قصور وضعف بالمنظومة التعليمية الجامعية في مجال المحاسبة في ليبيا، من حيث اعتماده على التلقين أكثر من الإبداع، وعدم توافر الوسائل التعليمية الحديثة التي تواكب التطورات والبرامج العلمية المعاصرة وتدعم جودة التعليم المحاسبي. تشير النتائج أيضاً إلى عدم وجود برامج لتطوير مهارات أعضاء هيئة التدريس المحاسبي بالجامعات بأساليب التعليم الجامعي الحديثة وتطبيقاتها والاطلاع على تجارب الدول المتقدمة. علاوة على ذلك، أظهرت النتائج أن مناهج المحاسبة الحالية غير كافية لتزويد الطلاب بمتطلبات سوق العمل من حيث المهارات والخبرات اللازمة، وعدم وجود برامج مشتركة بين أقسام المحاسبة بالجامعات ومؤسسات سوق العمل لتأهيل الطلاب لممارسة المهارات المطلوبة بسوق العمل.

دراسة (Perera et al, 2021) بعنوان " Accounting Education towards "Sustainable Labour Markets in Sri Lanka

هدفت الدراسة إلى تحديد المؤهلات التي يفضلها أصحاب العمل بين مؤهل المحاسبة المهنية ومؤهلات المحاسبة الأكاديمية في سوق العمل المستدام السريلانكي. اعتمدت الدراسة التفسير في الفلسفة والمنهج الاستقرائي. استند جمع البيانات إلى البيانات الأولية وتم جمعها من خلال طريقة المقابلة عبر الإنترنت. اختار الباحثون طريقة أخذ العينات الملائمة لأن أكثر من 80% من الشركات المدرجة في بورصة كولومبو تقع في المقاطعة الغربية. بناءً على تقنية أخذ العينات الملائمة ، اختار الباحثون (10) شركات مدرجة وأجروا مقابلات مع (10) مدراء ماليين في الشركات المعنية. تم استخدام تقنية التحليل الموضوعي لتحليل البيانات باستخدام تطبيق برنامج NVivo. أشارت نتائج الدراسة إلى أن العديد من أصحاب العمل يفضلون مؤهلات المحاسبة المهنية بدلاً من مؤهلات المحاسبة الأكاديمية. السبب الرئيسي للاختيار هو أن المرشحين الحاصلين على مؤهلات المحاسبة المهنية هم أكثر قدرة على التعامل مع المهام والدور الوظيفي المعين بسبب التدريب المتقدم من خلال التأهيل المحاسبي الاحترافي عند مقارنته بمؤهلات المحاسبة الأكاديمية.

دراسة (Senan, 2019) بعنوان " Convenience of accounting education for " the requirements of Saudi labour market

هدفت الدراسة إلى تقييم ملاءمة تعليم المحاسبة للمتطلبات الفريدة لسوق العمل السعودي. اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، كما استخدمت الدراسة الاستبيان كأداة لجمع البيانات وزع على عينة مكونة من (914) مستجيباً من أصحاب المصلحة الرئيسيين الثلاثة - الطلاب وأعضاء هيئة التدريس وممارسو المحاسبة. توصلت الدراسة إلى أن جميع أصحاب المصلحة الثلاثة كانوا يرون أن التعليم كان قادراً على

تلبية المتطلبات الفريدة لسوق العمل في المملكة العربية السعودية. كما يتم تقديم بعض الاقتراحات التي من شأنها أن تساعد في تحسين نتائج برامج المحاسبة وجعل الخريجين قابلين للتوظيف.

2-3 الفجوات في الدراسات السابقة ذات العلاقة بموضوع الدراسة :

تبحث الدراسة الحالية في مدى توافق التعليم المحاسبي مع متطلبات سوق العمل - دراسة مقارنة بين دبلوم المحاسبة في الجامعات والكليات التقنية في المملكة العربية السعودية- ومن خلال مراجعة الدراسات السابقة المرتبطة بموضوع الدراسة يتضح عدم وجود دراسات تتشابه مع موضوع الدراسة الحالية فمن خلال مراجعة تلك الدراسات تبين أن الدراسات السابقة تناولت توافق التعليم الجامعي مع سوق العمل دون تناول الضروقات في ذلك بين الكليات التقنية والجامعات حيث تناولت دراسة سيد وبوركايب (2022) توافق التعليم المحاسبي في الجزائر مع متطلبات سوق العمل على ضوء المرجعية الدولية، وهي بذلك تختلف في عنوانها وفي مجتمعها أما دراسة أبو بكر (2021) فبحثت في مدى توافق التعليم المحاسبي في الجامعات السعودية مع متطلبات سوق العمل، وهي تتشابه مع الدراسة الحالية في مجتمعها إلا أنها تختلف في عنوانها وفي عدم مقارنة بين الكليات التقنية والجامعات، وبحثت دراسة مصلي (2019) في التعليم المحاسبة في ليبيا وتحديات سوق العمل، أما دراسة (Perera et al, 2021) فبحثت في تحديد المؤهلات التي يفضلها أصحاب العمل بين مؤهل المحاسبة المهنية ومؤهلات المحاسبة الأكاديمية في سوق العمل المستدام السريلانكي. وقد تكون الدراسة الأقرب الى الدراسة الحالية إلا انها تختلف في مجتمعها وعينتها، أما دراسة (Senan, 2019) هدفت الدراسة إلى تقييم ملاءمة تعليم المحاسبة للمتطلبات الفريدة لسوق العمل السعودي وهي تتشابه مع الدراسة الحالية في مجتمعها إلا أنها تختلف في عنوانها وفي عدم المقارنة بين الكليات التقنية والجامعات، ومن خلال هذا العرض يتضح ان الدراسة الحالية تتميز عن الدراسات السابقة في مجتمعها

وعينتها وفي انها دراسة مقارنة بين دبلوم المحاسبة في الجامعات وفي كليات التقنية بمنطقة عسير.

3-3 مقترحات علمية لسد الفجوات في الدراسات السابقة :

تقترح الدراسة اجراء البحوث التالية :

- (1) اتجاهات المستثمرين حول توافق المؤهلات والخبرات لدى خرجي قسم المحاسبة في الجامعات والكليات التقنية مع سوق العمل السعودية.
- (2) دراسة لأراء أعضاء هيئة التدريس في الكليات التقنية حول توافق المواد المحاسبية مع متطلبات العمل والمقترحات في ذلك.

3-1 منهج الدراسة :

ستعتمد الدراسة على المنهج الكمي الوصفي التحليلي حيث يعتبر المنهج الوصفي أحد مناهج البحث العلمي التي تقوم على وصف المشكلة من خلال واقع الحال وتعمل على الكشف عن الطريقة التي تؤثر بها العوامل المختلفة في ظاهرة ما أو الكشف عن مقدار تأثير كل عامل على هذه الظاهرة (عبيدات، وعدس، وعبد الحق، 2012).

وتم توظيف المنهج الوصفي في بيان ودراسة مدى توافق التعليم المحاسبي مع متطلبات سوق العمل، كما تم اتباع المنهج التحليلي في تحليل الفروق في مدى توافق التعليم المحاسبي مع متطلبات سوق العمل بين دبلوم المحاسبة في الجامعات والكليات التقنية.

3-2 مجتمع وعينة الدراسة :

يشمل مجتمع الدراسة أعضاء هيئة التدريس بأقسام المحاسبة في فروع الكليات التطبيقية بجامعة الملك خالد، حيث تم تطبيق الدراسة على (فرع الكلية التطبيقية بخميس مشيط طلاب، فرع الكلية التطبيقية بخميس مشيط طالبات، فرع الكلية التطبيقية بأبها طالبات، فرع الكلية التطبيقية برجال ألع طالبات) وأتضح بأن عددهم (34) عضو، وكذلك يشمل مجتمع الدراسة أعضاء هيئة التدريس بأقسام المحاسبة في

الكليات التقنية بمنطقة عسير حيث تم تطبيق الدراسة على (الكلية التقنية بأبها للبنين، الكلية التقنية ببيشة للبنين، الكلية التقنية بتنومة للبنين، فرع الكلية التقنية بتثليث للبنين، الكلية التقنية للبنات ببيشة، الكلية التقنية للبنات بسراة عبيدة، الكلية التقنية للبنات بمحايل عسير) وتبين بأن عددهم (60) عضواً، وتم اختيار عينة عشوائية تبلغ 50 شخص بواقع 25 من أعضاء هيئة التدريس بأقسام المحاسبة في فروع الكليات التطبيقية بجامعة الملك خالد، و25 من أعضاء هيئة التدريس بأقسام المحاسبة في الكليات التقنية بمنطقة عسير.

وصف خصائص مجتمع عينة الدراسة (المتغيرات الشخصية والوظيفية):

تم توزيع الاستبانة الكترونياً على أفراد عينة الدراسة وتم استرداد 36 استبانة وبالتالي بلغ عدد الاستبانات التي تم تطبيقها 36 استبانة.

وقد تناولت الدراسة جملة من المتغيرات الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة من حيث "العمر، المؤهل التعليمي، المسمى الوظيفي، الخبرة في التعليم، مكان التدريس"، واستناداً إلى ذلك تم وصف عينة الدراسة، وذلك من خلال التكرارات والنسب المئوية، وذلك على النحو التالي:

أولاً: العمر؛ ويشير الجدول رقم (1) إلى التكرارات والنسب المئوية لمتغير العمر:

الجدول رقم (1) وصف عينة الدراسة وفق لمتغير العمر

المتغير	المستوى/الفئة	التكرار	النسبة المئوية %
العمر	30 سنة فأقل	4	11.1
	31-40 سنة	12	33.3
	41-50 سنة	16	44.4
	51 سنة فأكثر	4	11.1
	المجموع	36	100%

يشير الجدول رقم (1) إلى أن أعلى نسبة في فئة الأعمار كانت للفئة (41-50 سنة) وبنسبة بلغت (44.4%) تلاها الفئة (31-40 سنة) وبنسبة بلغت (33.3%)، ومن

ثم الفئة (30 سنة فأقل) والفئة (51 سنة فأكثر) وبنسبة متساوية بلغت (11.1%) من أفراد عينة الدراسة.

ثانياً: المؤهل التعليمي: ويشير الجدول رقم (2) الى التكرارات والنسب المئوية لمتغير المؤهل التعليمي:

الجدول رقم (2) وصف عينة الدراسة وفق لمتغير المؤهل التعليمي

المتغير	المستوى/الفئة	التكرار	النسبة المئوية%
المؤهل التعليمي	بكالوريوس	13	36.1
	ماجستير أو ما يعادلها	14	38.9
	دكتوراه	9	25.0
	المجموع	36	100%

يشير الجدول رقم (2) إلى أن أعلى نسبة كانت لحملة شهادة الماجستير أو ما يعادلها بنسبة بلغت (38.9%)، وأن نسبة حملة شهادة البكالوريوس بلغت (36.1%)، أما أقل فئة فكانت لحملة الدكتوراه وبنسبة بلغت (25%) من أفراد العينة.

ثالثاً: المسمى الوظيفي: ويشير الجدول رقم (3) الى التكرارات والنسب المئوية لمتغير المسمى الوظيفي:

الجدول رقم (3) وصف عينة الدراسة وفق لمتغير المسمى الوظيفي

المتغير	المستوى/الفئة	التكرار	النسبة المئوية%
المسمى الوظيفي	مدرب	13	36.1
	محاضر	14	38.9
	أستاذ	9	25.0
	أستاذ مساعد	0	0
	أستاذ مشارك	0	0
	المجموع	36	100%

يشير الجدول رقم (3) إلى أن أعلى نسبة من أفراد العينة كانوا يعملون كمحاضرين بنسبة بلغت (38.9%)، تلاها أفراد العينة من المدربين بنسبة (36.1%)، وكانت الفئة الأخيرة للمسمى الوظيفي الأساتذة بنسبة (25%) من أفراد العينة.

رابعاً: الخبرة في التعليم: ويشير الجدول رقم (4) الى التكرارات والنسب المئوية لمتغير الخبرة في التعليم:

الجدول رقم (4) وصف عينة الدراسة وفق لمتغير الخبرة في التعليم

المتغير	المستوى/الفئة	التكرار	النسبة المئوية%
الخبرة في التعليم	5 سنوات فأقل	9	25.0
	6-10 سنوات	7	19.4
	11-20 سنة	9	25.0
	21-29 سنة	8	22.2
	30 سنة فأكثر	3	8.3
	المجموع	36	100%

يشير الجدول رقم (4) إلى أن أعلى نسبة خبرة في التعليم كانت لفئة الخبرة (5 سنوات فأقل) والخبرة (11-20 سنة) بنسبة متساوية بلغت (25%)، وأن نسبة الخبرة (21-29 سنة) بلغت (22.2%)، تلاها فئة الخبرة (6-10 سنوات) وبلغت (19.4%)، أما أقل فئة فكانت للخبرة (30 سنة فأكثر) وبنسبة بلغت (8.3%) من أفراد العينة.

خامساً: مكان التدريس: ويشير الجدول رقم (5) الى التكرارات والنسب المئوية لمتغير مكان التدريس:

الجدول رقم (5) مكان التدريس

النسبة المئوية%	التكرار	
66.7	24	الكلية التقنية
33.3	12	الكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد
100%	36	المجموع

يشير الجدول رقم (5) إلى تجاوب أعلى من قبل أعضاء هيئة التدريس في الكليات التقنية بنسبة بلغت 66.7%، بينما بلغت نسبة المشاركين من أعضاء هيئة التدريس في فروع الكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد (33.3%).

3-3 عملية جمع البيانات

تم الاعتماد على مصدرين لجمع البيانات المتعلقة بالبحث:

(1) المصادر الثانوية؛ وذلك بالاعتماد على الكتب، الدوريات، ومواقع الانترنت، فيما يتعلق بمتغيرات أنموذج البحث.

(2) المصادر الأولية؛ تم الاعتماد على استبانة تم اعدادها لقياس أبعاد متغيرات الدراسة.

تعتمد أداة الدراسة على مقياس ليكرت الخماسي وقد تم ترميز اجابات عينة الدراسة بما يتفق مع ذلك المقياس وذلك على النحو التالي:

(5) للإجابة أوافق تماماً. (4) للإجابة أوافق. (3) للإجابة محايد. (2) للإجابة لا أوافق. (1) للإجابة لا أوافق إطلاقاً.

ولتفسير المتوسطات الحسابية لتقديرات أفراد عينة الدراسة تم احتساب المعادلة التالية: ((الحد الأعلى (5) - الحد الأدنى (1)) / عدد الفئات (3)) = طول الفئة (1.333)) واستنادا لذلك تم اعتماد المعيار التالي: المستوى المنخفض = 1 - 2.33، والمستوى المتوسط = 2.34 - 3.67، والمستوى المرتفع = 3.67 - 5.

3-4 صدق الأداة وثباتها:

(1) قام الباحث بالتحقق من صدق أداة الدراسة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين والمتخصصين في مجالات إدارة الاعمال، ومنهج البحث العلمي، والإحصاء، وتم الأخذ بأرائهم في تعديل أداة الدراسة.

(2) تم اختبار الثبات (Reliability Test): والمتمثل في حساب معامل كرونباخ ألفا (Cronbach- Alpha) بهدف التحقق من الاتساق الداخلي للمجالات التي تتضمنها الاستبانة كأداة للقياس، حيث تتراوح قيمته ما بين (0-1) ويكون قيمته مقبولة عند (60%) وما فوق (Sekaran & Bougie, 2016) والجدول رقم (6) يشير إلى نتائج الاختبار:

جدول (6) معاملات ثبات الاتساق الداخلي (كرونباخ ألفا) لكل مجال من مجالات أداة

الدراسة ولأداة ككل

المجال	عدد الفقرات	معامل ثبات الاتساق الداخلي (كرونباخ ألفا)
الفقرات التي تشير إلى ما يتميز به المحاسبين حديثي التخرج في سوق العمل	13	86.7%
الفقرات التي تشير إلى المهارات التي تزودها دبلوم المحاسبة للطلاب	10	92.7%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (6) أن معاملات الثبات لجميع محاور الدراسة كانت أكبر من (60%) مما يدل على أنه يوجد اتساق داخلي بين فقرات كل مجال من المجالات، مما يؤكد صلاحية ومدلولية الاستبانة.

3-5 أدوات تحليل البيانات:

- التكرارات والنسب المئوية: وذلك لوصف مجتمع البحث وعينتها وتحديد خصائصها.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية: وذلك بهدف تحديد استجابات أفراد عينة الدراسة لفقرات ومحاور الدراسة وتحديد أهميتها النسبية بالاعتماد على قيم المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية.
- تحليل التباين (ONE WAY ANOVA) لاختبار فرضية الفروق.

النتائج:

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى توافق التعليم المحاسبي مع متطلبات سوق العمل، حيث تم تطوير أداة لاستطلاع آراء أفراد عينة الدراسة لتحقيق الغرض من الدراسة، ومن ثم تمت إجراءات تصحيح الأداة وإدخال البيانات إلى الحاسوب، وبعد ذلك تم إجراء التحليل الإحصائي المتمثل في التكرار والنسب، المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات الاستبيان من خلال الإجابة على أسئلة الدراسة:

سؤال الدراسة الأول: ما مدى توافق دبلوم المحاسبة في الكليات التقنية مع

متطلبات سوق العمل؟

تم تحليل آراء عينة الدراسة لتقييم درجة تقديرهم للعبارات حول مدى توافق دبلوم المحاسبة في الكليات التقنية مع متطلبات سوق العمل، حيث تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من الفقرات الاستبيان، وذلك على النحو الآتي: أولاً: الفقرات المتعلقة بما يتميز به المحاسبين حديثي التخرج من الكلية التقنية مع متطلبات سوق العمل، ويشير الجدول (7) إلى النتائج:

الجدول رقم (7) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الاستبيان المتعلقة

بما يتميز به المحاسبين حديثي التخرج من الكلية التقنية مع متطلبات سوق العمل

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التقدير
1	القدرة على استخدام الحاسب الآلي والبرامج الحاسوبية الجاهزة بمهارة	3.875	0.680	5	مرتفع
2	القدرة على إعداد وتحليل التقارير المالية ومناقشتها	3.375	1.056	11	متوسط
3	القدرة على تحليل وتفسير المشاكل الحاسوبية واقتراح ووضع الحلول المناسبة لها	3.292	0.908	13	متوسط
4	القدرة على الاتصال الفعال والتواصل مع الغير والعمل بروح الفريق	4.125	0.680	3	مرتفع
5	القدرة على التخطيط وتحمل المسؤولية في إدارة المهام الموكلة	3.792	0.721	7	مرتفع
6	القدرة على التكيف مع بيئة العمل	4.208	0.658	2	مرتفع
7	القدرة على التعلم الذاتي والإبداع والابتكار وتنمية التفكير المنطقي	3.750	0.676	9	مرتفع
8	القدرة على التفاوض وإدارة الوقت واتخاذ القرارات المختلفة	3.750	0.676	8	مرتفع
9	القدرة على انجاز مهام العمل الحاسوبي الموكل إليهم مباشرة بالجودة المطلوبة بعد اخذ دورات تدريبية قصيرة في الوحدات الاقتصادية التي يعملون بها	4.250	0.532	1	مرتفع
10	القدرة على معرفة آداب وأخلاقيات ممارسة مهنة المحاسبة	4.083	0.584	4	مرتفع

				القوانين والتشريعات التي تنظم المهنة	
متوسط	12	1.042	3.292	القدرة على إتقان اللغة الإنجليزية	11
متوسط	10	0.881	3.583	القدرة على معرفة تكنولوجيا المعلومات	12
مرتفع	6	0.833	3.792	فهم السمات الأساسية للمحاسبة وللتقرير من طرف المنظمات.	13
مرتفعة		0.763	3.782	المتوسط الكلي للفقرات	

يشير الجدول (7) إلى مستوى مرتفع من التقدير بما يتميز به المحاسبين حديثي التخرج من الكلية التقنية مع متطلبات سوق العمل، حيث بلغ المتوسط الحسابي للمجال (3.782) وهو ما يشير إلى توافر العديد من المميزات التي يمتاز بها المحاسبين حديثي التخرج من الكلية التقنية والتي تتماشى مع متطلبات سوق العمل، ويلاحظ من الجدول أنَّ المتوسطات الحسابية لأراء افراد عينة الدراسة حول فقرات المحور تراوحت بين (3.292-4.250) وبدرجة تقدير تراوحت ما بين المتوسطة والمرتفعة.

ويشير الجدول الى أن الفقرة الأكثر تقديراً كانت الفقرة رقم (9) والتي نصت على "القدرة على انجاز مهام العمل المحاسبي الموكل إليهم مباشرة بالجودة المطلوبة بعد اخذ دورات تدريبية قصيرة في الوحدات الاقتصادية التي يعملون بها"، وبمتوسط حسابي بلغ (4.250) وعلى مستوى مرتفع من التقدير، وهو ما يشير إلى المحاسبين حديثي التخرج من الكلية التقنية يمتازون بالقدرة الواضحة على إنجاز مهام العمل المحاسبي الموكلة لهم بشكل مباشر بجودة مناسبة، وذلك بعد أخذهم لدورات قصيرة في الوحدات الاقتصادية التي يعملون بها.

أما الفقرة رقم (3) والتي نصت على "القدرة على تحليل وتفسير المشاكل الحسابية واقتراح ووضع الحلول المناسبة لها" فكانت على أقل درجة من التقدير وبمتوسط حسابي بلغ (3.292) وعلى مستوى متوسط من التقدير، وهو ما يشير إلى ضعف القدرة لدى المحاسبين حديثي التخرج من الكلية التقنية على تحليل وتفسير المشاكل الحسابية واقتراح ووضع الحلول المناسبة لها.

ثانياً: الفقرات المتعلقة بالمهارات التي تزودها دبلوم المحاسبة للطالب في الكلية التقنية، ويشير الجدول (8) إلى النتائج:

الجدول رقم (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الاستبيان المتعلقة

بالمهارات التي تزودها دبلوم المحاسبة للطالب في الكلية التقنية

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التقدير
1	مهارات التعلم الذاتي والابداع والابتكار	3.792	0.932	6	مرتفع
2	مهارة استخدام الحاسب الآلي وتكنولوجيا المعلومات.	4.125	0.612	1	مرتفع
3	مهارات الاتصال والتواصل مع الغير وتحمل المسؤولية	3.958	0.955	4	مرتفع
4	مهارة التفاوض، إدارة الوقت واتخاذ القرارات المختلفة	3.792	0.932	5	مرتفع
5	معرفة المفاهيم والمبادئ والمعايير والسياسات والنظريات الحاسوبية الأساسية لممارسة مهنة المحاسبة	4.083	0.717	2	مرتفع
6	معرفة الإجراءات الفنية والبيدييات الحاسوبية وأخلاقيات مزاولة المهنة.	4.000	0.659	3	مرتفع
7	امتلاك مهارات تحليلية، والقدرة على التعامل مع المشاكل التي يكون لها أكثر من حل يمكن الدفاع عنه.	3.750	0.608	7	مرتفع
8	مهارات تقدير دور المحاسبة في إعداد الحسابات الضريبية والقياسات الاقتصادية.	3.500	0.722	10	متوسط
9	امتلاك رؤية واسعة فيما يتعلق بدور المحاسبة تجاه تلبية احتياجات المجتمع للمعلومات.	3.708	0.690	8	مرتفع
10	مهارات تنمية التفكير المنطقي حسب الموقف.	3.542	0.658	9	متوسط
	المتوسط الكلي للفقرات	3.436	1.053		مرتفعة

يشير الجدول (8) إلى مستوى مرتفع من التقدير بالمهارات التي تزودها دبلوم المحاسبة للطالب في الكلية التقنية، حيث بلغ المتوسط الحسابي للمجال (3.825) وهو ما يشير إلى توافر العديد من المهارات التي تتيحها دبلوم المحاسبة للطالب في الكلية التقنية، ويلاحظ من الجدول أن المتوسطات الحسابية لآراء افراد عينة الدراسة حول فقرات المحور تراوحت بين (3.500-4.125) وبدرجة تقدير تراوحت ما بين المتوسطة والمرتفعة.

ويشير الجدول الى أن الفقرة الأكثر تقديراً كانت الفقرة رقم (2) والتي تشير إلى مهارة استخدام الحاسب الآلي وتكنولوجيا المعلومات، وبمتوسط حسابي بلغ (4.125) وعلى مستوى مرتفع من التقدير، وهو ما يدل على أن دبلوم المحاسبة في الكلية التقنية يتيح هذه المهارة وبشكل كبير للطالب.

أما الفقرة رقم (8) والتي تشير إلى مهارات تقدير دور المحاسبة في إعداد الحسابات الضريبية والقياسات الاقتصادية، فكانت على أقل درجة من التقدير وبمتوسط حسابي بلغ (3.500) وعلى مستوى متوسط من التقدير، وهو ما يشير إلى أنها أقل المهارات التي يتيحها دبلوم المحاسبة في الكلية التقنية للطالب.

سؤال الدراسة الثاني: ما مدى توافق دبلوم المحاسبة في الجامعات مع متطلبات

سوق العمل؟

تم تحليل آراء عينة الدراسة لتقييم درجة تقديرهم للعبارات حول مدى توافق دبلوم المحاسبة في جامعة الملك خالد مع متطلبات سوق العمل، حيث تم حساب المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لكل فقرة من الفقرات الاستبيان، وذلك على النحو الآتي: أولاً: الفقرات المتعلقة بما يتميز به المحاسبين حديثي التخرج من الكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد مع متطلبات سوق العمل، ويشير الجدول (9) إلى النتائج:

الجدول رقم (9) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الاستبيان المتعلقة

بما يتميز به المحاسبين حديثي التخرج من الكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد مع

متطلبات سوق العمل

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التقدير
1	القدرة على استخدام الحاسب الآلي والبرامج المحاسبية الجاهزة بمهارة	3.000	1.414	12	متوسط
2	القدرة على إعداد وتحليل التقارير المالية ومناقشتها	3.083	1.311	11	متوسط
3	القدرة على تحليل وتفسير المشاكل المحاسبية واقتراح ووضع الحلول المناسبة لها	3.083	1.379	10	متوسط

4	القدرة على الاتصال الفعال والتواصل مع الغير والعمل بروح الفريق	4.083	0.669	2	مرتفع
5	القدرة على التخطيط وتحمل المسؤولية في إدارة المهام الموكلة	3.500	1.000	7	متوسط
6	القدرة على التكيف مع بيئة العمل	4.167	0.718	1	مرتفع
7	القدرة على التعلم الذاتي والإبداع والابتكار وتنمية التفكير المنطقي	3.333	1.231	8	متوسط
8	القدرة على التفاوض وإدارة الوقت واتخاذ القرارات المختلفة	3.250	1.138	9	متوسط
9	القدرة على انجاز مهام العمل المحاسبي الموكل إليهم مباشرة بالجوودة المطلوبة بعد اخذ دورات تدريبية قصيرة في الوحدات الاقتصادية التي يعملون بها	3.583	0.793	5	متوسط
10	القدرة على معرفة آداب وأخلاقيات ممارسة مهنة المحاسبة والقوانين والتشريعات التي تنظم المهنة	3.833	0.718	3	مرتفع
11	القدرة على إتقان اللغة الإنجليزية	2.667	1.155	13	متوسط
12	القدرة على معرفة تكنولوجيا المعلومات	3.500	1.168	6	متوسط
13	فهم السمات الأساسية للمحاسبة وللتقرير من طرف المنظمات.	3.583	0.996	4	متوسط
	المتوسط الكلي للفقرات	3.436	1.053		متوسطة

يشير الجدول (9) إلى مستوى متوسط من التقدير بما يتميز به المحاسبين حديثي التخرج من الكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد مع متطلبات سوق العمل، حيث بلغ المتوسط الحسابي للمجال (3.436) وهو ما يشير إلى أن المميزات التي يمتاز بها المحاسبين حديثي التخرج من الكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد والتي تتماشى مع متطلبات سوق العمل ليست بالمستوى المطلوب مقارنة بالمميزات التي يمتاز بها المحاسبين حديثي التخرج من الكلية التقنية، ويلاحظ من الجدول أن المتوسطات الحسابية لأراء افراد عينة الدراسة حول فقرات المحور تراوحت بين (2.667-4.167) وبدرجة تقدير تراوحت ما بين المتوسطة والمرتفعة.

ويشير الجدول الى أن الفقرة الأكثر تقديراً كانت الفقرة رقم (6) والتي نصت على "القدرة على التكيف مع بيئة العمل"، وبمتوسط حسابي بلغ (4.167) وعلى مستوى

مرتفع من التقدير، وهو ما يشير إلى المحاسبين حديثي التخرج من الكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد يمتازون بالقدرة الواضحة على التكيف مع بيئة العمل.

أما الفقرة رقم (11) والتي نصت على "القدرة على إتقان اللغة الإنجليزية" فكانت على أقل درجة من التقدير وبمتوسط حسابي بلغ (2.667) وعلى مستوى متوسط من التقدير، وهو ما يشير إلى ضعف واضح لدى المحاسبين حديثي التخرج من الكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد على إتقان اللغة الإنجليزية.

ثانياً: الفقرات المتعلقة بالمهارات التي تزودها دبلوم المحاسبة للطالب في الكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد، ويشير الجدول (10) إلى النتائج:

الجدول رقم (10) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الاستبيان المتعلقة بالمهارات التي تزودها دبلوم المحاسبة للطالب في الكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد

رقم الفقرة	الفقرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة التقدير
1	مهارات التعلم الذاتي والابداع والابتكار	3.583	1.311	9	متوسط
2	مهارة استخدام الحاسب الآلي وتكنولوجيا المعلومات.	3.500	1.446	10	متوسط
3	مهارات الاتصال والتواصل مع الغير وتحمل المسؤولية	3.917	1.084	3	مرتفع
4	مهارة التفاوض، إدارة الوقت واتخاذ القرارات المختلفة	3.833	1.115	5	مرتفع
5	معرفة المفاهيم والمبادئ والمعايير والسياسات والنظريات المحاسبية الأساسية لممارسة مهنة المحاسبة	4.000	1.128	2	مرتفع
6	معرفة الإجراءات الفنية والبدئيات المحاسبية وأخلاقيات مزاوله المهنة.	4.000	1.128	1	مرتفع
7	امتلاك مهارات تحليلية، والقدرة على التعامل مع المشاكل التي يكون لها أكثر من حل يمكن الدفاع عنه.	3.833	0.937	4	مرتفع
8	مهارات تقدير دور المحاسبة في إعداد الحسابات الضريبية والقياسات الاقتصادية.	3.667	0.985	8	مرتفع
9	امتلاك رؤية واسعة فيما يتعلق بدور المحاسبة تجاه تلبية احتياجات المجتمع للمعلومات.	3.667	1.073	7	مرتفع
10	مهارات تنمية التفكير المنطقي حسب الموقف.	3.667	1.231	6	مرتفع
	المتوسط الكلي للفقرات	3.767	1.144		مرتفعة

يشير الجدول (10) إلى مستوى مرتفع من التقدير بالمهارات التي تزودها دبلوم المحاسبة للطلاب في الكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد، حيث بلغ المتوسط الحسابي للمجال (3.767) وهو ما يشير إلى توافر العديد من المهارات التي تتيحها دبلوم المحاسبة للطلاب في الكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد كما هو الحال في الكلية التقنية. ويلاحظ من الجدول أن المتوسطات الحسابية لآراء افراد عينة الدراسة حول فقرات المحور تراوحت بين (3.500-4.00) وبدرجة تقدير تراوحت ما بين المتوسطة والمرتفعة.

ويشير الجدول الى أن الفقرة الأكثر تقديراً كانت الفقرة رقم (6) والتي تشير إلى معرفة الإجراءات الفنية والبديهيّات المحاسبية وأخلاقيات مزاولة المهنة، وبمتوسط حسابي بلغ (4.00) وعلى مستوى مرتفع من التقدير، وهو ما يدل على أن دبلوم المحاسبة في الكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد يتيح هذه المهارة وبشكل كبير للطلاب.

أما الفقرة رقم (2) والتي تشير إلى مهارة استخدام الحاسب الآلي وتكنولوجيا المعلومات، فكانت على أقل درجة من التقدير وبمتوسط حسابي بلغ (3.500) وعلى مستوى متوسط من التقدير، وهو ما يشير إلى أنها أقل المهارات التي يتيحها دبلوم المحاسبة في الكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد للطلاب.

سؤال الدراسة الثالث: هل هناك فروق ذات دلالة إحصائية في مدى توافق دبلوم المحاسبة مع متطلبات سوق العمل تعزى الى نوعية الدراسة (الكليات التطبيقية بجامعة الملك خالد، الكليات التقنية بمنطقة عسير)؟

يشير الجدول رقم (11) الى الفروق ذات الدلالة الإحصائية في مدى توافق دبلوم المحاسبة مع متطلبات سوق العمل تعزى الى نوعية الدراسة (فروع الكليات التطبيقية بجامعة الملك خالد، الكليات التقنية بمنطقة عسير):

الجدول رقم (11) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية للفروق ذات الدلالة

الإحصائية في مدى توافق دبلوم المحاسبة مع متطلبات سوق العمل

الكلية التقنية		الكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد		الفقرة	رقم الفقرة
الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي		
1.053	3.436	1.144	3.767	المهارات التي تزودها دبلوم المحاسبة للطالب	1
0.763	3.782	1.035	3.436	ما يتميز به المحاسبين حديثي التخرج	2
0.908	3.609	1.0895	3.6015	توافق التعليم الحاسبي مع متطلبات العمل	

يشير الجدول رقم (11) الى أن المتوسط الحسابي لتوافق التعليم الحاسبي مع متطلبات العمل كان متقاربا لكل من الكليات التطبيقية بجامعة الملك خالد بمتوسط حسابي (3.6015)، والكلية التقنية بمتوسط حسابي (3.609)، ويتضح من الجدول أن المهارات التي تزودها دبلوم المحاسبة للطالب في الكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد كانت على متوسط حسابي (3.767) وهي أعلى من تلك في الكلية التقنية بمتوسط حسابي (3.436).

كما يشير الجدول الى أن ما يتميز به المحاسبين حديثي التخرج من الكلية التقنية بمتوسط حسابي (3.782) كان أعلى من الكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد بمتوسط حسابي (3.436).

ولبيان فيما ان كانت تلك الفروق هامة ودالة احصائيا تم إجراء اختبار التباين الأحادي (ONE WAY ANOVA) لبيان مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مدى توافق دبلوم المحاسبة مع متطلبات سوق العمل تعزى الى نوعية الدراسة (فروع الكليات التطبيقية بجامعة الملك خالد، الكليات التقنية بمنطقة عسير)، والجدول (12) يبين ذلك:

جدول (12) تحليل التباين الأحادي (ANOVA)

الدلالة الإحصائية	F قيمة	متوسط المربعات	درجات الحرية	مجموع المربعات		
.079	3.275	.959	1	.959	بين المجموعات	ما يتميز به المحاسبين حديثي التخرج في سوق العمل الفجرات التي تشير إلى ما يتميز به المحاسبين حديثي التخرج في سوق العمل
		.293	34	9.953	داخل المجموعات	
			35	10.911	المجموع	
.817	.054	.027	1	.027	بين المجموعات	المهارات التي تزودها دبلوم المحاسبة للطلاب
		.500	34	17.012	داخل المجموعات	
			35	17.039	المجموع	

يتضح من الجدول (12) ما يلي:

- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) فيما يتميز به المحاسبين حديثي التخرج في سوق العمل بحسب نوعية الدراسة (فروع الكليات التطبيقية بجامعة الملك خالد، الكليات التقنية بمنطقة عسير)، فقد بلغت قيمة f (3.275) على مستوى دلالة إحصائية (0.079) وهي أكبر من القيمة المحددة (0.05).
- عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في المهارات التي تزودها دبلوم المحاسبة للطلاب بحسب نوعية الدراسة (فروع الكليات التطبيقية بجامعة الملك خالد، الكليات التقنية بمنطقة عسير)، فقد بلغت قيمة f (0.054) على مستوى دلالة إحصائية (0.817) وهي أكبر من القيمة المحددة (0.05).

مناقشة النتائج:

توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

فيما يتعلق بالكلية التقنية:

أشارت النتائج الى توافر العديد من المميزات التي يمتاز بها المحاسبين حديثي التخرج في الكلية التقنية والتي تتماشى مع متطلبات سوق العمل، حيث أشارت المتوسطات الحسابية إلى وجود درجة مرتفعة فيها، وقد بينت النتائج أن المحاسبين حديثي التخرج من الكلية التقنية يمتازون بالقدرة الواضحة على إنجاز مهام العمل المحاسبي الموكلة لهم بشكل مباشر بجودة مناسبة، وذلك بعد أخذهم لدورات قصيرة في الوحدات الاقتصادية التي يعملون بها، إلا أن النتائج أظهرت ضعف المقدرة لدى المحاسبين حديثي التخرج في الكلية التقنية بالمؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني على تحليل وتفسير المشاكل المحاسبية واقتراح ووضع الحلول المناسبة لها.

كما وأشارت النتائج إلى توافر العديد من المهارات التي تتيحها دبلوم المحاسبة للطالب في الكلية التقنية، حيث أشارت المتوسطات الحسابية إلى وجود درجة مرتفعة فيها، وقد بينت النتائج أن دبلوم المحاسبة في الكلية التقنية يتيح مهارة استخدام الحاسب الآلي وتكنولوجيا المعلومات وبشكل كبير للطالب، إلا أن النتائج بينت أن مهارات تقدير دور المحاسبة في إعداد الحسابات الضريبية والقياسات الاقتصادية كانت أقل المهارات التي يتيحها دبلوم المحاسبة في الكلية التقنية للطالب.

فيما يتعلق بالكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد:

أشارت النتائج الى أن المميزات التي يمتاز بها المحاسبين حديثي التخرج في الكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد والتي تتماشى مع متطلبات سوق العمل ليست بالمستوى المطلوب مقارنة بالمميزات التي يمتاز بها المحاسبين حديثي التخرج في الكلية التقنية للطالب، حيث أشارت المتوسطات الحسابية إلى وجود درجة متوسطة فيها، وقد بينت

النتائج أن المحاسبين حديثي التخرج في الكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد يمتازون بالقدرة على التكيف مع بيئة العمل، إلا أن النتائج أظهرت ضعف واضح لدى المحاسبين حديثي التخرج في الكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد على إتقان اللغة الإنجليزية.

كما وأشارت النتائج إلى توافر العديد من المهارات التي تتيحها دبلوم المحاسبة للطلاب في الكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد كما هو الحال في الكلية التقنية، حيث أشارت المتوسطات الحسابية إلى وجود درجة مرتفعة فيها، وقد بينت النتائج أن دبلوم المحاسبة في الكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد يتيح معرفة الإجراءات الفنية والبيدييات المحاسبية وأخلاقيات مزاولة المهنة وبشكل كبير للطلاب، إلا أن النتائج بينت أن استخدام الحاسب الآلي وتكنولوجيا المعلومات كانت أقل المهارات التي يتيحها دبلوم المحاسبة في الكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد للطلاب.

كما أشارت النتائج الى ما يلي:

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha 0.05$) فيما يتميز به المحاسبين حديثي التخرج في سوق العمل بحسب نوعية الدراسة (الكلية التقنية بالمؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني، الكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد).

عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha 0.05$) في المهارات التي تزودها دبلوم المحاسبة للطلاب بحسب نوعية الدراسة (الكلية التقنية بالمؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني، الكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد)

5-2 الاستنتاجات:

من خلال الدراسة توصل البحث إلى الاستنتاجات التالية:

1. أشارت النتائج الى وجود درجة مرتفعة من المميزات التي يمتاز بها المحاسبين حديثي التخرج من الكلية التقنية والتي تتماشى مع متطلبات سوق العمل.

2. أشارت النتائج الى وجود درجة مرتفعة من المهارات التي تتيحها دبلوم المحاسبة للطلاب في الكلية التقنية.
3. أشارت النتائج الى وجود درجة متوسطة من المميزات التي يمتاز بها المحاسبين حديثي التخرج في الكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد والتي تتماشى مع متطلبات سوق العمل.
4. أشارت النتائج الى وجود درجة مرتفعة من المهارات التي تتيحها دبلوم المحاسبة للطلاب في الكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد.
5. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في ما يتميز به المحاسبين حديثي التخرج في سوق العمل بحسب نوعية الدراسة (الكلية التقنية بالمؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني، الكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد).
6. عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) في المهارات التي تزودها دبلوم المحاسبة للطلاب بحسب نوعية الدراسة (الكلية التقنية بالمؤسسة العامة للتدريب التقني والمهني، الكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد).

3-5 التوصيات:

- على ضوء النتائج والاستنتاجات توصي الدراسة بما يلي:
- توصي الدراسة الكلية التقنية أن تعزز قدرة الطلبة للتوافق مع متطلبات سوق العمل بالتركيز على النقاط التالية:
1. تعزيز قدرة الطلبة على إعداد وتحليل التقارير المالية ومناقشتها.
 2. تعزيز قدرة الطلبة على تحليل وتفسير المشاكل المحاسبية واقتراح ووضع الحلول المناسبة لها.
 3. تعزيز قدرة الطلبة على إتقان اللغة الإنجليزية.

4. تعزيز قدرة الطلبة على معرفة تكنولوجيا المعلومات.
 5. تزويد الطلبة بمهارات تقدير دور المحاسبة في إعداد الحسابات الضريبية والقياسات الاقتصادية.
 6. تزويد الطلبة بمهارات تنمية التفكير المنطقي حسب الموقف.
- وتوصي الدراسة الكلية التطبيقية بجامعة الملك خالد أن تعزز قدرة الطلبة للتوافق مع متطلبات سوق العمل بالتركيز على النقاط التالية :
1. تعزيز قدرة الطلبة على استخدام الحاسب الآلي والبرامج المحاسبية الجاهزة بمهارة.
 2. تعزيز قدرة الطلبة على إعداد وتحليل التقارير المالية ومناقشتها.
 3. تعزيز قدرة الطلبة على تحليل وتفسير المشاكل المحاسبية واقتراح ووضع الحلول المناسبة لها.
 4. تعزيز قدرة الطلبة على التخطيط وتحمل المسؤولية في إدارة المهام الموكلة.
 5. تعزيز قدرة الطلبة على التعلم الذاتي والإبداع والابتكار وتنمية التفكير المنطقي.
 6. تعزيز قدرة الطلبة على التفاوض وإدارة الوقت واتخاذ القرارات المختلفة.
 7. تعزيز قدرة الطلبة على انجاز مهام العمل المحاسبي الموكل إليهم مباشرة بالجوودة المطلوبة بعد اخذ دورات تدريبية قصيرة في الوحدات الاقتصادية التي يعملون بها.
 8. تعزيز قدرة الطلبة على إتقان اللغة الإنجليزية.
 9. تعزيز قدرة الطلبة على معرفة تكنولوجيا المعلومات.
 10. تعزيز قدرة الطلبة على فهم السمات الأساسية للمحاسبة وللتقرير من طرف المنظمات.
 11. تزويد الطلبة بمهارات التعلم الذاتي والابداع والابتكار.
 12. تزويد الطلبة بمهارات استخدام الحاسب الآلي وتكنولوجيا المعلومات.

قائمة المراجع

المراجع العربية :

أبو بكر، نجوى محمد (2021). مدى توافق التعليم المحاسبي في الجامعات السعودية مع متطلبات سوق العمل، في ضوء رؤية المملكة العربية السعودية 2030. *الفكر المحاسبي* 25(2). 749-790.

أبو خليف، محمد (2021). تعريف *المحاسبة*. تم استخلاصه بتاريخ 2022/3/11 من خلال الموقع الإلكتروني [/https://mawdoo3.com](https://mawdoo3.com).

إدريس، نجلاء فرح (2016). *المشكلات التي يواجهها خريجو التعليم المحاسبي في الواقع العملي: دراسة مقارنة بين القطاعين العام والخاص في السودان*. رسالة ماجستير، جامعة الجزيرة، السودان.

آدم، أحمد يوسف، ومنصور، مصطفى أحمد، والتوم، حسب الرسول يوسف، وعبد الله، نزار عمر (2015). دور التعليم المحاسبي في التنمية الاقتصادية في السودان. *مجلة العلوم الاقتصادية* 16(2)، 96-107.

جمعة، سالم محمد، وعبد الله، عبد الرحمن أحمد (2020). مدى مواكبة مخرجات التعليم العالي التقني في السودان لمتطلبات سوق العمل. *مجلة العلوم التربوية بجامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا* 21(4)، 1-16.

جوهر، علي صالح، ورضوان، وائل وفيق، وسليمان، هناء إبراهيم، والهناشي، عبد الله بن سعيد (2022). *المحاسبية التعليمية مدخل لتحقيق جودة إدارة الموارد البشرية بمدارس التعليم الأساسي بسلطنة عمان*. *مجلة كلية التربية بدمياط* (80)، 1-41.

جيداني، وليد، ودريهم، وليد، ومومن، بكوش ياسين (2018). دور التعليم المحاسبي في جودة مهنة المحاسبة. رسالة ماجستير، جامعة الوادي، الجزائر.

- الحلايقة، غادة (2019). أهمية الحاسبة. تم استخلاصه بتاريخ 2022/3/11 من خلال الموقع الإلكتروني [./https://mawdoo3.com](https://mawdoo3.com).
- خالد، غدير (2019). معلومات عامة عن الحاسبة. تم استخلاصه بتاريخ 2022/3/11 من خلال الموقع الإلكتروني [./https://mawdoo3.com](https://mawdoo3.com).
- دغفل، خالد، ونصيرة، بلال (2018). تقييم مخرجات تقييم مخرجات التعليم الحاسبي في الجزائر من وجهة نظر هيئة التدريس والحاسبين الممارسين. رسالة ماجستير، جامعة المسيلة، الجزائر.
- الربيعي، جبار جاسم (2017). عوامل بناء المهارات الحاسوبية التقنية لطلبة هيئة التعليم التقني. مجلة التقني 20(2)، 1-15.
- رشوان، عبد الرحمن محمد (2018). دور التعليم الحاسبي في الجامعات الفلسطينية في تعزيز الممارسة المهنية والاخلاقية لمهنة الحاسبة من وجهة نظر أعضاء هيئة التدريس. مجلة جامعة القدس المفتوحة للأبحاث والدراسات (43)، 253-268.
- السوافيري، فتحي رزق (2017). زيادة فعالية التعليم الحاسبي من خلال تفعيل الأدوات المستحدثة للتعليم. مجلة الاسكندرية للبحوث الحاسوبية 1(1)، 1-68.
- سيد، محمد، وبوركايب، نصر الدين (2022). توافق التعليم الحاسبي في الجزائر مع متطلبات سوق العمل على ضوء المرجعية الدولية. مجلة الاقتصاد والمالية 8(1)، 1-18.
- الشويمان، نزار بن صالح (2021). دور المعايير الدولية للتعليم الحاسبي IAES في تحسين جودة الحاسبة كمهنة (دراسة ميدانية). المجلة العلمية التجارة والتمويل 41(3)، 1-48.

صالح، أحمد إسماعيل، وعبد الله، أحمد يحيى (2018). دور سوق العمل في تحسين جودة التعليم المحاسبي بحث استطلاعي لأراء عينة من الأكاديميين والمهنيين في مجال المحاسبة في محافظة دهوك. *المجلة الأكاديمية لجامعة نوروز* 7(2)، 10-30.

الصاغ، بلال أمجد (2010). دور التعليم المحاسبي الجامعي في تأهيل الخريجين على استخدام الحاسوب في العمل المحاسبي. *مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية* 6(30).

طرباق، سكيبة (2021). أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في التعليم المحاسبي على مهارات طلبة العلوم المحاسبية. رسالة ماجستير، جامعة أم البواقي، الجزائر.

عبيدات، ذوقان وعدس، عبد الرحمن وعبد الحق، كايد (2012). *البحث العلمي مفهومة، وأدوته وأساليبه*، (ط 14)، عمان: دار الفكر.

عجيل، حورية (2019). *مدى التوافق بين محتوى التعليم المحاسبي ومتطلبات تأهيل مهنة المحاسبة بالجزائر*. أطروحة دكتوراه، جامعة غرداية، الجزائر.

عصيمي، أحمد أحمد (2018). أثر الإنترنت على جودة نظام التعليم المحاسبي: بالتطبيق على مصر والسعودية. *المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية* 32(1)، 465-533.

علي، خالد عبد الرحمن، والزعتري، عادل عبد الغني (2020). مدى مساهمة التعليم المحاسبي للجامعات الحكومية اليمينية في تنمية المهارات المهنية لدى الطلبة. *مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية* 4(8)، 224-260.

عمار، درويش (2017). *متطلبات تحسين جودة التعليم المحاسبي في الجزائر (دراسة قياسية)*. *مجلة المالية والأسواق* 4(1)، 270-292.

كودان، كوفان محيي، والعبادي، إيمان عبد الكريم (2020). دور التعليم المحاسبي المستمر في تعزيز جودة الأداء المحاسبي: دراسة استطلاعية لأراء عينة من موظفي الحسابات في جامعة زاخو. *مجلة العلوم الإنسانية لجامعة زاخو* 8(2)، 242-265.

محمد، فتح الإله أحمد (2016). مدى التوافق بين التعليم المحاسبي في الجامعات السودانية ومتطلبات بيئة الأعمال المعاصرة والاتحاد المعاصرة والاتحاد الدولي للمحاسبين من وجهة نظر أرباب العمل وأعضاء هيئة التدريس. *المجلة العربية لضمان جودة التعليم الجامعي* 9(23)، 196-213.

محمود، وائل حسين (2018). استخدام خدمات الحوسبة السحابية لتطوير التعليم المحاسبي الجامعي في مصر. *مجلة الفكر المحاسبي* 22(7)، 581-638.

مصلي، عبد الحكيم محمد (2019). التعليم المحاسبة في ليبيا وتحديات سوق العمل. *مجلة رماح للبحث والتطوير* 38(38)، 277-307.

مطر، محمد، ونور، عبد الناصر (2015). الارتقاء بالتعليم المحاسبي لتحقيق الشروط المنصوص عليها في معايير التعليم المحاسبي الدولية. المؤتمر العلمي المهني الدولي الحادي عشر نحو عالمية مهنة المحاسبة والتدقيق المنعقد في جمعية المحاسبين القانونيين الأردنيين.

المراجع الأجنبية:

Abdullahu, C. S., & Pristina, H. (2022). Implementation Of Online Learning In Higher Education And Accounting Modules Perspective Of Accounting Teachers. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 26(1), 1-10.

Azih, N. (2018). Electronic accounting: An imperative tool for quality assurance in accounting education programme in the digital era. *Nigerian Journal of Business Education (NIGJBED)*, 1(2), 90-98.

- Brown-Libur, H., & Joe, J. R. (2020). Research initiatives in accounting education: Toward a more inclusive accounting academy. *Issues in accounting education*, 35(4), 87-110.
- Creemers, B., & Kyriakides, L. (2015). Developing, testing, and using theoretical models for promoting quality in education. *School Effectiveness and School Improvement*, 26(1), 102-119.
- Kachkova, O. E., Vakhrushina, M. A., Demina, I. D., Krishtaleva, T. I., Sidorova, M. I., Dombrovskaya, E. N., & Klepikova, L. V. (2018). Developing the accounting concept in the public sector. *European Research Studies Journal* (1), 636-649.
- Langstrand, J., Cronemyr, P., & Poksinska, B. (2015). Practise what you preach: quality of education in education on quality. *Total Quality Management & Business Excellence*, 26(11-12), 1202-1212.
- Madsen, P. E. (2015). Has the quality of accounting education declined?. *The Accounting Review*, 90(3), 1115-1147.
- Özpeynirci, R., Yücenurşen, M., Apak, İ., & Polat, Y. (2015). A comparative analysis of accounting education's effectiveness with the balanced scorecard method: A case study of KMU. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 174, 1849-1858.
- Perera, K. A. J. O., Perera, U. L. N. L., Guruge, N. H. G., Subashini, S., Madhavika, W. D. N., & Weerarathne, R. S. (2021). Accounting Education towards Sustainable Labour Markets in Sri Lanka. *Asian Journal of Education and Social Studies*, 35, 48.
- Pratama, A. (2015). Bridging the gap between academicians and practitioners on accountant competencies: an analysis of international education standards (IES) implementation on

- Indonesia's accounting education. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 211, 19-26.
- Rezaee, Z., Lo, D., Ha, M., & Suen, A. (2016). Forensic accounting education and practice: insights from China. *Journal of Forensic & Investigative Accounting*, 8(1), 106-119.
- Riley, K. A., & Nuttall, D. L. (Eds.). (2017). *Measuring quality: Education indicators: United Kingdom and international perspectives*. Routledge.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: a skill-building approach* (6th ed.). Haddington: John Wiley & Sons.
- Senan, N. (2019). Convenience of accounting education for the requirements of Saudi labour market: An empirical study. *Management Science Letters*, 9(11), 1919-1932.

التخارج في الميراث وفقاً للنظام القانوني الفلسطيني

دانه قدري أبوبكر

طالبة دكتوراة - جامعة صفاقس - تونس

Takharuj Principle in the Inheritance according to Palestinian Law

ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على الإطار القانوني الناظم للتخارج في فلسطين، حيث لم ينظم قانون الأحوال الشخصية الأردني لعام 1976 الساري في فلسطين (الضفة الغربية) مسألة التخارج، أما قانون أصول المحاكمات الشرعية الأردني رقم (31) لسنة 1959، فقد تضمن في الفقرة 12 في المادة (2) منه على اختصاص المحاكم الشرعية في التخارج من التركة، سواء في الأموال المنقولة أو غير المنقولة، وبعض القوانين اعتبرت التخارج معاملة من معاملات تسجيل الأراضي وفقاً لما جاء في نص المادة (2) من قانون رسوم تسجيل الأراضي رقم (26) لسنة 1958، وكذلك القرار بقانون رقم (2) لسنة 2012 بشأن رسوم التسجيل وانتقال الأراضي، وسيتم تسليط الضوء على الواقع العملي الذي عالج هذه المعضلة من خلال عدد من التعميمات الإدارية الصادرة عن قاضي قضاة فلسطين لتنظيم معاملة التخارج للحماية من تعسف الورثة، وحماية للحقوق الإرثية. الكلمات المفتاحية: التخارج، التعميمات الإدارية، الميراث، المتخارج، المتخارج له.

Abstract

This study aimed to focus on the legal framework organizing the Exit of Inheritance Act (TAKHARUJ) in Palestine. In fact, the Jordanian Personal Status Law of 1976 enacted in Palestine (The West Bank) didn't organize it. Still, the Sharia Trial Procedures Law No. (31) of 1959, included in Paragraph 12 of Article (2) the jurisdiction of the Sharia courts to withdraw from the estate, whether in movable or immovable funds. Some laws considered Takharuj as part of the transactions of Land Registration Law No. (26) of 1958 related to article No. (2) and Law No. (2) of 2012 concerning the fees of lands transaction and registration.

The reality of this issue will be highlighted in in light of a number of administrative decisions issued by the Supreme Judge in Palestine in order to organize Takharuj deeds as a way of protecting the society from heirs' unjust distribution of inheritance.

Keywords: Takharuj, administrative decisions, inheritance, assigners, assignees.

المقدمة

إن الحق في الميراث هو حق شرعي وقانوني، وهو من الحقوق المستمرة والدائمة، والتي لا تسقط بالتقادم، حيث يكتسبها الأفراد (الورثة) من المورث بمجرد وفاته، وقد وضعت الشريعة الإسلامية القواعد والأسس والأنصبة وفق ميزان عادل ودقيق منصف ما بين الرجل والمرأة، حتى لو كانت في بعض الحالات تراث أقل، لكن بالمقابل حملت الشريعة الإسلامية عبء الإعاقة والإنفاق على الرجل، وبالتالي فإن المعادلة تؤدي بالنتيجة إلى الموازنة ما بين الحقوق الاقتصادية لكل من الرجل والمرأة.

وقد نظم الفقهاء مسألة الميراث من خلال وضع حلول لبعض المسائل التي من الممكن تنظيمها بمعزل عن الفروض والأنصبة التي ليس من الممكن الاجتهاد فيها أو التلاعب بمقدارها لأنها من تنزيل الله سبحانه وتعالى، ومن هذه الأمور التي من الممكن الاجتهاد فيها هي مسألة التخارج أو ما يعرف بالمخارجة وهي نوع من أنواع الصلح والتي تتم برضا وتوافق الورثة لكي يقوم أحدهم بالتنازل عن حصته الإرثية، لقاء مقابل مادي إذا كانت هذه إرادة الأطراف، وحيث أنه لا يجوز أن يتم إلا بالموافقة فهو عبارة عن عقد رضائي، ويتم وضع هذا المخرج استناداً لقاعدة درء المفسد أولى من جلب المنافع.

إشكالية البحث

يعتبر التخارج أو التنازل عن الحصص الإرثية أحد أهم المواضيع المتعلقة بالميراث في القانون الفلسطيني والذي يعتره فراغ تشريعي، فإن الإشكالية التي تنطوي عليها هذه المسألة تتمثل في: ما هو التنظيم القانوني والتطبيقي للتخارج؟ وما مدى مشروعيته في ظل أحكام الشريعة الإسلامية؟ وما هي آثاره على حقوق المورث والورثة؟

أهمية الدراسة

1. الأهمية النظرية

للتخارج أهمية بالغة في سدّ باب النزاع بين الشركاء والورثة، ويعدّ مخرجاً شرعياً ناجحاً عند تعذر قسمة العين المملوكة على الشبوع أو توافقهم على ذلك، فلا يرضى

أحد بأن يخرج من العين بغير استيفاء حقه، كما تكمن أهمية الدراسة النظرية في التعرض لوثائق التّخارج كواحدة من التّصرفات المرتبطة بالميراث في الإسلام، والتي لم يسبق دراستها من قبل، على الرغم ممّا تحويه من معلومات فقهية وقانونية بالإضافة إلى فائدتها التاريخية.

2. الأهمية التطبيقية

معرفة تنظيم التّخارج في فلسطين، خاصة في ظلّ تغييب قانوني وفهني لهذه المسألة على مستوى التشريعات الفلسطينية، كما جاءت هذه الدراسة من باب لفت نظر المشرّع الفلسطيني إلى إصدار تشريع خاص بالتّخارج في الميراث.

أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضّوء على التّخارج والتّنازل كوسيلة من وسائل الصّح في الميراث؛ حتى لا يكون الحقّ الشرعي، والحقّ الاقتصادي (الميراث) وسيلة من وسائل العداوة بين الأطراف، وفي محاولة للحفاظ على الحقوق، والموازنة بين الأطراف، كما تهدف هذه الدراسة الى الكشف عن المسائل الفقهية والقانونية المتعلقة بالتّخارج والتنازل في الميراث في القانون الفلسطيني، وجمعها وبيان الحكم الشرعي، والإجراءات التطبيقية في المحاكم الشرعية والتشريعات القانونية والمقارنة بينها.

منهج الدراسة

ستعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي المقارن، بحيث يركز المنهج الوصفي على بيان مدى تنظيم المشرّع الفلسطيني لهذا الموضوع "التّخارج والتّنازل في الميراث" بما يتناسب مع قيمته، وما وصل إليه الفقه والقانون المقارن من حقائق في هذا المجال، ومقارنتها ببعضها في ضوء المعايير والمفاهيم الموضوعية والشرعية المستقرة فيها، وتقويم ذلك والوقوف على مواطن القوة والضعف وصولاً لأفضل النتائج في هذا الشأن.

خطة الدراسة

المبحث الأول: ماهية التّخارج.

المطلب الأول: مفهوم وشروط التّخارج في الشريعة والقانون.

المطلب الثاني: التّكييف القانوني للتّخارج في القانون الفلسطيني.

المبحث الثاني: التّنظيم الإجرائي والعملي للتّخارج في الميراث.

المطلب الأول: أنواع التّخارج وأحكامه.

المطلب الثاني: الواقع العملي للتّخارج في فلسطين.

المبحث الأول: ماهية التّخارج

يعدّ التّخارج من أهمّ المباحث الفقهيّة والقانونيّة في علم الفرائض، وواحدًا من أكثر المسائل التي يحتاجها الورثة لتسيير معاملاتهم، بحيث عرّف الفقهاء والقانونيون التّخارج، وكذلك نظّمته المعاجم لغةً واصطلاحاً، وكان لكلّ منهم موقف بشكل مختلف في توضيحه؛ لذلك لا بد من:

أولاً: التّعريف على مفهوم التّخارج لمعرفة ماهية التّخارج من خلال التّعريف على المدلول اللفظي أي تعريفه لغةً واصطلاحاً.

ثانياً: لتحديد ماهيته والتمكّن من معرفة خصائصه، وشروطه، وأنواعه.

ثالثاً: حتى نخرج بمفهوم جامع وشامل للتّخارج أو ما يعرف بالمخارجة.

المطلب الأول: مفهوم وشروط التّخارج

الأصل في مسائل الميراث أن تقسم التّركة بين جميع الورثة الشرعيين، كلّ شخص حسب نصيبه المقدّر سواء أكان من أصحاب الفروض الشّرعية أو العصبات، ولكن من الممكن أن يتنازل أحد الورثة من أصحاب الفروض أو العصبات عن حصته في الميراث أو جزء منها، وذلك بالاتفاق والتّراضي بينه وبين باقي الورثة، مقابل شيء معين من التّركة أو مقابل

مبلغ من التَّقود أو غيره من المقابلات المشروعة وهو ما يعرف بالتَّخارج والتَّنازل. (ابو عيد، 2006، ص209)

الفرع الأوَّل: تعريف التَّخارج

قبل الشُّروع في دراسة التَّنظيم القانوني للتَّخارج والتَّنازل حري بنا أن نحاول رصد أهمّ التعريفات المعتمدة والمتَّبعة لفهم مصطلح التَّخارج، سواء من حيث الفهم اللغوي أو الاصطلاحي للتَّخارج على النحو التالي:

أولاً: التَّعريف اللغوي للتَّخارج

هو لفظ مشتق من الخروج على صيغة تفاعل التي تدل على المشاركة، أي أن الطرفين يشتركان في إخراج بعضهم البعض من الميراث، (سمارة، أحكام التركات والمواريث في الاموال والاراضي 2002، ص318)، حيث يقال تخارج القوم، أي أخرج كل واحد منهم نفقة على قدر نفقة صاحبه، حيث يعتبر سبب من أسباب كسب الملكية، ونقول تخارج الشُّركاء أي أخرج كل واحد منهم حصَّته بالبيع أو التَّخارج (معجم المعاني الجامع والمعجم

الوسيط، متوفر على الرابط الإلكتروني التالي: Visited on 5-11-2022

(<http://www.almaany.com/ar/dict/ar>)

والتَّخارج، يتخارج الورثة من خلال تنازل بعضهم عن نصيبه الإرثي مقابل شيء معلوم. (الغامدي، 2008، ص195).

ثانياً: التَّعريف الاصطلاحي للتَّخارج والتَّنازل

التَّخارج والتَّنازل هو تصالح الورثة على إخراج جزء منهم بشيء معين من التُّركة لقاء عوض سواء أكان هذا العوض من التُّركة أو غيرها، (علي داود 2009، ص584)، وعرف الفقيه التَّخارج بأنه مصالحة الورثة على إخراج بعض منهم من التُّركة (الجرجاني 2022، المجموعة الوطنية للتقنية، متوفر على رابط التالي: <https://2u.pw/RSvLNxG>) ويعني التَّخارج أيضاً بأنه خروج كنوع من أنواع الصلح من خلال التَّنازل عن حصصهم الإرثية أو جزء منها للورثة لقاء مقابل مادي معلوم ومحدّد المقدار. (الغامدي، 2008،

ص195) ويعني أيضاً تصالح الورثة على إخراج بعضهم من الميراث على شيء من الشركة أو من الدين، (السباعي، 2001، ص177) ويكون التّخارج من خلال قيام المتخارج سواء أكان واحداً أو أكثر بالتنازل عن حصته في الشركة إلى أحد الورثة، أو إلى جميع الورثة مقابل مبلغ معلوم، أو شيء معلوم من الشركة، وبأن يخرج أحد الورثة من الشركة أو من بعضها مقابل مال يأخذه إما من الشركة أو من غيرها، (القدومي، 2010، ص308).

ويتشابه التّخارج مع مصطلحات أخرى، منها القسمة والبيع، كونه عقد رضائي، وكذلك الحال بالنسبة للعقود الأخرى فهي رضائية، وكون هناك بائع ومشتري، وهما المتخارج والمتخارج له، وكون هناك عوض مادي أو ثمن مسمى؛ حيث يكون التّخارج عقد قسمة بين المتخارج وبقية الورثة إذا كان المقابل من الشركة، أما إذا كان المقابل من خارج الشركة سواء أكان من الورثة الباقين جميعهم أم من بعضهم، فهنا يكون باعتباره عقد بيع، فيكون بالتالي للتخارج أحكام عقد القسمة، وينقض ما تنقض به قسمة الشركة، كظهور دين على الميت يقتضي عندها نقض القسمة للوفاء به، أو كظهور وارث أو وصي. (البري، 1977، ص288).

وبالتالي من الممكن تكييف عقد التّخارج والتنازل على أساس أنه قسمة رضائية برضا الأطراف وتوافقهم، كفكرة إزالة الشيوع في الأرض غير المفززة، فتتم علمية فرز الحصص بتوزيع أسهم الورثة عليهم، ومن ثم يتم العمل على التنازل عن حصة ما لصالح الشركاء على الشيوع مقابل مبلغ نقدي أو حتى مقابل لا شيء، ومن الممكن أن يكون مقابل حصة أخرى من الحصص المملوكة على الشيوع.

الفرع الثاني: حكم التّخارج والتنازل

يعتبر التّخارج والتنازل نوع من الصّحح، إلا أنه أكثر خصوصية منه؛ لأن التّخارج والتنازل خاص بالتّخارج في الميراث بين الورثة. في حين أن الصّحح أعم من ذلك؛ لذا جميع الأدلة من الكتاب والسنة على مشروعية الصّحح تدل على مشروعية التّخارج، وقد اختلف الفقهاء في حكم التّخارج، ويتمثل ذلك بما يلي:

1- حصة الوارث حق ثابت، ويثبت هذا الحق بمجرد وفاة المورث، وعندها تكون سبباً من أسباب نقل الملكية، حيث إن للوارث الحق في التصرف بما آل إليه من الميراث بجميع أوجه الصرف، وفقاً لقواعد الملكية العامة في الإسلام، من وقف وبيع وهبة ووصية وتنازول بما فيها التّخارج، (سمارة، 2002، ص318).

2- التّخارج: وقع كأول مرّة في عهد الصحابة والخلفاء الراشدين؛ وممّا يدل على مشروعيته، قوله صلى الله عليه وسلم: "الصلح جائز بين المسلمين، إلا صلحاً حرمّ حلالاً أو أحلّ حراماً" رواه الترمذي وصحّحه أبو داود وابن ماجه، وكذلك روي عن عمرو بن دينار، أن عبد الرحمن بن عوف طلق امرأته تماضر بنت الأصبغ الكلبية وهو مريض مرض الموت، ثم مات وهي ما زالت في العدة الشرعية فورثها عثمان رضي الله عنه مع ثلاثة نساء أخريات، فصالحوها عن ربع ثمنها مقابل ثلاثة وثمانين ألف درهم. (قنبيبي، 2013، ص205).

الفرع الثالث: شروط التّخارج

1. شروط تتعلق بالتّخارج والمتخارج له

حيث يجب أن يتمتع كل منهما بالأهلية الكاملة، غير محجور عليه، فلا يصح تخارج الصبي غير المميز، ولا المجنون ولا النائم. والأصالة يقصد بها أن يكون من المخارج والمخارج له أحد الورثة أو الموصى لهم، وإذا لم يكن الأصل فالأذن له شرعاً، كالولي أو الوصي أو الوكيل أو النائب.

ويجب أن يكون هناك تراضٍ بين الطرفين، فلا يصح التّخارج تحت الإكراه؛ لأنّه مصالحة في معنى البيع، ولا يكون إلا بالتراضي بين الطرفين (القدومي، 2010، ص313). وتطبيقاً لذلك جاء في إحدى القرارات الاستئنافية ما يلي: "أدعت الوصية على والدتها المحجور عليها للعتة ان التّخارج الذي تمّ من والدتها للمتخارج له (المدعى عليه)، جرى في حالة لم تكن بأكمل أوصافها المعتبرة شرعاً، ومصابة بالخرف الشديد وحكمت المحكمة الابتدائية برد الدعوى؛ لأنّه ذكر في حجة التّخارج بأن التّخارج كان بأكمل الأوصاف

المعتبرة شرعاً، وأن التَّخارج قد تمَّ قبل إلقاء الحجر عليها، إلا أن محكمة الاستئناف حكمت وقالت إنه كان على المحكمة الابتدائية تطبيق المادة (1767) من المجلة التي تضمّنت (ترجح بينة العقل على بينة الجنون والعتة)، وحيث لم تفعل وكان الحكم برد الدعوى المستأنفة على المستأنف عليه المتخارج له، والتي تطلب إبطال حجة التَّخارج، على الوجه المذكور غير صحيح ومخالف للأصول، فتقرر فسخه وإعادة القضية لمصدرها لإجراء الإيجاب" (قرار استئنافي رقم 2011/123، محكمة استئناف غزة، تاريخ 2011/5/10).

2. شروط تتعلق بالمحل وبدله

أما عن المحل، فيجب أن تكون الحصة المتخارج عنها معلومة، فلا يصح التَّخارج عن مجهول؛ لأن التَّخارج يحتاج إلى التَّسليم، ولكن هذا الشرط ورد فقط عند المالكية، والشافعية، وبعض الحنابلة. فالأصل أن يتم تحديد محل التَّخارج تحديداً منافياً للجهالة الفاحشة، أمّا وفقاً لمذهب أبو حنيفة، المتبع في فلسطين؛ فإن التَّخارج يجوز دون أن تكون أعيان التركة معلومة، ومحدّدة، فيما لا يحتاج إلى قبض؛ لأنّه لا حاجة فيه إلى التَّسليم (وزارة الاوقاف الكويتية، 1988، ص7)

3. شروط بيع الدين

إذا كان محل التَّخارج ديناً على الغير، عند من يجيز بيع الدين لغير من هو عليه، كأن يقول لغيره: بعث لك الدين الذي في ذمة فلان، أو اشتريت منك هذا الشيء بالدين الذي في ذمة فلان (داود، 2011)، فقد قال باز: "والحيلة لصحة التَّخارج في ذلك أن يشترطوا إبراء الغرماء من نصيب الخارج من الدين؛ لأنّه تمليك للدين ممن عليه الدين، فيسقط نصيبه على الغرماء، غير أن هذا يقتضي الضّرر حيث لا يمكنهم الرجوع على الغرماء بقدر نصيب الخارج، والحيلة أيضاً أن يقضوا حصة الخارج من الدين تبرعاً، ثمّ يصلحوا عمّاً بقي من التركة، أو يقرضوا الخارج قدر حصته من الدين، ثمّ يحيلهم بالقرض الذي أخذه من الغرماء وهم يقبلون الحوالة"، حيث لم يجيز مذهب أبو حنيفة حوالة الدين وحوالة الحق (القدومي، 2010، ص318).

4. يشترط أن تكون التركة غير مستغرقة بدين، وألا تكون مشغولة الذمة، فلا يصح فيها التّخارج، كما لا تصح القسمة فيها؛ لأنّ التركة مدينة بدين مستغرق، ولا يصح من الأساس الميراث فيها. فتوزيع الإرث، يكون بعد سداد الدين، إلا أن يضمن الورثة الدين، أو يضمه أجنبي، بشرط براءة الميت ورضا الدائنين، أما إذا كان الدين غير مستغرق، فإنّ التّخارج يكون صحيحاً شرعاً (داود، 2011، 588).
5. وكذلك لا بد أن تكون حجة حصر الإرث صحيحة ونهائية لجميع الورثة، وأن يتم التّأكد من جميع الورثة والموصى لهم قبل عمل التّخارج، فيبطل التّخارج إذا تبين أن هناك ورثة جدد أو أشخاص تمّ اكتشاف أنّه كان موصى لهم من قبل عمل التّخارج، عندها يبطل التّخارج (أبوزهرة، 1963، 223).

المطلب الثاني: التّكييف القانوني للتّخارج

يعتبر القانون المدني الأردني التّخارج من أساليب كسب الملكية، وينظمه كعقد بيع يخضع لأحكامه. وقد جاء في المادة (539) من القانون المدني الأردني ما يلي: "يجوز للوارث بيع نصيبه في التركة بعد وفاة المورث لوارث آخر أو أكثر بعوض معلوم، ولو لم تكن موجودات التركة معينة ويسمى هذا مخارجة". (القانون المدني الاردني رقم (43) لسنة 1976، المنشور في (الجريدة الرسمية)، بتاريخ 1977/1/1، العدد 2645، ص2)، ومن هذا التعريف يتّضح أن المشرّع الأردني قد اختار تصوّراً يقوم على تماثل التّخارج مع عقد البيع، ولم يعتبره عقد قسمة، أو تنازل، أو اتفاق على طريقة المحاصصة، وبالتالي فإن آثار التّخارج تكون مشابهة لآثار عقد البيع، وتكون صفة البائع للورثة المتخارج، وصفة المشتري للورثة المتخارج له. ولكن يمكن انتقاد هذا التعريف بأنّه لم يضع شرطاً لتحديد محلّ التّخارج، أي الحصة المتخارج عنها، بشكل يزيل الجهالة الفاحشة عنها، وهذا يتعارض مع شروط عقد البيع التي تشترط تحديد محل البيع بشكل دقيق وواضح.

وقد وضع القانون المدني الأردني آلية التّخارج في المادّة (540)، التي نصّت على ما

يلي:

1. ينقل عقد المخارجه حصّة البائع الإرثيّة إلى المشتري ويحل محل البائع في استحقاق نصيبه من التركة.

2. لا يشمل عقد المخارجه كل مال يظهر للميت بعد العقد، ولم يكن المتخارجان على علم به وقت العقد.

3. لا يشمل التّخارج الحقوق التي للتركة على المتخارجين أو على أحدهم، ولا الحقوق التي عليها لهم أو لأحدهم. (القانون المدني الاردني رقم (43) لسنة 1976، المنشور في (الجريدة الرسمية)، بتاريخ 1977/1/1، العدد 245، ص2).

وأما المواد (541) و(542) من نفس القانون، فقد حدّدت ضمانات البائع والمشتري في حالة عدم تفصيل وتوضيح مشتملات التركة، وأوضحت الإجراءات اللازمة لنقل كل حق اشتملت عليه الحصّة الإرثيّة.

وفي سياق متصل، فإنّ قانون الأحوال الشّخصيّة الأردني لسنة 2010 قد تطرّق إلى أحكام التّخارج في الفصل السابع منه، في المواد رقم (314-319) (قانون الأحوال الشّخصيّة الأردني رقم (36) لسنة 2010 المنشور في (الجريدة الرّسميّة)، بتاريخ 2010/1/17، العدد 5061، ص0)¹. وقد شرط فيه التراضي بين المتخارجين، وأضاف

¹ نصت المادة 314 - التخرج هو أن يتصالح الورثة على إخراج بعضهم من الميراث على شيء معلوم.

المادة 315 - إذا تخرج أحد الورثة مع آخر منهم استحق نصيبه وحل محله في التركة.

المادة 316 - لا يشمل عقد المخارجه كل مال يظهر للميت بعد العقد ولم يكن المتخارج على علم به وقت العقد.

المادة 317 - التخرج يقبل الإقالة بالتراضي .

المادة 318 - لا يسري التخرج على الأموال غير المنقولة الموروثة من الغير إلا إذا تم إجراء معاملة الانتقال عليها باسم المورث قبل تسجيل حجة التخرج ما لم ينص في الحجة على خلاف ذلك صراحة .

المادة 319 - يصدر قاضي القضاة تعليمات تنظيم وتسجيل حجج التخرج على أن تتضمن المدة الواجب انقضاؤها بين وفاة المورث وإجراء التخرج الخاص أو العام عن تركته

شرطاً خاصاً بالأموال غير المنقولة الموروثة من الغير، وهو أن يتم إتمام معاملة الانتقال عليها باسم المورث قبل تسجيل حجة التّخارج، كضمان قانوني للمتخارج له. ولكن يجب التنبّه إلى أن هذا التّكليف القانوني للتّخارج لا يطبق في فلسطين، حيث إنَّ لقانونا المدني الأردني لا ينطبق على الضّفة الغربيّة، وكذلك قانون الأحوال الشّخصيّة الأردني لسنة 2010. فالقانون المدني الساري في فلسطين هو مجلة الأحكام العدليّة، وقانون الأحوال الشّخصيّة هو قانون الأحوال الشّخصيّة الأردني لسنة 1976، وهذا يستوجب مقارنة بين هذه التّشريعات وتحديد مدى تطابقها أو اختلافها في تنظيم أحكام التّخارج.

وفي مقابل ذلك، فإنّ قانون الميراث المصري (قانون الميراث المصري رقم (77) لسنة 1943، المنشور في الجريدة الرّسميّة، العدد صفر، ص) قد اتّخذ تصوّراً مختلفاً عن التّخارج، وقد عرفه في المادّة (48) بأنّه: "التّخارج هو أن يتصالح الورثة على إخراج بعضهم من الميراث على شيء معلوم. فإذا تخارج أحد الورثة مع آخر منهم استحق نصيبه، وحلّ محلّه في التّركة طبقاً لما ورد في نصّ المادّة (48)".

وقد حدّدت هذه المادّة حالتين للتّخارج: إمّا أن يكون المدفوع للمتخارج من التّركة، فيقسم نصيبه بين باقي الورثة بنسبة أنصبتهم فيها، أو أن يكون المدفوع للمتخارج من مال باقي الورثة، فيقسم نصيبه عليهم بالتساوي بينهم، إلا إذا نصّ عقد التّخارج على طريقة قسمة نصيب الخارج.

ومن هذا التّعريف يتّضح أنّ المشرع المصري قد اعتبر التّخارج عقد قسمة، يستلزم توزيع نصيب المتخارج على باقي الورثة، أو تصالح بين الورثة على إخراج أحدهم مع وريث آخر لقاء شيء معلوم ويحلّ محلّ الوريث الأوّل. وهذا يخالف تصور القانون المدني الأردني، الذي اعتبر التّخارج عقد بيع يستلزم انتقال حصة المتخارج إلى المشتري.

وفيما يتعلّق بالقانون العراقي، فإنّ المادة (246) منه قد عرّفت التّخارج بأنّه: "اتّفاق جميع أو قسم من الورثة أو أصحاب حق الانتقال على إخراج بعضهم من الميراث، أو الانتقال بعوض معلوم من الثّركة أو غيرها، ويسجّل بالاستناد إلى حجة صادرة من محكمة مختصة". (فقيه ويب 2022)، ومن هذا التّعريف يتّضح أنّ المشرّع العراقي قد اشترط في التّخارج وجود اتفاق بين جميع أو بعض الورثة، وإخراج بعضهم لبعض، ووجود عوض معلوم، وصدور حجة من المحكمة.

أما في التّشريع الإماراتي، فإنّ المادة (594) من قانون الأحوال الشّخصية قد اعتبرت التّخارج عقد بيع، وقد نصّت على ما يلي: "المخارجة هي بيع الوارث لنصيبه في الثّركة بعد وفاة المورث لوارث آخر، أو أكثر بعوض معلوم، ولو لم تكن موجودات الثّركة معيّنة". وفي المذكرة الإيضاحية للقانون ذاته، قد أوضحت أنّ التّخارج هو: "أن يصطلح الورثة على إخراج بعضهم من الميراث بمال معلوم، والتّخارج عقد معاوضة ثنائي الطرف يشبه القسمة أو البيع". (فقيه ويب 2022)، ومن هذا النّص يتّضح أنّ المشرّع الإماراتي قد جمع بين رؤية التّخارج كبيع أو قسمة، ولكنه لم يشترط صدور حجة من المحكمة كالقانون العراقي.

أمّا القانون المدني الكويتي فقد أحال في المادة (516) إلى ضمان البائع في حالة التّخارج دون تفصيل لمشمّلات الثّركة، وقد جاء فيها: "من باع ثركة أو حصة فيها دون تفصيل لمشمّلاتها لا يضمن إلا ثبوت وراثته لما باع ما لم يتفق على ذلك. (القانون المدني الكويتي رقم 67 لسنة 1980، المنشور في الجريدة الرّسمية، العدد 0، ص 0).

ومن خلال مقارنة التّعريف السّابقة، يتّضح أنّ التّخارج قد نُظّم بطرق مختلفة في التّشريعات العربيّة، من حيث تعريفه، وتوضيح ماهيته، وإجراءاته. ولكن ما يلفت الانتباه هو أنّ بعض الدّول قد أدرجت التّخارج ضمن القانون المدني، باعتباره عقد بيع يؤدي إلى اكتساب الملكية، وأنّ بعض الدّول قد أدرجته ضمن قوانين الأحوال الشّخصية والموارث،

باعتباره عقد صلح بين الورثة يستحق بموجبه المتخارج عوضاً مادياً أو حصّة أخرى من التركة مقابل إخراجها من الميراث.

وفي فلسطين، فإنّ التّخارج قد خضع لتنظيم قانوني في قانون أصول المحاكمات الشّرعيّة الساري رقم (31) لسنة 1959، الذي أعطى المحاكم الشّرعيّة الاختصاص في التّخارج من التّركة، سواء في الأموال المنقولة أو غير المنقولة، وذلك في الفقرة 12 من المادة (2) منه. (الوقائع الفلسطينية، العدد 1007، ص 2).

بالإضافة إلى ذلك، فإنّ بعض القوانين قد اعتبرت التّخارج معاملة من معاملات تسجيل الأراضي، وهو ما جاء في المادة (2) من قانون رسوم تسجيل الأراضي رقم (26) لسنة 1958، التي نصّت على: "تنصرف عبارة (معاملات تسجيل الأراضي) إلى جميع المعاملات التي تتم في دوائر تسجيل الأراضي على اختلاف أنواعها، كالبيع، والتفويض، والمبادلة، والهبة، والانتقال بالإرث، والتّخارج والوصية...". (الوقائع الفلسطينية، العدد 1358، ص 549)¹.

وفي ظلّ غياب تنظيم قانوني للتّخارج في قانون الأحوال الشّخصيّة لسنة 1976، فقد اضطر ديوان قاضي القضاة إلى إصدار عدّة تعميمات إدارية لتنظيم هذه المسألة في فلسطين، ومن أهم هذه التعميمات، التعميم الصادر بتاريخ 1998/11/30، الذي حدّد الشروط والإجراءات الواجب اتباعها في حالة التّخارج، ومن هذه الشروط والإجراءات:

¹ انظر أيضاً إلى نص القرار بقانون رقم (2) لسنة 2012 بشأن رسوم التسجيل وانتقال الأراضي: "تستوفى رسوم تسجيل وانتقال الأراضي على النحو الآتي: ... الانتقال بالإرث7... (1%) من قيمة الحصص المتخارج عنها عند تسجيل حجة التّخارج في دائرة تسجيل الأراضي. التّخارج8. عن كل موسى له 5 دنائير(3%) من قيمة المال الموصى به. الوصية9... (1%) من القيمة المقدرة للأراضي الجاري عليها الإفراز مهما تعددت القطع والأحواض. إفراز الجمع10... أ. (1%) من قيمة كل قطعة مفرزة من القطع الأصليّة عندما لا يحصل أي شريك بعد الإفراز على أية زيادة في حصصه الأصليّة. ب. في حال حصول أي شريك على زيادة في قيمة حصته الأصليّة يستوفى رسم إضافي قيمته (5%) من القيمة المقدرة لتلك الزيادة".

رفع معاملة التّخارج مع محضر يثبت هويّة وأهليّة المتخارج والمتخارج له، وخلق إرادتهما من أي عيب، واستلام المتخارج لعوض التّخارج المساوي لحصصه في التّركة، وإقراره بعلمه بجميع أعيان التّركة المنقولة وغير المنقولة، وإفهامهما معنى التّخارج شرعاً وقانوناً، وأنّه لا يبقى للمتخارج أيّ حق في التّركة بعد التّخارج. (التعميم الإداري 1998)، أما باقي التعميمات الإداريّة، فقد تطرّقت إلى جوانب عمليّة أخرى تتعلّق بالتّخارج، والتي سنتناولها في المبحث الثّاني من هذه الدّراسة.

المبحث الثّاني: التّنظيم الإجرائي والعملي للتّخارج

في هذا المبحث، سنتناول التّنظيم الإجرائي والعملي للتّخارج في التّشريعات العربيّة والفلسطينيّة. ونلاحظ أنّ مجلة الأحكام العدليّة، التي تشكّل المصدر الأساسي للقانون المدني والعقود بما يتوافق مع أحكام الشّريعة الإسلاميّة منذ عهد العثمانيين، لم تتطرّق إلى مسألة التّخارج، رغم أنّه يعدّ عقداً من أنواع العقود، سواء أكان بيعاً أو قسمةً أو معاوضةً. (اللبناني، 1986، ص 855)، ولكن بعض التّشريعات العربيّة قد نظّمت التّخارج في إطار قوانين الأحوال الشّخصيّة، والمواريث، وأصول المحاكمات الشّرعيّة. أما في النّظام القانوني الفلسطيني، فإنّه لم يتضمّن تنظيمًا قانونيًا للتّخارج، وإنّما اكتفى بإصدار بعض التعميمات الإداريّة التي تحدّد شروطه وإجراءاته.

المطلب الأول: أنواع التّخارج

في هذا المطلب، سنبحث في أنواع التّخارج من حيث صحته وبطلانه شرعاً، ونلاحظ أنّ التّخارج يمكن تصنيفه في المحاكم الشّرعيّة إلى عدّة أنواع، وسوف نشرحها بالتّفصيل كما يلي:

- النوع الأوّل: هو التّخارج عن نوع واحد من التّركة، إذا كانت التّركة تتألف من ذهب وفضة وعقارات وعروض. فمثلاً، إذا تخارج أحد الورثة عن الذهب فقط، فإنّ هذا التّخارج

لا يصح إلا إذا كان المتخارج يأخذ مقابل ذلك زيادة على حصته من الذهب، لئلا يقع في الربا. (وزارة الأوقاف، 1988، ص9).

- النوع الثاني: هو التَّخارج عن كل التُّركة، إذا كانت التُّركة عبارة عن عروض أو عقارات، فإذا تخارج أحد الورثة مقابل مال دفعه له الورثة الآخرون، فإنَّ هذا التَّخارج يصح ويجوز شرعاً، سواء أكان المال أقل أو أكثر من حصة المتخارج؛ لأنه يعتبر عقد بيع، والبيع لا يشترط فيه تساوي الثمن والمثمن، بل يكفي أن يكون الثمن معلوماً ومسمى لصحة العقد. (وزارة الأوقاف، 1988، ص8).

- النوع الثالث: هو التَّخارج عن كلِّ التُّركة، إذا كانت التُّركة نقداً من نوع واحد، كالدنانير الأردنيَّة مثلاً، فإذا تخارج أحد الورثة مقابل نقد من نوع آخر، كالدولار الأمريكي مثلاً، فإنَّ هذا التَّخارج يصح ويجوز شرعاً؛ لأنه بيع بالثمن بغير الجنس، ولكن بشرط أن يقبض العوضان في مجلس العقد؛ لأنه عقد صرف. (القدومي، 2010، ص 317).

- النوع الرَّابع: هو التَّخارج عن نوع واحد من التُّركة، إذا كانت التُّركة مختلطة من أجناس متعدِّدة، كالعروض والعقارات والنقود. فمثلاً، إذا تخارج أحد الورثة عن عرض معين، فإنَّ هذا التَّخارج يصح شرعاً، سواء أكان المتخارج يأخذ مقابل ذلك قليلاً أو كثيراً من الورثة الآخرين، بشرط أن يتم التقابض في مجلس العقد. (القدومي، 2010، ص 317).

- النوع الخامس: هو التَّخارج عن تركة مجهولة وغير معلومة، كأن تكون التُّركة في بلد بعيدة أو في مكان مخفي، ولا يعلم الورثة ما هي أجناسها وقيمتها، ولا يوجد فيها ديون. فإذا تصالح الورثة مع أحد المتخارجين على أن يأخذ منهم مالاً معلوماً ومسمى، فإنَّ هذا التَّخارج يصح شرعاً؛ لأنه لا يوجد فيه ربا ولا جهالة. وهذا هو القول الصحيح عند جمهور الفقهاء من المالكية والشافعية والحنابلة. (القدومي، 2010، ص318).

- النوع السَّادس: هو التَّخارج عن بعض التُّركة، إذا كانت التُّركة مختلطة من أجناس متعدِّدة، كالعروض والعقارات والنقود. فإذا تخارج أحد الورثة عن جزء معين من التُّركة،

فإنّ هذا التّخارج يصحّ شرعاً، سواء أكان المتخارج يأخذ مقابل ذلك قليلاً أو كثيراً من الورثة الآخرين، بشرط أن يتمّ التقابض في مجلس العقد. (القدومي، 2010، ص 317).

- النوع السّابع: هو التّخارج عن الوصية، إذا كان المتوفّي قد ترك وصية لبعض الورثة أو لغيرهم. فإذا تصالح الورثة مع الموصى له على أن يستبعد من الوصية، فإنّ هذا التّخارج يصحّ شرعاً، سواء أكان المتخارج يأخذ مقابل ذلك قليلاً أو كثيراً من الورثة، بشرط أن تكون قيمة الوصية معروفة؛ لأنّه إذا كانت قيمتها غير معروفة فإنه يكون من بيع الجهالة وفيه ضرر يمنع تصحيحه. (وزارة الأوقاف، 1988، ص 16).

المطلب الثاني: إجراءات التّخارج

يعتبر التّخارج عمليّة قانونيّة تتطلّب اتباع بعض الإجراءات الأوليّة في المحاكم الشرعيّة؛ وذلك لضمان صحّة وشرعيّة التّخارج وحفظ حقوق الورثة والغير، ومن هذه الإجراءات ما يلي (انظر: التعميم الإداري رقم 2012/12 لوزارة العدل في المملكة الأردنيّة الهاشميّة):

1. تقديم طلب خطي إلى القاضي الشرعي من قبل طالب التّخارج والمتخارج له، يحتوي على:
 - ذكر اسم كلّ منهما رباعياً، وإثبات شخصيتهما بواسطة جواز سفر أو هويّة.
 - ذكر اسم المورث وتاريخ وفاته، وأسماء جميع الورثة وصلة قرابتهم بالمورث، ونسبة استحقاق كل وارث من التركة.
 - إبراز حجّة حصر الإرث للمورث، مع ذكر رقمها وتاريخها ومكان صدورها.
- 2- تقديم بيان شامل للشركة المراد إجراء التّخارج عليها، مع ذكر أجناسها وقيمتها، والإقرار بأنّهما على علم تام بها دون جهالة، وأنّها مقدورة التّسليم، وخالية من الديون أو حق لغير على المورث، مع التّأكد من أنّه قد مضى أربعة أشهر من تاريخ الوفاة.

ولضمان حفظ حقوق المتخارجين والحيولة دون تعسف أو ضغط من قبل الورثة الآخرين، خاصة في الفترة التي تلي وفاة المورث، فقد أصدرت وزارة العدل في المملكة الأردنية الهاشمية تعميماً إدارياً رقم 2011/11 يحدّد بعض الشروط والإجراءات الواجب اتباعها لإجراء التّخارج، وهي كالتالي (انظر: التعميم الإداري رقم 2011/11 لوزارة العدل في المملكة الأردنية الهاشمية):

- عدم تسجيل أي عقد تخارج قبل مضي أربعة أشهر من تاريخ وفاة المورث؛ لإتاحة الفرصة للورثة للتفكير والتشاور والاتفاق بشكل صحيح.

- تقديم كشف تفصيلي لجميع الأموال المنقولة وغير المنقولة للمورث، موقع من جميع الورثة البالغين الموجودين في البلاد، مصدق من البلدية، أو المجلس المحلي في مكان وجود الشركة، مع ذكر نسبة استحقاق كل وارث من الشركة.

- تقديم تقرير موقع من ثلاثة خبراء يتضمّن تّمين الحصص الإرثية المراد التّخارج عنها، سواء أكان التّخارج كلياً أو جزئياً، مع ذكر أساس التّمين والطريقة المستخدمة فيه.

- إعلان عن نية التّخارج قبل التّسجيل بالتعليق في إحدى الصحف المحلية لمدة لا تقل عن أسبوع، مع ذكر اسم المورث، واسم المتخارج، واسم المتخارج له، والأجناس والقيم التي يشتمل عليها التّخارج، وإبراز نسخة من هذا الإعلان للمحكمة الشرعية.

3- التأكيد من أن التّخارج كلي أو جزئي، فإذا كان التّخارج عن جميع الشركة فلا بد من بيان بدل التّخارج ومقدار الثمن الذي قبضه المتخارج، والتأكد إذا كان مساوٍ لحصصه في الشركة المراد التّخارج عنها أم لا. (التعميم الإداري 2011)

حيث كان قد صدر تعميم إداري عام 1999، (التعميم الإداري 1999) أضاف نوعاً من أنواع التّخارج وهو التّخارج الجزئي وهو نوع من أنواع التّخارج يتم فيه تنازل الوريث عن جزء معين من حصته في الشركة، سواء أكان ذلك عن طريق البيع أو الهبة أو غير ذلك، لصالح وارث واحد أو أكثر من الورثة الآخرين، بشرط أن يكون ذلك برضاه وقناعته. وقد

نصّ على هذا النوع من التّخارج التعميم الإداري رقم 10/1999 لوزارة العدل في المملكة الأردنية الهاشمية، حيث جاء في الفقرة الثانية منه أنّه لا بد من أن يتحقّق القاضي الشرعي من هويّة وإرادة الأطراف المتخارجه، وأن يأخذ إفاداتهم عن كيفية التّخارج، هل هو عن جميع ما ورثه المتخارج أم عن بعضه أو جزء منه.

وهذا ما يعتبر استحداثاً للتخارج الجزئي؛ لأنّ ما كان معروفاً قبل ذلك هو التّخارج الكلي، الذي يتم فيه تنازل الوريث عن كامل حصته في التركة. (انظر: التعميم الإداري رقم 10/1999 لوزارة العدل في المملكة الأردنية الهاشمية).

4- إن كان التّخارج جزئي عن جزء من التركة أو عقار، فلا بد من وصفه بذكر الموقع والمساحة والحدود والحصص المتخارج عنها، وبيانها ولتن تكون هذه الحصص بعد هذا التّخارج، ومقدار الثمن الذي قبضه المتخارج، وهل هو مساوٍ لحصصه أم لا بالإضافة لإبراز سند التّسجيل للعقار الحديث.

وهذا ما أكده التعميم الإداري لعام 1999، وأكد التعميم على ضرورة تحديد محل التّخارج من خلال ذكر الحوض، والقطعة، والمساحة، والحصص المتخارجه منها، ولتن تكون هذه القطع بعد التّخارج، وما هو مقدار بدل التّخارج، وكذلك بسبب كثرة الشكاوى فيما يخص معاملات التّخارج فمنها يكون بالإكراه والغش والاحتتيال؛ ونظراً لكون التّخارج لا بد أن يكون بالتراضي.

5- التّحقق من الورثة وافهامهم لطبيعة التّخارج حيث يجب على القاضي الشرعي أن يتحقّق من هويّة وأهليّة جميع الورثة المتخارجين والمتخارج عنهم، وأن يتأكد من وجود ولي أو وصي للقاصر أو فاقد الأهليّة إذا كان من طريفي التّخارج. كما يجب عليه أن يوضّح للمتخارجين أنّ التّخارج هو عقد بيع باتّ ونهائي للحصص الإرثيّة، وأنّه لا رجوع فيه بعد إبرامه، وأنّه يجب عليهم بيان كلّ ما يخصهم من التركة بشكل مفصّل ومحدّد ووافٍ، سواء أكانت عقاراً أو شركة أو أسهماً أو غير

ذلك. وقد تضمن هذا التعميم الإداري رقم 1999/10 لوزارة العدل في المملكة الأردنية الهاشمية، حيث جاء في الفقرة الثالثة منه أنه لا بد من إفادة المتخارج بأن هذا التخارج هو بيع نهائي لا رجوع فيه، وأن بيان ما يخص المتخارج من الشركة المعلومة لديه. (انظر: التعميم الإداري رقم 1999/10 لوزارة العدل في المملكة الأردنية الهاشمية).

6- إفهام المتخارجين لطبيعة التخارج

يجب على القاضي الشرعي أن يوضح للمتخارجين أن التخارج هو عقد بيع بات ونهائي للحصص الإرثية، وأنه لا رجوع فيه بعد إبرامه، وأنه يجب عليهم بيان كل ما يخصهم من الشركة بشكل مفصل ومحدد ووافٍ، سواء أكانت عقاراً أو شركة أو أسهماً أو غير ذلك.

7- تنظيم محضر التخارج بكل ما ذكر

يجب على القاضي الشرعي أن ينظم محضراً يوثق فيه كل ما تم من تخارج بين الورثة، وأن يشهد عليه شاهدان عدلان، وأن يتأكد من سلامة الإرادة والتراضي بين الأطراف، وأن يوقع عليه الكاتب والقاضي والمتخارجون، وإذا كان التخارج بواسطة وكالة خاصة، فيجب أن تكون الوكالة سارية المفعول، وألا تزيد مدتها عن سنة من تاريخ صدورها، وأن تشفع بإقرار عدلي يثبت أن الوكيل لم يعزل، وأن الموكل حي وأهل للتصرف، وقد نص على هذا التعميم الإداري رقم 1999/10 لوزارة العدل في المملكة الأردنية الهاشمية، حيث جاء في الفقرة الرابعة منه أنه لا بد من توقيع محضر التخارج من قبل القاضي والكاتب والشاهدين، وأن يكون مصحوباً بإقرار عدلي في حال كان التخارج بواسطة وكالة خاصة. (التعميم الإداري رقم 1999/10 لوزارة العدل في المملكة الأردنية الهاشمية).

8- تنظيم مسودة للحجة، ورفعها لقاضي القضاة

بعد إنجاز محضر التخارج، يجب على القاضي الشرعي أن ينظم مسودة للحجة، توضح كيفية توزيع الحصص الإرثية بعد التخارج، وأن يصحح المسألة الإرثية بناءً على

ذلك، ثم يرفع هذه المسودة إلى قاضي القضاة، لتدقيقها واتخاذ قرار بتسجيلها إذا استوفت الشروط القانونية والشّرعية، وقد نصّ على هذا التعميم الإداري رقم 1999/10 لوزارة العدل في المملكة الأردنية الهاشمية، حيث جاء في الفقرة الخامسة منه أنّه لا بد من رفع مسودات حجج التّخارج إلى ديوان قاضي القضاة. (التعميم الإداري رقم 1999/10 لوزارة العدل في المملكة الأردنية الهاشمية).

- ولكن في سبيل تسهيل إجراءات التّخارج، والحفاظ على حقوق المواطنين، فقد أصدرت وزارة العدل في المملكة الأردنية الهاشمية تعميماً إدارياً رقم 2014/56 بتاريخ 2014/6/11، يتضمّن عدم رفع معاملات التّخارج إلى ديوان قاضي القضاة، والعمل على إنجازها في المحاكم الشّرعية، باستثناء التّخارج المتعلق بالقاصرين وفاقدي الأهلية. كما شدّد هذا التعميم على ضرورة مراعاة شروط التّخارج المذكورة سابقاً، مثل مضي أربعة أشهر على الوفاة، وإفهام المتخارجين طبيعة التّخارج، والتحقق من قبض بدل التّخارج والتراضي. (التعميم الإداري رقم 2014/56 لوزارة العدل في المملكة الأردنية الهاشمية).

9- استخراج حجة التّخارج وتسجيلها

بعد اعتماد مسوّدّة الحجة من قبل قاضي القضاة، يجب على المتخارجين أن يستخرجوا حجةً تخارج تثبت فيها حصول التّخارج والتنازل عن الحصص الإرثية، وأن يسجلوها في دائرة الأراضي إذا كان التّخارج واقعاً على أموال غير منقولة، مع دفع الرسوم والضرائب المقرّرة. وإذا تبين أنّ هناك خطأ في حجة التّخارج، يتم رفع طلب لتصحيحها إلى المحكمة الشّرعية.

10- دعوى إبطال حجة التّخارج والمناسخات

إذا تبين أنّ هناك غشاً أو خطأ جسيماً في حجة التّخارج، يمكن للمتضرر أن يرفع دعوى إبطال حجة التّخارج إلى المحكمة الشّرعية، لإلغاء التّخارج واسترداد حقه في الإرث، وتتقادم هذه الدّعوى بمرور خمسة عشر عاماً من تاريخ التّخارج، وقد نصّ على هذا

التعميم الإداري رقم 1999/10 لوزارة العدل في المملكة الأردنية الهاشمية، حيث جاء في الفقرة السابعة منه أنه يجوز رفع دعوى إبطال حجة التخارج في حال وجود غش أو خطأ جسيم، وأنه تتقدم بمضي خمسة عشر عاماً من تاريخ التخارج. (التعميم الإداري رقم 1999/10 لوزارة العدل في المملكة الأردنية الهاشمية).

- وفي سبيل توضيح مسألة المناسخت، فقد أصدرت وزارة العدل في المملكة الأردنية الهاشمية تعميماً إدارياً رقم 2015/1 بتاريخ 2015/2/2، يتضمّن أنّ كلّ إنسان له ذمة مالية مستقلة، فإذا تخارج من شركة خاصة به فلا يشمل ذلك شركة مورثه الأصل، وأنّه لا يجوز إدخال التّخارج في حجج حصر الإرث لأصول المتخارج؛ لأنّ ذلك يتعارض مع مبدأ معلومية الشركة وأيلولتها لصحة التّخارج.

الفرع الثاني: تطبيقات قضائية على إبطال حجة التخارج

- نصّ قرار محكمة الاستئناف الشرعية: في هذه القضية، رفع المستأنف (م) دعوى إبطال حجة التّخارج التي صدرت عن شرعية أريحا بتاريخ 1992/7/26م، بحجة أنّ المستأنف عليه (م) غشه وأخذ منه الشركة المتخارج عنها بدون دفع بدل التّخارج. وقد أصدرت المحكمة الابتدائية حكماً ببرد الدّعوى؛ لأنّ المستأنف (م) أقرّ على لسان وكيله بقبض بدل التّخارج، وأنّ هذا التّخارج هو بيع نهائي لا رجوع فيه. وقد استأنف وكيل المستأنف (م) هذا الحكم، ولم يجب المستأنف عليه (م) على الاستئناف. ولدى التّدقيق، تبين أنّ الاستئناف مقدّم ضمن المدّة القانونية، فقبلت شكلاً، وعليه، تبين أنّ حكم المحكمة الابتدائية صحيح وموافق للشرع؛ لأنّ المستأنف (م) سعى في نقض ما تمّ من جهته، فسعيه مردود عليه، بناء على الدّعوى والإقرار والبيّنة الخطية المبرزة، وسنداً للمادة 100 من قانون الأحوال الشخصية، والمادتين 75 من قانون أصول المحاكمات الشرعية، و1579 من قانون الأحوال الشخصية، فتقرّر تصديق حكم المحكمة الابتدائية، ورد ما أورده وكيل المستأنف (م) في استئنافه لعدم وروده. (قرار محكمة الاستئناف الشرعية المنعقد في نابلس رقم 99/307 بتاريخ 1999/10/17).

- قضية إبطال تخارج لوجود مرض الموت؛ في هذه القضية، رفع المستأنف (م) دعوى إبطال حجة التخرج التي صدرت بتاريخ 1981/6/15م، بحجة أن المتخارجة (م) كانت في حالة مرض مستمر ومتزايد، وينطبق عليها مرض الموت، وبالتالي فإن إرادتها لم تكن سليمة، وأن وكيلها (م) غشّه وأخذ منه التركة المتخارج عنها بدون دفع بدل التخرج. وقد أصدرت المحكمة الابتدائية حكماً برد الدعوى، لعدم وجود خصومة بين المتداعين، وقد استأنف وكيل المستأنف (م) هذا الحكم، وطلب فسخه وإبطال الوكالة وحجة التخرج للأسباب الواردة في استئنافه. ولدى التدقيق، تبين أن الاستئناف مقدم ضمن المدّة القانونيّة، فقبلت شكلاً، وعليه تبين أن حكم المحكمة الابتدائية خاطئ وغير موافق للشّرع؛ لأنّ المستأنف (م) أثبت بالشهادات الطبيّة أن المتخارجة (م) كانت في حالة مرض الموت عند صدور الوكالة والتّخرج، وأنّ ذلك يشكّل عيباً من عيوب الرضا يستوجب إبطال العقد، بناء على الأحاديث الشريفة وآراء الفقهاء، وسنداً للمادة 100 من قانون الأحوال الشّخصيّة، فتقرّر فسخ حكم المحكمة الابتدائية، وإبطال حجة التّخرج المشار إليها. (قرار محكمة الاستئناف الشرعية رقم 2000/12 بتاريخ 2000/3/1).

إنّ سند الوكالة المذكور من الوثائق الرسميّة عملاً بالمادة 75 من قانون أصول المحاكمات الشّرعية، وهذا يفيد واقعة التّوكيل، ولا يثبت سلامة العقل المقرّر، وهذا لا يمنع من الطعن فيه، وعلى ضوء ذلك فإنّ ما اتّجهت إليه المحكمة الابتدائية من أنّ سند الوكالة وحجّة التّخرج المذكورتين لا يسوغ التّظنّ في أيّ طعن فيهما، سوى الطعن بالتزوير باعتبار أنّهما من الوثائق الرّسميّة في غير محله، ولا يتفق والنصوص الشّرعية المتعبّرة كما سبق بيانه؛ لهذا فقد كان الحكم برد دعوى الاستئناف على الوجه المذكور غير صحيح، فتقرّر فسخه وإعادته لإجراء الإيجاب (29269 بتاريخ 1988/9/19). (داود 2011)

- جاء في حكم محكمة الاستئناف الشّرعية المنعقدة في نابلس رقم 1997/143 بتاريخ 1997/7/28، ما يلي: "أصدرت المحكمة الابتدائية قراراً تمهيدياً في جلسة 97/6/10،

حيث قرّرت المحكمة الابتدائية المذكورة في الدعوى رقم 97/28 وموضوعها إبطال حجة تخارج؛ لأن مدة مرور الزمن بالنسبة للتخارج هي خمسة عشر عاماً وليس سنة واحدة كما دفع وكيل المستأنف ذلك، فاستأنف المستأنف قرار المحكمة المذكور، ولما بيّن في استئنافه أسباب طلب فسخ القرار المستأنف ورد دعوى المستأنف عليه لمرور الزمن، وتضمنه الرسوم والمصاريف، وأتعاب المحاماة، وأجاب وكيل المستأنف عليه على هذا المذكور .

- ان مدّة التقادم التي أرسّت القرارات الاستئنافية عليها كآخر سابقة هي على غرار القانون المدني، حيث إنّ التقادم المدني هو 15 عاماً؛ لذلك فإنّ هيئة المحكمة الموقّرة اعتبرت بذلك ضمناً، أنّ التخارج هو عقد مدني يخضع لأحكام القانون المدني، بالتالي هو عقد بيع بين بائع ومشتري.

- جاء في حكم محكمة الاستئناف بتاريخ 1984/8/16 ما يلي: "ولدى التّدقيق تبين أنّ المستأنف عليه في هذه الدعوى قد دفعها بمرور الزمان، والمحكمة الابتدائية قبلت منه هذا الدّفع، وقرّرت رد الدعوى لعدم جواز سماعها لمرور الزمان، ونصّت المادة (539) من القانون المدني الأردني على أنّ المخارجة بيع، كما نصّت المادة (493) منه في باب البيوع : لا تسمع الدعوى بفسخ العقد أو انقاص الثمن أو تكملته إذا مضت سنة على تسليم المبيع، ونصّت المادة (497) منه على " التّسليم الحكمي وذلك بتسجيل المبيع باسم المشتري هذا من جهة، ومن جهة أخرى فإنّ المادة (2) من قانون أصول المحاكمات الشّرعيّة، وهو قانون خاص للمحاكم الشّرعيّة فقد نصّت على: "تنظر المحاكم الشّرعيّة وتفصل في المواد الثّالية، ونصّت الفقرة (12) من المادة المذكورة على : " التخارج من التركة كلها في الأموال المنقولة وغير المنقولة"، وحجة المخارجة موضوع الدعوى قد سجلت بتاريخ 1970-10-26 يتّضح من جميع ما ذكر أنّ المستأنف عليه المذكور حينما دفع الدعوى بمرور الزمان، كان هذا الدّفع في مثل هذه الدعوى، ووفقاً للنصوص المذكورة مقبولاً؛ لأنّ حصة التّخارج الإريثية قد سجّلت باسم المشتري المتخارج له أحد الورثة في المحكمة الشّرعيّة صاحبة الوظيفة في مثل هذا

البيع للحصص الإرثية من وارث إلى وارث، أو ورثة للمتوفى؛ لأنه تعيين للحصص الارثية للمتوفى؛ لذلك فقد كان الحكم برد الدعوى بعدم سماعها لمرور الزمن صحيحاً وموافقاً للوجه الشرعي وللأصول القانونية". (داود 2011)

- ومن إحدى التطبيقات القضائية أيضاً ما يلي؛ "ادّعت الوصية على والدتها المحجور عليها لبعثه أن التّخارج الذي تمّ من والدتها للمتخارج له (المدعى عليه) جرى في حالة لم تكن بأكمل أوصافها المعتبرة شرعاً، ومصابة بخرف وشيخوخة، وحكمت المحكمة الابتدائية برد الدعوى؛ لأنه ذكر في حجة التّخارج بأن المتخارجة كانت بأكملاً لأوصاف المعتبرة شرعاً، وأن التّخارج قد تمّ قبل إلقاء الحجر عليها. (داود 2011)

استؤنف الحكم من قبل الوصية، ففسخته محكمة الاستئناف، وجاء في القرار الاستئنافي أن الدعوى بالشكل الذي ادّعت به مسموعة، وكان على المحكمة الابتدائية السير فيها حسب الأصول، حيث ادّعى المستأنف عليه أن المستأنفة كانت حين التّخارج في حالة صحو وصحة، وادّعت المستأنفة أن المتخارجة لم تكن في حالة معتبرة شرعاً ولا قانوناً، حيث إنّها منذ سنوات عديدة معتوهة نتيجة مرض الخرفنة والشيخوخة، فقد كان على المحكمة الابتدائية في هذه الحالة تطبيق المادة (1767) من المجلة التي تضمّنت (ترجع بينة العقل على بينة الجنون والعتة)، وحيث لم تفعل، وكان الحكم برد دعوى المستأنفة على المستأنف عليه التّخارج له، والتي تطلب إبطال حجة التّخارج، فتقرّر فسخها وإعادة القضية لمصدرها لإجراء الإيجاب (50870 تاريخ 2000//11/15). (داود 2011).

الخاتمة

نستنتج مما سبق أنّ التّخارج في الميراث هو عقد شرعي يسمح للورثة بالتّصالح على تبادل حصصهم في التركة ببدل معلوم، سواء أكان من التركة نفسها أو من خارجها؛ وذلك لإزالة الشّيوخ، وتسهيل القسمة، وتفادي النزاعات.

وقد بيّنا في هذا البحث مشروعياً التّخارج وحقيقته ومقاصده، وأحكامه وشروطه وصوره، والإجراءات التّطبيقية له في المحاكم الشرعية، مع مراعاة النظام القانوني.

حيث يعتبر التّخارج خليطاً من ثلاثة أنواع من العقود، وهي عقد بيع لوجود بائع (متخارج)، ومشتري (متخارج له)، ومحل بيع (الحصة المتخارج عنها)، وثمان معلوم (بدل التّخارج)، وهو عقد قسمة رضائية لإزالة الشّيوخ من خلال قيام المتخارج بالاتفاق مع المتخارج له / لهم على إعادة تنظيم الحصص بتقسيمها عليهم أما بالتساوي بينهم لقاء بدل معلوم بالتساوي منهم، وأما إعادة التقسيم عليهم كل واحد حسب نصيبه في الميراث لقاء ما يدفعه حسب سهمه الإرثي، وهو أيضاً عقد معاوضة؛ لأنّه يتم فيه تبادل المنفعة أو تبادل ما هو معلوم إي معاوضة ما بين الطرفين، وهو جائز شرعاً، ويتم بشكل كلي كالتنازل عن كامل الحصة الإرثية أو بشكل جزئي كالتنازل عن جزء معين من التركة، وذلك يتم بين وارث ووارث آخر بالتنازل له مقابل مال يدفعه من ماله الخاص، أو من قبل المتخارج لجميع الورثة مقابل أن يدفعوا له مبلغاً معيناً سواء بالتساوي، أو كلّ واحد حسب نصيبه في الميراث، ولا يتم التّخارج إلا بين الورثة إي لا يكون للموصى لهم بوصية ويتم لأصحاب الوصية الواجبة باعتبارهم ورثة.

المراجع

- ابراهيم، مصطفى؛ الزيات، أحمد حسن (2022). معجم المعاني الجامع والمعجم الوسيط. الالمانى. 2022/11/5. <http://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar> Visited (تاريخ الوصول 2023/6/7).
- أبو زهرة، محمد (1963). احكام التركات والموايئ. المجلد الاولى. القاهرة: دار الفكر العربي.
- أبو عيد، عارف خليل (2006). الوجيز في الميراث. المجلد الخامسة. عمان: دار النشقايش للنشر والتوزيع.
- أحكام التركات والموايئ في الاموال والاراضي (2002). المجلد الطبعة الاولى. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- أحكام الموايئ وتوزيع التركات في التشريع الاسلامي (2000). الاسكندرية: دار الجامعة الجديدة.
- البري، زكريا (1977). الوسيط في أحكام التركات والموايئ. المجلد الطبعة الرابعة. القاهرة: دار النهضة العربية.
- التخارج بين الورثة أحكامه وصوره في الفقه الاسلامي (2008). مجلة جامعة ام القرى لعلوم الشريعة والدراسات، 2008/4/8، الإصدار 45، 317.
- التخارج بين الورثة أحكامه وصوره في الفقه الاسلامي (2008). مجلة جامعة ام القرى لعلوم الشريعة والدراسات، 2008/4/1، الإصدار 45، 205.
- التخارج بين الورثة أحكامه وصوره في الفقه الاسلامي (2008). مجلة جامعة ام القرى لعلوم الشريعة والدراسات، 2008/4/5، 318.
- التخارج بين الورثة وأحكامه وصوره في الفقه الاسلامي (2008). مجلة جامعة ام القرى لعلوم الشريعة والدراسات، 2008/5/13، الإصدار 45، 195.
- التخارج بين الورثة وأحكامه وصوره في الفقه الاسلامي (2008). مجلة جامعة ام القرى لعلوم الشريعة والدراسات، 2008/4/1، 196.
- التعميم الاداري (1998). 11 1.
- التعميم الاداري (1999). 9 12.
- التعميم الاداري (2011). 2011/57. 5 10.
- التعميم الاداري (2012). رقم 56 / 2012. 8 23.
- التعميم الاداري (2015). رقم 49 / 2015. 12 30.
- الجرجاني (2022). الايمان. <http://www.al-man.com> (تاريخ الوصول 2023/6/6).

- داود، أحمد علي (2011). *القرارات الاستثنائية في الاحوال الشخصية*. المجلد الطبعة الثانية. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- داود، أحمد محمد علي (2009). *الحقوق المتعلقة بالتركة بين الفقه والقانون*. المجلد الطبعة الاولى. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 2009.
- السباعي، مصطفى (2001). *شرح قانون الاحوال الشخصية الاردني*. بيروت: دار الوراق للنشر والتوزيع.
- سمارة، محمد (2002). *أحكام التركات والموارث في الاموال والاراضي*. المجلد الطبعة الاولى. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- شرح مجلة الاحكام العدلية (1986). المجلد الطبعة الثالثة. بيروت: احياء التراث العربي، 1986.
- الغامدي، ناصر بن محمد (2008). *التخارج بين الورثة أحكامه وصوره في الفقه الاسلامي*. مجلة جامعة ام القرب لعلم الشريعة والدراسات، 2008/4/5.
- فقيه ويب (2022). *التخارج في الفقه الاسلامي مقارنة بالقانون المدني*. 10 11. 2022. <http://www.feqhweb.com/vb/t18412.html>. (تاريخ الوصول 2023/6/7).
- وزارة الأوقاف والشؤون الاسلامية، دولة الكويت، الموسوعة الفقهية، الجزء الحادي عشر، تخارج- تسوية، ط2، 1988.
- قانون الاحوال الشخصية (2010). عمان: الجريدة الرسمية، 2010/9/26.
- القانون المدني الاردني. الجريدة الرسمية، عمان، 1976.
- قانون الموارث (1943). القاهرة، 1943/10/6.
- قانون رسوم تسجيل الاراضي (1958). المجلد 1385. عمان: الجريدة الرسمية، 1958/6/1. 549.
- القدومي، مروان (201). *الصاحب بطريق التخارج في الميراث*. مجلة جامعة النجاح للعلوم الانسانية، 2010/9/1، الإصدار 24.
- قرار بقانون رسوم تسجيل وانتقال الاراضي (2012). المجلد 6. رام الله: الوقائع الفلسطينية، 2012/1/3.
- قنبيي، موسى حمادة (2013). *الميراث في الشريعة الاسلامية*. المجلد الطبعة الخامسة. بغداد: المطبعة المركزية دائرة المكتبة دائرة المكتبة الوطنية.
- الوسيط في شرح قانون الاوال الشخصية الجديد الولاية والوصاية وشؤون القاصرين والارث والتخارج (2012). المجلد الطبعة الاولى. عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع.

البصيرة المعرفية والكفاءة الذاتية لدى طلبة الجامعة (دراسة مقارنة)

م. د لبنى هاشم لطفي

كلية التربية للعلوم الانسانية / قسم العلوم التربوية والنفسية

ملخص البحث

يهدف البحث التعرف على البصيرة المعرفية لدى طلبة جامعة الموصل. الفروق في مستوى البصيرة المعرفية لدى طلبة الجامعة وفقاً للمتغيرات (الجنس (ذكور- إناث)، التخصص (علمي- انساني)، الصف الدراسي (ثاني- رابع)). كذلك التعرف على الكفاءة الذاتية لدى طلبة الجامعة. الفروق في مستوى الكفاءة الذاتية لدى طلبة الجامعة وفقاً للمتغيرات (الجنس (ذكور- إناث)، التخصص (علمي- انساني)، الصف الدراسي (ثاني- رابع)). بلغت عينة البحث 400 طالب وطالبة في جامعة الموصل ولتحقيق اهداف البحث قامت الباحثة ببناء مقياس البصيرة المعرفية المتكون من (22) فقرة ذات بدائل خماسية. واعتمدت على مقياس الكفاءة الذاتية (سليمان. 2021) والمتكون من (45) فقرة. وبعد استخراج الخصائص السيكومترية (القوة التمييزية، الصدق البنائي، الصدق الظاهري، الثبات، معامل ارتباط بيرسون، الاختبار الثاني لعينة واحدة، الاختبار الثاني لعينتين مستقلتين). وبعد معالجة البيانات باستخدام برنامج الحقيبة الاحصائية Spss ظهرت النتائج (طلبة الجامعة يقعون في المستوى المتوسط من البصيرة المعرفية. يوجد فرق دال احصائياً بين متوسطات البصيرة المعرفية وفقاً لمتغير الجنس ولصالح الذكور لا يوجد فرق دال احصائياً بين متوسطات البصيرة المعرفية وفقاً للتخصص (علمي- انساني). يقع طلبة الجامعة في المستوى العالي من الكفاءة الذاتية. لا يوجد فرق دال احصائياً في متغير الكفاءة الذاتية وفقاً للمتغيرات (الجنس، التخصص، الصف الدراسي). ووفقاً لهذه النتائج وضعت الباحثة بعض التوصيات والمقترحات كما في الفصل الخامس. الكلمات المفتاحية : البصيرة المعرفية - الكفاءة الذاتية - طلبة الجامعة- دراسة مقارنة

Cognitive Insight and Self-Efficacy Among University Students

- A Comparative Study –

Assist. Dr. Lubna Hashim Lutffi

College of Education for Human Sciences

Department of Educational and Psychological Sciences

Abstract

The current research aims to identify the cognitive insight among Mosul University students, the differences in the level of cognitive insight of university students according to the variables gender (male-female), specialisation (scientific-human), academic year (second-fourth), as well as the self-efficacy of university students, the differences in the level of self-efficacy of university students according to the variables (gender (male-female), specialisation (scientific-human), academic year (second-fourth)). The sample of the research reached (400) male and female students at Mosul University. To achieve the objectives of the research, the researcher built a cognitive insight scale consisting of (22) items with five alternative answers and relied on the self-efficacy scale (Suleiman, 2021) consisting of (45) items after extracting the psychometric properties (discriminatory power, structural validity, face validity, stability, Pearson correlation coefficient, second test for one sample, second test for two independent samples). After processing the data using the SPSS statistical package, the results appeared: university students are in the middle level of cognitive insight; there is a statistically significant difference between the means of cognitive insight according to the gender variable, and in favour of males, there is no statistically significant difference between the means of cognitive insight according to the specialisation (scientific-human). University students have a high level of self-efficacy; there is no statistically significant difference in the variable of self-efficacy according to the variables (gender, specialisation, academic year). According to these results, the researcher put some recommendations and proposals in the chapter five.

Keywords: Cognitive insight, self-efficacy, University students, a comparative study.

مشكلة البحث

يواجه الطالب الجامعي في الحياة العديد من المواقف والمشكلات التي تحتاج تفكير بعمق وقد ينفق وقت طويل لحلها وقد يصعب عليه التوصل الى الحل الصحيح وهذه الحالة ليست نادرة وانما موجودة لدى جميع الافراد. وبالتالي مفهوم البصيرة مفهوم معقد الى حد ما على المستوى النظري لأنه يتطلب من الفرد اعادة هيكلة المشكلة لغرض حلها والتي تبدأ بعدة محاولات لتمثيلها وحلها من خلال التعديل والعمل على تغيير الموقف او المشكلة وهنا يستخدم الفرد مختلف المهارات المعرفية.

يرى هاردي Hardy, 2004 ان الافراد الذي يعانون من ضعف البصيرة المعرفية يصعب عليهم ادراك الموقف الذي يواجههم بالتالي يصعب عليهم تكوين العلاقة بين ما يمتلكونه من افكار سابقة وبين متطلبات الموقف (Hardy, 2004: 69).

ان العديد من الطلبة لديهم كفاءة ذاتية منخفضة وضعف في اتخاذ القرارات وتحديد الاهداف الخاصة التي كان من الممكن الحصول عليها في جو يميل نوعاً ما الى الحرية الشخصية للفرد (الجبوري 2013: 3).

من خلال ما ذكر اعلاه شعرت الباحثة بضرورة اجراء دراسة على طلبة الجامعة من النوع المقارن بين متغيري البصيرة المعرفية والكفاءة الذاتية.

اهمية البحث

تأتي اهمية الطالب الجامعي في المجتمع من حيث فاعلية التأثير الذي يقوم به لأنه في مرحلة عمرية وعقلية ونفسية يكون مؤثراً فيها وفي المحيط الذي يعيش فيه ويتعامل معه بصورة اعلى مما هو عليه في المراحل الدراسية الادنى من المرحلة الجامعية فهو يمثل احد اعمدة المستقبل والامل المنشود لتحقيق تطلعات ابناء المجتمع نحو التطور والرقي والمساهمة في مسيرة الحضارة الانسانية (الحسناوي 2012: 2).

البصيرة المعرفية تساعد الفرد على الفحص الدقيق لأبعاد المشكلات التي يتعرض لها في تعامله اليومي في مواقف الحياة المتنوعة وممارسة مستويات التفكير المختلفة في محاولة الوصول الى حل ملائم لها (احمد، 2018: 152).

تعكس البصيرة المعرفية قدرة الفرد على تقويم افكاره ومشاعره الذاتية بالإضافة الى فهمه لأفكار ومشاعر الآخرين بوضوح وبهذا تعبر عن ما وراء المعرفة لعملية التغيير الهادفة والموجهة (Grant, 2002: 821).

ان الافراد الذين يستطيعون عمل روابط شخصية بين خبراتهم والمعلومات التي يكتسبونها فسوف يصلون الى درجة اعلى من الفهم والاستيعاب. وبذلك تعتبر البصيرة المعرفية احد اهم المهارات العقلية التي تساعد الفرد على الادارة الناجحة للعمليات العقلية والخبرات السابقة معاً. (Agouridas & Rece, 2007: 63).

ان التدريب الناجح يسهم في تحسين قدرة الفرد على البصيرة المعرفية وزيادة القدرة على الابتكار والتركيز (احمد، 2018: 142).

البصيرة المعرفية مفهوم متعدد الاستخدامات اذ شهد العديد من التغيرات خلال القرن الماضي ولكن المهم هو شعور الفرد عندما يجد حلاً لمشكلة ما بالإضافة الى ذلك تعني قدرة الفرد على ابعاد ذاته عن المعتقدات الخاطئة واجراء تصحيح لتفسيراته باستخدام التغذية الراجعة الخارجية من قبل الآخرين اذ عندما يكون الفرد اكثر تأملاً للذات يكون قادراً بشكل افضل عن النظر في وجهات النظر المختلفة وكذلك تقييمه للفرصيات البديلة من اجل التوصل الى النتيجة. وعندما يكون الفرد شديد اليقين بنفسه فإنه يقتنع بشكل مفرط بدقة معتقداته لأنه لا يتضمن احكاماً حول التحديات النفسية ولكنه يشمل الوعي بالعمليات بالإضافة الى القدرة على تقييم قيود عمليات التفكير واساليبه (Livan & Other, 2017: 12).

ان البصيرة المعرفية تحدث عندما ينتج ارتباط غير نمطي تم تشكيله من خلال اعادة التركيب العشوائي او البحث الموجه. اقتصاراً في شبكة التمثيل للفرد. ويؤدي الى انخفاض سريع في طول المسار ويعيد توجيه فهم الفرد للعلاقات داخل وبين التمثيلات المتأثرة ويمكن ان يؤدي الى سلسلة من الاتصالات الاخرى (Runco, 2004: 22).

اشارت دراسة (Nier, 2014) عن وجود علاقة بين البصيرة المعرفية ومعدل الذكاء. مما يشير الى انه قد يعتمد على الاداء الادراكي ذي المستوى الاعلى. كذلك اشار ابريدمير (Bredemeier, 2015) ان البصيرة المعرفية المنخفضة تسبق تضائل الاداء الادراكي العصبي وبالمثل فان البصيرة المعرفية المرتفعة سبقت تحسن الاداء الادراكي العصبي (K.C., 2015: 37).

تعد الكفاءة الذاتية من العوامل المهمة التي تلعب دوراً كبيراً في خفض درجة التوتر والقلق لدى الفرد. فالأفراد الذين يمتلكون الكفاءة في عدة مجالات تكون قدرتهم على مواجهة تحديات الحياة والفضل اكثر فاعلية وبالتالي فإن ارتفاع مستوى الكفاءة الذاتية يؤدي الى الشعور بتقديرات الذات والشعور بالتكيف النفسي. ويشير باندورا Bandura 1999 بأن الكفاءة الذاتية من المتغيرات الزمنية الهامة التي تؤثر على سلوك الفرد بقدراته وامكانياته يساعد على تحقيق تلك الاهداف والتحكم في الظروف المحيطة به مما يساعده على تطوير ادائه. (الشوا. 2016: 1552).

تشير الكفاءة الذاتية الى ايمان الفرد بقدراته على تنفيذ السلوكيات اللازمة لإنتاج انجازات اداء محدد وتعكس الكفاءة الذاتية الثقة في القدرة على ممارسة السيطرة على دوافع الفرد وسلوكه وبيئته الاجتماعية. تؤثر هذه التقييمات الذاتية المعرفية على جميع انواع الخبرات البشرية بما في ذلك الاهداف التي يسعى الناس من اجلها. كمية الطاقة المنفقة نحو تحديد الهدف او احتمال الوصول الى مستويات معينة من الاداء السلوكي على عكس التركيبات النفسية التقليدية. يفترض ان معتقدات الكفاءة الذاتية تختلف اعتماداً على مجال الاداء والظروف المحيطة بحدوث السلوك (Forsyth, 2009: 15).

كشفت دراسة (Pajares, 1996) الى ان معتقدات الكفاءة الذاتية تمثل عاملاً للتبؤ بالانجاز الدراسي. ذلك ان معتقدات الطلاب عن كفاءتهم تؤثر بشكل مباشر على الجهد الذي يبذلونه لتحقيق اهدافهم واصرارهم ومثابرتهم على الاستمرارية فيه وهذا ما يؤثر على الانجاز الدراسي كما بين (Bladwinetal, 1999). وجود علاقة بين معتقدات الكفاءة الذاتية والانجاز الاكاديمي لدى طلبة الجامعة. (بوطبال. 2015، 44). تعد الكفاءة الذاتية من البناءات النظرية التي تقوم على نظرية التعلم الاجتماعي المعرفي لباندورا والتي باتت تحظى في السنوات الاخيرة بأهمية متزايدة في مجال علم نفس الصحة لا ساهما كعامل وسيط في تعديل السلوك. (كجوان. 2016، 313).

وصف باندورا Bandura 1997 ذوي الكفاءة الذاتية المرتفعة بانهم على قدر عال من الثقة بالنفس. يتحملون المسؤولية. لديهم طاقة عالية لانجاز المهام المكلفين بها اما ذوي الكفاءة الذاتية المنخفضة يتصفون بالشك بذواتهم لا يتحملون المسؤولية. يعززون فشلهم الى الظروف المحيطة اما خصائص ذوي الكفاءة المتوسطة يثقون بانفسهم بدرجات متباينة وغير ثابتة ويتأثرون بخبرات النجاح والفشل بشكل مباشر ولديهم نوع قريب من الاهداف المحددة والتي قد لا تكون واضحة في بعض الاحيان (علي. 2018، 4).

تتميز الكفاءة الذاتية بانها مستقبلية ومحددة (لقدرات معينة لدى الشخص) ودائماً ما تكون مرتبطة بعمل معين. تجمع الكفاءة الذاتية بين مستوى التحصيل والاعتقاد بأنه سيتم الوصول الى النتيجة المرجوة. ويتطلب عبئ العمل الثقيل للطلاب معتقدات قوية حول الكفاءة الذاتية لتحقيق الجهد المستمر للوصول الى النتائج (Gerdamariey, 2013: 2-6).

الاهمية النظرية للبحث

1. تستمد اهمية هذه الدراسة من خلال اهمية متغيري البصيرة المعرفية والكفاءة الذاتية ودور المتغيرين في مساعدة الطالب لحل المشكلات التي يواجهها. تحقيق الاهداف الشخصية والتحكم بظروفه مما يساعد على تطوير ادائه.
2. البصيرة المعرفية متغير مهم يساعد الطالب على تقويم افكاره ومشاعره كذلك فهمه لأفكار ومشاعر الآخرين.
3. الكفاءة الذاتية تشير الى ايمان الطالب بقدرته على تنفيذ السلوكيات اللازمة لإنتاج انجازات الاعمال المناطة بالطالب.
4. عدم وجود دراسة مقارنة للبصيرة المعرفية والكفاءة الذاتية.

الاهمية التطبيقية

- 1- بناء مقياس البصيرة المعرفية لدى طلبة الجامعة.
- 2- اجراء مقارنة بين الطلبة وفقاً لمتغيرات (الجنس-الصف الدراسي- التخصص العلمي) في متغيري البصيرة المعرفية والكفاءة الذاتية.

اهداف البحث

يهدف البحث التعرف الى

1. البصيرة المعرفية لدى طلبة الجامعة.
2. الفروقات في مستوى البصيرة المعرفية لدى طلبة الجامعة وفقاً لـ:
 - أ. الجنس (ذكور-اناث)
 - ب. التخصص (علمي-انساني)
 - ج. الصف الدراسي (ثاني-رابع)
3. الكفاءة الذاتية لدى طلبة الجامعة.
4. الفروق في مستوى الكفاءة الذاتية لدى طلبة الجامعة وفقاً لـ:

أ. الجنس (ذكور-إناث)

ب. التخصص (علمي-إنساني)

ج. الصف الدراسي (ثاني-رابع)

حدود البحث

1. الحدود البشرية: يقتصر البحث على طلبة جامعة الموصل.
2. الحدود المكانية: يقتصر البحث على الكليات الحكومية للدراسة الصباحية.
3. الحدود الزمانية: في جامعة الموصل العام الدراسي (2022-2023).
4. الحدود المعرفية: متغيري البصيرة المعرفية / الكفاءة الذاتية.

تحديد المصطلحات

أولاً: البصيرة المعرفية

عرفها كل من:

1. بيك 2004, Beck

"مرونة الشخص في تقييم الافكار والمعتقدات" (العبادي, 2019, 14).

2. فان كمب (2007, Van camp)

"القدرة على اعادة تقييم الافكار والمعتقدات من اجل التوصل الى استنتاجات

مدروسة. (العبادي, 2019, 15).

التعريف النظري للباحثة

"هي القدرة على تقييم وتصحيح الافكار والمعتقدات والتفسيرات الخاطئة ودمج

المعلومات الجديدة في عمليات التفكير الخاصة بالفرد وهذه التقييمات تكون بمستوى عال

من العمليات المعرفية"

التعريف الاجرائي للبصيرة المعرفية

"هي الدرجة الكلية التي يحصل عليها الطالب المستجيب من خلال اجابته على

فقرات مقياس البصيرة المعرفية الذي اعد لهذا الغرض".

ثانياً: الكفاءة الذاتية

عرفها كل من:

1. ابو جاموس وقطاوي 2015

"انها مجموعة التقديرات التي يكونها الفرد عن جوانب شخصيته العقلية والزمنية والادائية والاجتماعية والجسمية والتي يعبر عنها في المواقف الجديدة والتي تتطلب منه تحقيق انواع واضحة من الاداء بكفاءة واقتدار (علي. 2018، 3).

2. واردة. 2019

"هي معتقدات يمتلكها الفرد حول قدرته على مواجهة المواقف الضاغطة وحل مشكلات وانجاز اهدافه بشكل ناجح وتتمثل بثقة الطالب في امتلاكه امكانيات وقدرات تساعده على اداء سلوك معين للوصول الى تحقيق هدف معين (سليمان. 2021، 10).

التعريف النظري

تبنّت الباحثة التعريف النظري (سليمان. 2021)

التعريف الاجرائي

هي الدرجة الكلية التي يحصل عليها الطالب من خلال اجابته على فقرات مقياس الكفاءة الذاتية الذي اعد لهذا الغرض.

الدراسات السابقة

على حد علم الباحثة لم تجد دراسة سابقة تتطابق مع الدراسة الحالية (مقارنة). وجدت دراسات عن المتغيرات البصيرة المعرفية / الكفاءة الذاتية كدراسات علانقية مع متغيرات اخرى.

اولاً- الدراسة التي تناولت البصيرة المعرفية

دراسة العبادي (2019)

"البصيرة المعرفية وما وراء المزاج وعلاقتها بالمناعة النفسية لدى طلبة الجامعة" هدفت الدراسة الكشف على العلاقة بين البصيرة المعرفية وما وراء المزاج وعلاقتها بالمناعة النفسية لدى طلبة الجامعة. ولتحقيق اهداف البحث قامت الباحثة

بناء مقياس البصيرة المعرفية بالاعتماد على نموذج بيك (Beck, 2004). وتعريفه للبصيرة المعرفية. وقد تحققت الباحثة من الخصائص السايكومترية للمقياس وتكون المقياس بصورته النهائية من (30) فقرة. بلغت العينة (400) طالب وطالبة من جامعة ديالى. بعد معالجة البيانات باستخدام برنامج الحقيبة الاحصائية Spss تم التوصل الى النتائج. يتمتع طلبة الجامعة بالبصيرة المعرفية. لا توجد فروق ذات دلالة احصائية على مقياس البصيرة المعرفية تبعاً لمتغيري الجنس (ذكر انثى). والتخصص (انساني. علمي). وهناك علاقة ارتباطية ايجابية طردية بين البصيرة المعرفية وما وراء المزاج هناك علاقة ايجابية ارتباطية بين البصيرة المعرفية والمناعة النفسية.

ثانياً- الدراسات التي تناولت الكفاءة الذاتية

1. دراسة كجوان (2016)

"الكفاءة الذاتية وعلاقتها بالمساندة الاجتماعية لدى طلبة الجامعة"

هدف البحث التعرف الى الكفاءة الذاتية وعلاقتها بالمساندة الاجتماعية وفقاً لمتغير الجنس (ذكور. اناث). اذ بلغت العينة (100) طالب وطالبة. بواقع (50) طالب و(50) طالبة من طلبة جامعة تكريت / اداة البحث مقياس الكفاءة الذاتية المعد من قبل (الجبوري. 2013) المكون من (50) فقرة ومقياس المساندة الاجتماعية المعد من قبل (موسى. 2015) والمكون من (33) فقرة. وباستخدام برنامج الحقيبة الاحصائية Spss اظهرت النتائج ان طلبة الجامعة لديهم كفاءة ذاتية ولديهم مستوى جيد من المساندة الاجتماعية.

2. دراسة (سليمان. 2021)

"الكفاءة الذاتية وعلاقتها بأساليب مواجهة الضغوط النفسية لدى طلبة جامعة الموصل"

هدف البحث الى بناء مقياس الكفاءة الذاتية واساليب الضغوط النفسية لدى طلبة جامعة الموصل / التعرف الى مستوى الكفاءة الذاتية لدى طلبة الجامعة / التعرف الى الفروق في مستوى الكفاءة الذاتية لدى طلبة جامعة الموصل تبعاً لمتغيرات

(الجنس/التخصص/الصف الدراسي). تألفت عينة البحث من (700) طالب وطالبة في جامعة الموصل / عدد فقرات المقياس 45 فقرة / اظهرت النتائج بعد استخدام برنامج الحقيبة الاحصائية Spss / الطلبة يتمتعون بمستوى جيد من الكفاءة الذاتية / لا يوجد فروق دالة احصائية في مستوى الكفاءة الذاتية تبعاً لمتغير الجنس والصف الدراسي / لا يوجد فروق دالة احصائية في مستوى الكفاءة الذاتية ولصالح طلبة التخصص الانساني.

الافادة من الدراسات السابقة

الدراسات السابقة افادت الباحثة بـ التعرف الى (المنهجية. المقاييس. العينة. الوسائل الاحصائية المستخدمة. كذلك النتائج التي توصلت اليها الدراسات لمقارنتها مع نتائج الدراسة الحالية).

اجراءات البحث

يتضمن الفصل عرضاً للإجراءات التي تتمثل بوصف (المجتمع/ العينة/الادوات / الصدق/ الثبات/ الوسائل الاحصائية).

اولاً: مجتمع البحث

يتألف مجتمع البحث من طلبة جامعة الموصل للعام الدراسي (2022-2023) اذ بلغ عددهم (42235) بواقع (20453) طالباً و(21782) طالبة موزعين على جميع كليات جامعة الموصل.

ثانياً: عينات البحث

العينة هي جزء من المجتمع الذي تجري عليه الدراسة. يختارها الباحث لإجراء دراسته عليها وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً (العزاوي. 2008: 161).

1. العينة الاستطلاعية

تم اختيار عينة استطلاعية مكونة من (30) طالب وطالبة من كلية التربية للعلوم الانسانية.

2. عينة التحليل الاحصائي

تكونت عينة التحليل الاحصائي من (150) طالب وطالبة خارج العينة الاساسية موزعين على بعض الكليات في جامعة الموصل.

3. العينة الاساسية

تم اخذ عينة عشوائية طبقية غير متساوية بلغ عددها (400) طالب وطالبة من طلبة بعض كليات جامعة الموصل والجدول (1) يبين ذلك.

جدول (1) يبين عينة البحث

المجموع	الرابع		الثاني		الكلية	
	اناث	ذكور	اناث	ذكور	القسم	
100	20	15	38	27	اللغة الانكليزية	التربية للعلوم
100	26	29	25	20	العلوم التربوية والنفسية	الانسانية
50	12	10	16	12	علم الاجتماع	الآداب
50	13	12	14	11	علوم الحياة	التربية للعلوم الصرفة
50	7	13	12	18	الكهرباء	الهندسة
50	10	10	17	13	الرياضيات	علوم الحاسوب والرياضيات
400	88	89	122	101	المجموع	

ثالثاً: اداتا البحث

اولاً: مقياس البصيرة المعرفية

1. وصف المقياس

قامت الباحثة ببناء مقياس البصيرة المعرفية بعد الاطلاع على الادبيات السابقة ذات العلاقة بالبصيرة المعرفية وبلغ عدد فقرات المقياس (30) فقرة موزعة على مجالي المقياس. الانعكاس الذاتي (16) فقرة واليقين الذاتي (14) فقرة.

2- صدق المقياس

أ. الصدق الظاهري

يقصد به الدرجة التي يقيس بها المقياس ما يفترض قياسه وبعد اجراء اولي

لاختبار المقياس (الضامن، 2007، 113). قامت الباحثة بعرض المقياس بصيغته الاولى

ملحق (1) على مجموعة من المحكمين والخبراء والبالغ عددهم (10)⁽¹⁾ خبراء في مجال العلوم التربوية والنفسية. اذ تم حذف 4 فقرات من المقياس بحسب توجيهات الخبراء وبالتالي بلغ عدد فقرات المقياس بصيغته النهائية (26) فقرة.

• حساب القوة التمييزية لفقرات المقياس

معامل تمييز الفقرة من الصفات العامة في تحليل الفقرات فتمييز الفقرة يساعد في تحديد قدرتها على التمييز بين الافراد ذوي الدرجات المتدنية والافراد ذوي الدرجات العالية الحاصلين عليها في الاجابة على الاختبار او المقياس (النبهان، 2013: 235).
 وتعرض حساب القوة التمييزية للفقرات قامت الباحثة باختيار عينة مكونة من (150) طالب وطالبة خارج العينة الاساسية وتم تطبيق المقياس عليهم وتصحيحه ثم قامت الباحثة بترتيب الاستمارات حسب الدرجات التي حصل عليها الطلبة تنازلياً واخذت (27% عليا) من الدرجات وبلغ عدد الطلبة (41). ثم اخذت (27% دنيا) من الدرجات وبلغ عدد الطلبة (41).

⁽¹⁾ الخبراء:

1. أ. د اسامة حامد/علم النفس التربوي - كلية التربية للعلوم الانسانية/جامعة الموصل.
2. أ. د فضيلة عرفان/علم النفس التربوي - كلية التربية للعلوم الانسانية/جامعة الموصل.
3. أ. د ندى فتاح/علم النفس التربوي - كلية التربية للعلوم الانسانية/جامعة الموصل.
4. أ. د ا حمد يونس/علم النفس التربوي - كلية التربية للعلوم الانسانية/جامعة الموصل.
5. أ. م. د علي سليمان/علم النفس التربوي - كلية التربية للعلوم الانسانية/جامعة الموصل.
6. أ. م. د ياسر نظام الدين/علم النفس التربوي - كلية التربية للعلوم الانسانية/جامعة الموصل.
7. أ. م. د سري غانم/علم النفس التربوي - كلية التربية للعلوم الانسانية/جامعة الموصل.
8. أ. م. د رائد يونس/علم النفس التربوي - كلية التربية للعلوم الانسانية/جامعة الموصل.
9. م. د تمارا محمد عزيز/علم النفس التربوي - كلية التربية للعلوم الانسانية/جامعة الموصل.
10. م. د انوار غانم/علم النفس التربوي - كلية التربية للعلوم الانسانية/جامعة الموصل.

استخدمت الباحثة الاختبار الثاني لعينتين مستقلتين (T-test) لمعرفة دلالة الفرق بين متوسطي المجموعتين العليا والدنيا واعطت النتائج بأن (4 فقرات تحذف وهي (15/5/3/1) قيمتها التائية المحسوبة اقل من القيمة التائية الجدولية (1,96) بدرجة حرية (80) عند مستوى دلالة 0,5% وبالتالي تم حذفها واصبح عدد فقرات المقياس (22) فقرة ملحق (2).

الجدول (2) القوة التمييزية باستخدام الاختبار التالي لعينتين مستقلتين لفقرات مقياس

البصيرة

القيمة التائية المحسوبة	المجموعة الدنيا (41) طالب وطالبة		المجموعة العليا (41) طالب وطالبة		رقم الفقرة
	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	
0,266	1,25280	3,0732	1,21575	3,1463	1
3,4248	0,74248	2,7316	1,12021	3,4634	2
1,095	0,99878	3,0488	1,38942	3,1415	3
5,994	1,06782	2,9024	0,83374	4,1707	4
1,012	1,26395	3,0488	1,35296	3,3415	5
5,459	0,96145	3,0244	0,98029	4,1951	6
4,840	1,07749	3,1951	0,82195	4,2195	7
7,379	1,02172	3,3902	0,51205	4,7073	8
5,644	1,00971	3,0732	0,98588	4,3171	9
3,395	1,04415	3,6024	0,67264	4,5610	10
7,511	1,08369	2,9756	0,80774	4,5610	11
4,914	0,99939	3,4146	0,7336	4,3659	12
5,186	0,86673	2,7317	0,96209	3,7805	13
2,184	1,13589	2,9024	1,28689	3,4878	14
0,651	1,01272	3,7805	1,33937	3,6098	15
5,849	0,87722	2,9268	0,82121	4,0244	16
4,935	0,99020	3,3415	0,78864	4,3171	17
3,563	0,80244	3,6098	0,92854	4,2027	18
3,662	0,93378	3,3171	0,99511	4,0976	19
5,420	0,94740	3,0488	0,84247	4,1220	20
6,951	0,94223	2,6341	0,93248	4,0732	21
7,161	0,82492	2,6585	0,95891	4,0732	22
3,913	1,08369	3,0244	0,94353	3,9024	23
6,320	1,05113	3,4634	0,49386	4,6098	24
6,723	1,03535	3,3171	0,66626	4,6098	25
5,634	0,98092	3,2927	0,77065	4,3902	26

ب صدق البناء

هو الدرجة التي يعمل المقياس على قياس خاصية او سمة صمم اساساً لقياسها ويرتبط بناء ادوات تتحقق من وجود سمة او قدرة وقياسها بدقة (النبهان، 2004: 294).

يستخرج صدق البناء بعدة اساليب:

أ. اسلوب ارتباط درجة الفقرة بالدرجة الكلية للمقياس.

اظهرت المعالجة الاحصائية بعد استعمال البرنامج الاحصائي Spss ان معاملات ارتباط بيرسون لجميع الفقرات ذات دلالة احصائية عند مستوى 0,05 و 0,01 والجدول رقم (3) يبين ذلك.

جدول رقم (3) معاملات ارتباط درجة الفقرة بالدرجة الكلية (المقياس لقياس البصيرة المعرفية)

معامل الارتباط	الفقرة	معامل الارتباط	الفقرة	معامل الارتباط	الفقرة	معامل الارتباط	الفقرة	معامل الارتباط	الفقرة
0,446**	21	0,388**	16	0,509	11	0,307**	6	0,358**	1
0,340**	22	0,418**	17	0,313*	12	0,414**	7	0,260**	2
		0,269**	18	0,522**	13	0,418**	8	0,218*	3
		0,297**	19	0,584**	14	0,387*	9	0,275*	4
		0,344	20	0,522**	15	0,342*	10	0,329**	5

ب. اسلوب ارتباط درجة الفقرة بالمجال الذي تنتمي اليه

وجدت الباحثة العلاقة الارتباطية بين درجة الفقرة ودرجة المجال الذي تنتمي اليه. واطهرت المعالجة الاحصائية باستخدام البرنامج الاحصائي (Spss) ان معاملات ارتباط بيرسون لجميع الفقرات ذات دلالة احصائية عند مستوى (0,05) و(0,01) والجدول (4) يبين ذلك.

الجدول (4) معاملات ارتباط درجات الفقرات بالمجال الذي تنتمي اليه

فقرة	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
مجال	0,310	0,377	0,438	0,310	0,346	0,362	0,457	0,377	0,438	0,335	0,313
	0,459	0,413	0,324	0,354	0,426	0,579	0,480	0,465	0,326	0,317	0,332

وبهذا يمكن القول بان المقياس يتمتع بصدق بناء دال احصائياً.

3. الثبات

يعد الثبات من الخصائص المهمة للمقياس النفسي مع اعتبار تقدم الصدق على الثبات. لأن المقياس الصادق يعد ثابتاً، فيما قد لا يكون المقياس الثابت صادقاً. ويمكن القول بأن كل اختبار صادق هو ثابت بالضرورة. (الإمام والآخرين، 1990، 143)

ونفرض ايجاد معامل الثبات قامت الباحثة باستخدام طريقتين

أ. طريقة الاختبار-اعادة الاختبار

يقصد بها اعادة تطبيق المقياس مرة اخرى على المفحوصين انفسهم بعدة فترة زمنية ملائمة. ثم تحسب بعد ذلك معامل الارتباط بين الدرجات التي حصل عليها المفحوصين في المرة الاولى والثانية ويسمى معامل الارتباط المستخرج بهذه الطريقة بمعامل الاستقرار. اي استقرار نتائج المقياس خلال الفترة بين التطبيقين للمقياس (الريمادي، 2017، 127).

تم تطبيق المقياس على عينة من الطلبة يبلغ عددها (40) طالب وطالبة خارج العينة الاساسية وبعد مرور 15 يوم تم اعادة تطبيق المقياس على العينة ومن ثم تم حساب معامل ارتباط بيرسون لمعرفة درجة ثبات المقياس. اذ بلغت قيمة معامل الارتباط (0,82) مما يدل على ان المقياس يتمتع بثبات جيد.

ب. طريقة التجزئة النصفية

تعد طريقة التجزئة النصفية في حساب الثبات من الطرق الشائعة الاستعمال في المقاييس النفسية. لأن معامل الثبات المستخرج بهذه الطريقة يبين مدى الاتساق الداخلي بين فقرات الخاصية المراد قياسها (الظاهر، 2002، 143-145).

ولإيجاد الثبات بهذه الطريقة تم سحب 20 استمارة بعد استبعاد الفقرة غير المميزة اذ يبلغ عدد فقرات المقياس 22 فقرة وتم تجزئتها الى نصفين. النصف الاول ضم الفقرات الفردية والنصف الثاني ضم الفقرات الزوجية وتم حساب الارتباط بين درجات

النصفين اذ بلغ (0,83) وعند تصحيحه بمعادلة (سبيرمان براون) بلغ (0,91) ويعد معامل الثبات الذي تم الحصول عليه مؤشراً جيداً لثبات المقياس.

4. تطبيق المقياس

بعد الانتهاء من بناء المقياس واستكمال الخصائص السايكومترية قامت الباحثة بتطبيق المقياس (ملحق 2) على عينة البحث الاساسية البالغ عددها 400 طالب وطالبة وخلال فترة (2023/3/20 الى 2023/3/29).

5. تصحيح المقياس

يتضمن مقياس البصيرة المعرفية بصيغته النهائية (22) فقرة وامام الفقرات بدائل هي تنطبق علي بدرجة (كبيرة جداً، كبيرة، متوسطة، قليلة، قليلة جداً) وكانت الاوزان (1, 2, 3, 4, 5) للفقرات الايجابية والعكس للفقرات السلبية. الدرجة العليا للمقياس (110) والصغرى (22) والوسط الفرضي (66).

المستوى العالي لدرجات المقياس 110-88

المستوى المتوسط لدرجات المقياس 88-44

المستوى الادنى لدرجات المقياس 44-22

ثانياً: الكفاءة الذاتية

1. وصف المقياس

اعتمدت الطالبة مقياس الكفاءة الذاتية المعد من قبل (سليمان، 2022). والذي يتكون من (45) فقرة موزعة على (5) مجالات (الانفعالي، الاصرار والمثابرة، الاجتماعي، الثقة بالذات، المجال المعرفي الاكاديمي). ينظر ملحق (3).

2. صدق المقياس

❖ الصدق الظاهري

عرضت الباحثة مقياس الكفاءة الذاتية على مجموعة من المحكمين وذوي الاختصاص والذين تم ذكرهم سابقاً، وعددهم (10) لأجل التأكد من صدق المقياس اذ

بلغت نسبة الاتفاق 100% وقبلت جميع الفقرات كما هي دون تعديل. وبهذا عد المقياس صادقاً.

3. ثبات المقياس

بعد استخراج الصدق الظاهري قامت الباحثة باستخراج الثبات بطريقة (الاختبار-اعادة الاختبار) وبلغ الثبات (0,87) درجة ويعد الثبات جيداً.

4. تطبيق المقياس

قامت الباحثة بتطبيق مقياس الكفاءة الذاتية (ملحق 2) على العينة البالغة 400 طالب وطالبة في جامعة الموصل خلال الفترة الزمنية (2023/3/20 الى 2023/3/29).

5. تصحيح المقياس

قامت الباحثة بتطبيق مقياس الكفاءة الذاتية المكون من (45) فقرة وامام كل فقرة 5 بدائل وهي تنطبق (بدرجة كبيرة جداً، بدرجة كبيرة، بدرجة متوسطة، بدرجة قليلة، بدرجة قليلة جداً). اذ بلغت اعلى درجة للمقياس (225). وادنى درجة (45). والوسط الفرضي (135) درجة.

تتوزع درجات المقياس على ثلاثة مستويات:

المستوى العالي يتراوح بين (140-245).

المستوى المتوسط يتراوح بين (90-140).

المستوى الادنى يتراوح بين (45-90).

• الوسائل الاحصائية

1. النسبة المئوية لحساب نسبة الاتفاق على فقرات المقياسية.

$$\text{نسبة الاتفاق} = \frac{\text{عدد الخبراء الذين اتفقوا على الفقرة}}{\text{العدد الكلي للخبراء}} \times 100$$

2. معامل ارتباط بيرسون.

3. الاختبار التائي لعينة واحدة.

4. الاختبار التائي لعينتين مستقلتين.

عرض النتائج ومناقشتها

يتضمن الفصل عرض النتائج وفقاً لأهداف البحث ومناقشتها كما موضح ادناه. اذ تم استخدام برنامج الحقيبة الاحصائية للعلوم الاجتماعية (Spss).

1. نتائج الهدف الاول والذي ينص على:

بناء مقياس البصيرة المعرفية لدى طلبة الجامعة وتحقق هذا الهدف كما موضح في

الفصل الثالث.

2. قياس مستوى البصيرة المعرفية لدى طلبة الجامعة بشكل عام.

لأجل تحقيق هذا الهدف تم تطبيق مقياس البصيرة المعرفية على افراد العينة البالغة 400 طالب وطالبة. وباستخدام الاختبار التائي لعينة واحدة اظهرت النتائج ان الوسط الحسابي (83,292) درجة و بانحراف معياري (9,905) درجة وعند مقارنة الوسط الحسابي بالوسط الفرضي البالغ (66) درجة وجد ان القيمة التائية المحسوبة 34,914 وهي اكبر من الجدولية البالغة 1,96 عند مستوى دلالة (0,05) ودرجة حرية (399). ويشير ذلك الى وجود فروق ذات دلالة احصائية وهذا يعني ان طلبة الجامعة لديهم بصيرة معرفية بدرجة متوسطة والجدول (5) يبين ذلك.

الجدول (5) نتائج الاختبار التائي لعينة واحدة لقياس مستوى البصيرة المعرفية للعينة

الكلية.

مستوى دلالة 0,05	القيمة التائية		الانحراف المعياري	الوسط الفرضي	الوسط الحسابي	العدد
	جدولة	محسوبة				
يوجد فرق دال	1,96	34,914	9,905	66	83,202	400

وقد اتفقت هذه النتيجة مع دراسة (العبادي، 2019) والتي تشير الى ان طلبية الجامعة لديهم بصيرة معرفية وقدرة على مواجهة الموقف الصعبة التي يتعرضون لها. اذ يتمكنون من استخدام الاسلوب المناسب بعد ادراكهم وتقييمهم لهذه المواقف الصعبة والمشاكل وحلها بالاعتماد على الخزين من المعرفة والمعلومات القديمة.

3. التعرف على الفروق في مستوى البصيرة المعرفية وفقاً لـ:

أ. متغير الجنس (ذكور- اناث)

تم استخراج هذا الهدف باستخدام الاختبار التائي لعينتين مستقلتين اذا اظهرت النتيجة بأن المتوسط الحسابي للذكور هو (83,680) درجة وبانحراف معياري (9,591)، المتوسط الحسابي للإناث (81,62) درجة وبانحراف معياري (10,506)، وبلغت القيمة التائية المحسوبة (2,042) وهي اكبر من القيمة الجدولية (1,96)، وبدرجة حرية (398)، وجدول (6) يبين ذلك.

الجدول (6) نتائج الاختبار للفرق بين المتوسطات الحسابية لمستوى البصيرة

المعرفية وفقاً لمتغير الجنس (ذكور- اناث).

الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	القيمة التائية	مستوى الدلالة (0,05)
ذكور	190	83,689	9,591	2,04	يوجد فرق دال
اناث	210	81,628	10,506		

من خلال الجدول اعلاه يوجد فرق دال احصائياً ولصالح الذكور وهذه النتيجة قد تعود الى ان الذكور لديهم مجال واسع وفرص كثيرة في مخالطة المجتمع والآخريين سواء في مجال العمل او التنزه او السفر مما يجعلهم اكثر قدرة في مواجهة الصعاب والمشاكل التي تواجههم وجلبها بالاعتماد على المخزون المعرفي لديهم مقارنة بالإناث اذ يكون تخالطهم محدود ضمن الاقارب وداخل الجامعة بالتالي لا تكون لديهم معرفة سابقة في حل المشاكل التي تواجههم. اي نقص المخزون المعرفي.

ب. متغير الصف الدراسي (ثاني - رابع)

تم استخدام الاختبار التائي لعينتين مستقلتين وظهرت النتيجة المتوسط الحسابي لطلبة الصف الثاني هو (84.112) وبانحراف معياري (9,698) والمتوسط الحسابي لطلبة الصف الرابع (82,2599) وبانحراف معياري (10,093). بلغت القيمة التائية المحسوبة (1,86) وهي اقل من القيمة التائية الجدولية (1,96) وبدرجة حرية (398) والجدول (7) يبين ذلك.

الجدول (7) نتائج الاختبار التائي لعينتين مستقلتين للتعرف على الفروق في البصيرة

المعرفية وفقاً لمتغير الصف الدراسي (ثاني - رابع).

مستوى دلالة 0,05	القيمة التائية		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الصف الدراسي
	الجدولية	المحسوبة				
لا يوجد فرق دال	1,96	1,86	9,698	84,112	223	الثاني
			10,093	82,259	177	الرابع

يتضح من الجدول اعلاه لا يوجد فرق دال احصائياً بين طلبة الصف الثاني والرابع. وهذا قد يكون بسبب انه الصف الدراسي لا يؤثر على الطلبة في متغير البصيرة المعرفية.

ج. متغير التخصص (علمي - انساني)

تم تحقيق هذا الهدف باستخدام الاختبار التائي لعينتين مستقلتين وظهرت النتائج ان المتوسط الحسابي للتخصص العلمي بلغ (82,620) وبانحراف معياري (9,598) والمتوسط الحسابي للتخصص الانساني (83,636). القيمة التائية المحسوبة بلغت (0,997) وهي اقل من القيمة التائية الجدولية (1,96) وبدرجة حرية 398 والجدول (8) يبين ذلك.

الجدول (8) نتائج الاختبار التائي لعينتين مستقلتين للتعرف على الفروق في البصيرة المعرفية وفقاً لمتغير التخصص (علمي- انساني).

مستوى دلالة 0,05	القيمة التائية		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الصف الدراسي
	الجدولية	المحسوبة				
لا يوجد فرق دال	1,96	0,997	9,598	82,620	150	علمي
			10,030	83,636	250	انساني

يتضح من الجدول اعلاه القيمة التائية المحسوبة اقل من القيمة التائية الجدولية اي انه لا يوجد فرق دال معنوياً بين الطلبة وفقاً للتخصص (العلمي/الانساني) وهذا معناه ان المنهج الدراسي سواء علميا او انسانياً لا يؤثر على البصيرة المعرفية.

4. قياس مستوى الكفاءة الذاتية لدى طلبة الجامعة بشكل عام.

لأجل تحقيق هذا الهدف تم تطبيق مقياس الكفاءة الذاتية على افراد العينة البالغ (400) طالب وطالبة. وتم استخدام الاختبار التائي لعينة واحدة واظهرت النتائج ان الوسط الحسابي (167,025) درجة وبانحراف معياري (23,671). وعند مقارنة الوسط الحسابي بالوسط الفرضي بلغت القيمة التائية المحسوبة (27,058) بمستوى دلالة (0,05) ودرجة حرية (399) اي لا يوجد فرق دال معنوي ولصالح المتوسط الحسابي اي ان الطلبة يتمتعون بكفاءة ذاتية ضمن المستوى العالي والجدول (9) يبين ذلك.

الجدول (9) نتائج الاختبار التائي لعينة واحدة. لقياس الكفاءة الذاتية للعينة الكلية.

مستوى دلالة 0,05	القيمة التائية		الانحراف المعياري	الوسط الفرضي	المتوسط الحسابي	العدد
	الجدولية	المحسوبة				
يوجد فرق دال	1,96	27,058	23,671	135	167,025	400

وقد اتفقت نتيجة هذه الدراسة مع دراسة (سليمان. 2021) والتي تشير ان طلبه الجامعة يتمتعون بكفاءة ذاتية جيدة اي انهم على وعي كبير بما مطلوب منهم من امور دراسية وعملية... الخ. ولديهم دافعية كبيرة نحو انجاز مهامهم على افضل وجه. أ. التعرف على مستوى الكفاءة الذاتية وفقاً لمتغير الجنس (ذكور- اناث).

اظهرت النتائج بعد استخدام الاختبار التائي لعينتين مستقلتين ان الوسط الحسابي للذكور بلغ (168,766) وبانحراف معياري (23,544). والوسط الحسابي للإناث بلغ (166,076) وبانحراف معياري (23,0762). بلغت القيمة التائية المحسوبة (1,138) وبمقارنتها بالقيمة الجدولية البالغة (1,96) وبمستوى دلالة (0,05) اتضح انه لا يوجد فرق دال معنوياً في متغير الكفاءة الذاتية (ذكور- اناث) والجدول (10) يبين ذلك.

الجدول (10) نتائج الاختبار التائي لعينتين مستقلتين لإيجاد الفرق بين متوسطات

الكفاءة الذاتية وفقاً لمتغير الجنس (ذكور- اناث)

مستوى دلالة 0,05	القيمة التائية		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الجنس
	الجدولية	المحسوبة				
لا يوجد فرق دال	1,96	1,138	23,544	168,768	190	ذكور
			23,691	166,076	210	اناث

نلاحظ من الجدول اعلاه انه لا يوجد فرق دال احصائياً بين الذكور والاناث في متغير الكفاءة الذاتية اي انه الجنس ليس له علاقة بكفاءة الطالب. الذكور والاناث متساوون في الدافعية والهمة والنشاط العالي وكذلك الاتقان الجيد لكل مهام يكلفون بها وهذه النتيجة ايضاً جاءت مطابقة للنتيجة في دراسة (سليمان. 2021).

ب. متغير الصف الدراسي (الثاني- الرابع)

لغرض استخراج هذا الهدف تم استخدام الاختبار التائي لعينتين مستقلتين وتبين ان الوسط الحسابي لطلبة الصف الثاني (166,0629) وبانحراف معياري (24,303). والوسط الحسابي لطلبة الصف الرابع (168,237) والقيمة التائية المحسوبة بلغت (0,912) وهي اقل من القيمة الجدولية (1,96) بمستوى دلالة (0,05) ومعناه انه لا

يوجد فرق دال معنوياً بين متوسطات الطلبة (الثاني- الرابع) في متغير الكفاءة الذاتية والجدول (11) يبين ذلك.

الجدول (11) نتائج الاختبار التائي لعينتين مستقلتين لإيجاد الفرق بين متوسطات الكفاءة الذاتية وفقاً لمتغير الصف الدراسي (ثاني- رابع)

مستوى دلالة 0,05	القيمة التائية		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الصف الدراسي
	الجدولية	المحسوبة				
لا يوجد فرق دال	1,96	0,912	24,303	166,062	223	الثاني
			22,861	168,237	177	الرابع

نلاحظ من الجدول اعلاه انه لا يوجد فرق دال احصائياً بين طلبة الصف الثاني والرابع في متغير الكفاءة الذاتية اي انه الطلبة في الصفين لديهم نفس الكفاءة والدافعية والدقة في الانجاز العلمي والعملية.
ج. متغير التخصص الدراسي (علمي- انساني)

تم تحقيق هذا الهدف باستخدام الاختبار التائي لعينتين مستقلتين واطهرت النتائج ان المتوسط الحسابي للتخصص العلمي بلغ (168,193) وبانحراف معياري (23,132). والتخصص الانساني (166,264) وبانحراف معياري (24,052) والقيمة التائية المحسوبة (0,788) وهي اقل من القيمة التائية الجدولية (1,96) وبدرجة حرية (398) والجدول 12 يبين ذلك.

الجدول (12) نتائج الاختبار التائي لعينتين مستقلتين لإيجاد الفرق بين متوسطات الكفاءة الذاتية وفقاً لمتغير التخصص الدراسي (علمي- انساني)

مستوى دلالة 0,05	القيمة التائية		الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العدد	الصف الدراسي
	الجدولية	المحسوبة				
لا يوجد فرق دال	1,96	0,788	23,132	168,193	150	علمي
			24,052	166,26	250	انساني

يتضح من الجدول اعلاه انه لا يوجد فرق دال احصائياً اي انه المنهج الدراسي العلمي والانساني لا يؤثران على كفاءة الطلبة الذاتية في انجاز مهامهم وحل المصاعب التي تواجههم.

الاستنتاجات

1. ان مقياس البصيرة المعرفية الذي تم بناءه اثبت نتائج مميزة وذلك من خلال النتيجة التي تم التوصل اليها وهي ان الطلبة يتمتعون بدرجة متوسطة من البصيرة المعرفية.
2. من خلال ايجاد الفروق بين متوسطات الحسابية للبصيرة المعرفية ومتغير الجنس (ذكور- اناث) تبين انه يوجد فرق دال احصائياً ولصالح الذكور. كذلك تبين انه لا يوجد فرق دال احصائياً وفقاً لمتغير الصف الدراسي (ثاني- رابع) والتخصص (علمي- انساني).
3. الطلبة يتمتعون بدرجة عالية من الكفاءة الذاتية ولا توجد فروق دالة احصائياً بين المتوسطات الحسابية للكفاءة الذاتية ومتغيرات الجنس والصف الدراسي والتخصص العلمي.

التوصيات

1. يفضل ان تقوم الكليات بعمل ورشات واعطاء محاضرات لغرض تقوية وتعزيز البصيرة المعرفية لدى الطلبة.
2. الاهتمام اكثر بموضوع الكفاءة الذاتية من خلال اعطاء محاضرات للطلبة توضح فيها اهمية الكفاءة الذاتية واثرها في حياة الفرد ومساهمتها في الحصول على النجاح الدائم والممتع.

المقترحات

1. اجراء دراسة تجريبية في تنمية البصيرة المعرفية لدى طلبة الجامعة.
2. اجراء دراسة مشابهة وعلى المدارس الاعدادية.
3. اجراء دراسات علائقية بين متغيرات البحث ومتغيرات نفسية اخرى (الطموح الاكاديمي، الرفاهية النفسية، اساليب حماية الذات).

المصادر

المصادر العربية

1. احمد. نهلة نجم الدين مختار احمد (2018). الابتكار الانفعالي وعلاقته بالتفكير البنائي والتأمل والبصيرة لدى طلبة الجامعة. مجلة البحوث التربوية والنفسية. العدد (58).
2. بوطبال. سعد الدين (2015). توقعات الكفاءة الذاتية لدى طلاب الجامعة. دراسة ميدانية. مجلة الرواق. العدد (1).
3. الجبوري. غزوان رمضان صالح (2013). سلوك المخاطرة وعلاقته بموقع الضبط لدى طلبة الجامعة. رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة تكريت/كلية التربية.
4. الحسنواي. موفق (2013). الطلبة والحياة الجامعية. هيئة التعليم التقني-المعهد التقني في الناصرية. مركز النور <http://www.alnoor.se>
5. الريماوي. عمر طالب (2017). بناء وتصميم الاختبارات والمقاييس النفسية والتربوية. ط. دار امجد للنشر والتوزيع. عمان.
6. سليمان. سارة رافع فيصل. (2021). الكفاءة الذاتية وعلاقتها بأساليب مواجهة الضغوط النفسية لدى طلبة جامعة الموصل. رسالة ماجستير علم النفس التربوي/جامعة الموصل/كلية التربية للعلوم الانسانية.
7. الشوا. احمد (2016). الكفاءة الذاتية وعلاقتها بالضغوط النفسية التي يعانيها افراد المؤسسة الامنية الفلسطينية. مجلة جامعة النجاح للأبحاث (العلوم الانسانية) المجلد (30) العدد 8.
8. الضامن. منذر (2007). اساسيات البحث العلمي. ط1. دار الميسرة للنشر والتوزيع. عمان. الاردن.

9. الظاهر زكريا محمد (2002). مبادئ القياس والتقويم في التربية. ط1. الدار العلمية للنشر والتوزيع. عمان. الاردن.
10. العبادي. نور فاضل محمود (2019). البصيرة المعرفية وما وراء المزاج وعلاقتها بالمناعة النفسية لدى طلبة الجامعة. اطروحة دكتوراه فلسفة في علم النفس المعرفي. جامعة ديالى. كلية التربية.
11. علي. فاطمة محي الدين (2018). الكفاءة الذاتية وعلاقتها بالتوجهات الاهدفية لدى طلبة المرحلة الثانوية في فلسطين. رسالة ماجستير علم النفس التربوي. جامعة اليرموك. اربد. الاردن.
12. كجوان. قاسم خلف (2016). الكفاءة الذاتية وعلاقتها بالماندة الاجتماعية لدى طلبة الجامعة. مجلة فنون الفراهيدي. مجلد (1) العدد (27).
13. النبهان. موسى (2013). اساسيات القياس في العلوم السلوكية. ط. دار الشروق للنشر والتوزيع. عمان. الاردن.
14. واردة. فتحي (2014). قلق المستقبل وعلاقته بفاعلية الذات لدى عينة من طلبة جامعة الوادي/مجلة العلوم النفسية والتربوية. جامعة الوادي/الجزائر. 69-90.

Arabic and English resources

1. Agouridas. V & Race. P (2007). Enhancing Knowledge Management in design education through systematic reflection practice, concurren 1-15 (1).
2. Ahmed, Nahla Najm El-Din Mukhtar Ahmed (2018), Emotional innovation and its relationship to constructive thinking, contemplation, and insight among university students, Journal of Educational and Psychological Research, Issue (58).
3. Al-Abadi, Nour Fadel Mahmoud (2019), Cognitive insight and meta-mood and their relationship to psychological immunity

- among university students, Doctor of Philosophy thesis in cognitive psychology, University of Diyala, College of Education.
4. Al-Damen, Munther (2007), Basics of Scientific Research, 1st edition, Dar Al-Maysara for Publishing and Distribution, Amman, Jordan.
 5. Al-Hasnawi, Muwafaq (2013), Students and University Life, Technical Education Authority - Technical Institute in Nasiriyah, Al-Noor Center <http://www.alnoor.se>
 6. Ali, Fatima Mohieddin (2018), Self-efficacy and its relationship to goal orientations among secondary school students in Palestine, Master's thesis in Educational Psychology, Yarmouk University, Irbid, Jordan.
 7. Al-Jubouri, Ghazwan Ramadan Saleh (2013), Risk-taking behavior and its relationship to locus of control among university students, unpublished master's thesis, Tikrit University/College of Education.
 8. Al-Nabhan, Musa (2013), Fundamentals of Measurement in Behavioral Sciences, ed., Dar Al-Shorouk for Publishing and Distribution, Amman, Jordan.
 9. Al-Rimawi, Omar Talib (2017), Building and Designing Psychological and Educational Tests and Measures, ed., Dar Amjad for Publishing and Distribution, Amman.
 10. Al-Shawa, Ahmed (2016), Self-efficacy and its relationship to the psychological pressures experienced by members of the Palestinian security establishment, An-Najah University Journal of Research (Human Sciences), Volume (30), Issue 8.
 11. Al-Zahir, Zakaria Muhammad (2002), Principles of Measurement and Evaluation in Education, 1st edition, Dar Al-Ilmiyya for Publishing and Distribution, Amman, Jordan.

12. Boutbal, Saad El-Din (2015), Self-Efficacy Expectations among University Students, A Field Study, Al-Rawaq Magazine, Issue (1).
13. D. Forsyth (2009). Teaching Tip Sheet: Selc. Efficacy Micheal P. Carey, PhD and Andrew, Department of Psychology Syracuse University.
14. Dwyer, A. & Cummings. A (2001). Stress, Self-Efficacy, Social Support and Coping Strategies in University Students, Canadian Journal of Counseling , 3. (30-39).
15. Gerdamarie. S. Schmitz (2013). Development and Validation of a Student Self-efficacy Scale, Journal of Nursing & care, volume2 Freie Universitat, Germany.
16. Grant, Anthony (2002). The self-reflection insight-scale: Anew measure of private self-consness.
17. Hardy, J.R. (2004). Cognitive Psychology Thinking and creating. How wood 1L: Dorsey press.
18. Joober. Rhida, Ashokk. Malla, Martin Lepage (2018). Original Article Establishing Clinical Cutoff Values for the beck Cognitive Insight Department of Psychiatry, Montreal, Canada.
19. K. C. Laetal (2015). Metacognitive training (MCT) for Schizophrenia improves Cognitive insight: A randomized controlled trial in a Chinese sample with Schizophrenia Spectrum disorders Behavior Research and Therapy.
20. Kajwan, Qasim Khalaf (2016), Self-efficacy and its relationship to social support among university students, Al-Farahidi Arts Magazine, Volume (1), Issue (27).
21. Runco, Mark, Joe Porac, Duncan Watts & Others (2004). Network Model of Cognitive Insight Running Head; A “small-world” Network Model of Cognitive Insight Melissa, Schilling New York.

22. Suleiman, Sarah Rafi' Faisal, (2021), Self-efficacy and its relationship to methods of coping with psychological stress among students at the University of Mosul, Master's thesis, Educational Psychology/University of Mosul/College of Education for the Humanities.
23. Warda, Fathi (2014), Future anxiety and its relationship to self-efficacy among a sample of Oued University students/Journal of Psychological and Educational Sciences, Oued University/Algeria, 69-90.

هوية الاقتصاد الليبي ومناخ الاستثمار في ليبيا دراسة تحليلية لمؤشرات

التنمية والموارد الاقتصادية المتاحة

في ليبيا خلال الفترة (2010 - 2020)

إعداد

ارويحلة ابراهيم محمد حسين

محاضر بجامعة درنة

الملخص:

هدفت الدراسة إلى ألقاء الضوء على طبيعة ومزايا الاقتصاد الليبي من خلال القراءة لبعض المؤشرات الاقتصادية كما تطرقت إلى مناخ الاستثمار في ليبيا المتاح من خلال المجالات والموارد المتاحة والمتوقع أن تسهم بشكل كبير في إعادة بناء وتطوير الاقتصاد وخلصت الدراسة بسيطرة قطاع النفط على الاقتصاد الليبي وضياع فرص كبيرة للاستثمار في بعض المجالات وتم اقتراح عدد من المواضيع تساهم في تنويع الاقتصاد وعدالة توزيع الثروة حيث تعتبر من أهم المواضيع التي يجب علي متخذي القرار إتباع سياسات وآليات لتطبيقها وضمان الاستقرار والاستدامة

Abstract

The study aimed to shed light on the nature and advantages of the Libyan economy through reading some economic indicators. It also touched on the investment climate in Libya available through the available fields and resources, which are expected to contribute significantly to rebuilding and developing the economy. The study concluded with the oil sector's control over the Libyan economy and the loss of great opportunities. For investment in some areas, a number of topics have been proposed that contribute to the diversification of the economy and the fair distribution of wealth, as it is considered one of the most important topics that decision makers must follow policies and mechanisms to implement and ensure stability and sustainability.

● المقدمة

تعتبر المقومات الاقتصادية والبشرية والجغرافية التي تملكها الدول من أهم الركائز لقيام دولة، وعلى الرغم من موارد الطاقة الوفيرة التي تتمتع بها ليبيا، فهي تمتلك اقتصاداً من أقل الاقتصاديات تنوعاً في منطقة المغرب العربي وبين البلدان المنتجة للنفط، ويعتبر النفط من أهم مقومات الاقتصاد الليبي، وتعد هذه الخاصية الاقتصادية من أحد جوانب السلب في الاقتصاد الليبي لأن اعتماد الاقتصاد على سلعة واحدة يجعله عرضة للمؤثرات الخارجية والمتمثلة في العوامل السياسية وتتمتع ليبيا بموارد كبيرة من النفط والغاز كما تمتلك إمكانيات ضخمة لزيادة إنتاجهما في المستقبل، وفي المقابل، تمتلك ليبيا موقع جغرافي مميز ادت الي تنوع سطحها وتنوع الثروة المعدنية، وليبيا بلد كبير يقدر عدد سكانه بـ 6.3 مليون نسمة، 90% منهم يعيشون في 10% من مساحة الأراضي. حيث تبلغ الكثافة السكانية حوالي 50 شخصاً في الكيلومتر المربع الواحد (130) ميل،، لذا تنوع مصادر الدخل من الضرورات الحتمية لتطوير الاقتصاد الليبي لأن النفط والموارد الطبيعية في طبيعتها موارد آيلة إلى النضوب والاتجاه الراهن الآن في ليبيا يسعى لتحسين وتطوير هيكلها الاقتصادي أصبح من الضروري الاهتمام أكثر باستثمار عوائد النفط وتنوع الاقتصاد الليبي

● المشكلة

تنحصر مشكلة الدراسة في اعتماد الاقتصاد الليبي بشكل كبير على سلعة واحدة وهي النفط ويتصف هذا القطاع بعدم الاستقرار بشكل كبير نظراً لخضوعه إلى التقلبات في أسواق النفط العالمية وانخفاض نسبة مساهمة القطاعات الأخرى في ظل محدودية دورها في الدفع بعملية التنمية ومن هنا ينبغي خفض تأثير اقتصادها لذا يجب استثمار عائدات النفط وتحقيق نمو سريع من خلال استثمار الموارد المتاحة في ليبيا

سؤال الدراسة

ما هي المجالات والموارد المتاحة في ليبيا التي تساهم في تحسين وتنوع الاقتصاد الليبي

• الأهداف

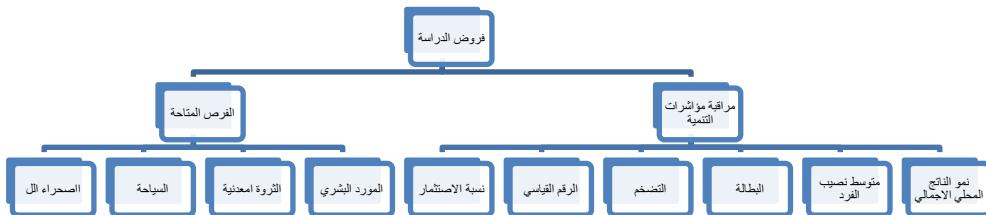
1. إبراز هوية الاقتصاد الليبي
2. تحليل مؤشرات التنمية الاقتصادية في ليبيا
3. الإشارة لبعض الموارد الاقتصادية المتاحة والغير مستغلة
4. تقديم آلية شاملة للنهوض بتلك المشاريع والاستغلال تلك الموارد والتي تساهم في تنوع هيكل الاقتصاد الليبي وتساهم في عملية التنمية
5. تطوير واستغلال المدن الصحراوية وزيادة منفعتها المكانية وتحقيق توازن إقليمي

• أهمية البحث

تكمن أهمية البحث في تسليط الضوء علي مدي هيمنة قطاع النفط والذي يعتبر مورد ناضب علي الاقتصاد الليبي من حيث الإنتاج والتصدير، مع ضعف ومحدودية مساهمة باقي القطاعات الأخرى رغم وجود موارد متاحة وفرص للاستثمار، تساهم بشكل كبير في استقرار الاقتصاد الليبي وعدم تابعيته لباقي اقتصاديات الدول الأخرى ، وتساهم بشكل كبير أيضا في عملية التنمية المستدامة في ليبيا

• الفروض

عدم وجود إستراتيجية مثلي للعوائد النفطية أدت لسيطرة قطاع النفط وضياح فرص الاستثمار للموارد المحلية المتاحة لإحداث تنوع في الاقتصاد الليبي.



• منهجية الدراسة

تم الاعتماد على الأسلوب الوصفي التحليلي للسلاسل الزمنية مؤشرات التنمية في ليبيا ، أما الأدوات المستخدمة في البحث فتتمثل في : الكتب ، والمجلات ، والرسائل العلمية والمقالات والندوات والمؤتمرات العلمية والانترنت والقوانين والتشريعات، إضافة إلى لذلك الجداول والأشكال البيانية

أولاً : هوية الاقتصاد الليبي

على الرغم من موارد الطاقة الوفيرة التي تتمتع بها ليبيا ، فهي تمتلك اقتصاداً من أقل، الاقتصاديات تنوعاً في منطقة المغرب العربي وبين البلدان المنتجة للنفط، حيث يتمتع الاقتصاد الليبي بالخصائص الطبيعية حيث تقع ليبيا في موقع متوسط في الشمال الإفريقي

وعلى ساحل البحر المتوسط بشاطئ يبلغ طوله حوالي 2000 كم ، ولها امتداد جغرافي ينتهي في عمق الصحراء الكبرى (Afrique, 1973)) ومكناها هذا الموقع من أن جعلها حلقة وصل بين مصر ، والجناح العربي الآسيوي من جهة ، والجناح العربي الأفريقي من جهة أخرى ، كما مكناها هذا الموقع من أن جعلها تصل بين الشمال الأفريقي ، والدول الأوروبية من جهة أخرى ، والدول الأفريقية جنوب الصحراء من جهة أخرى ، كما أسهم موقعها على البحر المتوسط أن جعلها تقع على أهم الطرق الملاحية ، والتي تربط بين أقصى الشرق وأقصى الغرب (Afrique, 1973) ، مما جعل لها ميزة تجارية على مر العصور ، وأدى كبر مساحتها والتي تبلغ 1775500 كم² إلى تنوع خصائص السطح بين سهول وجبال وهضاب ، كما أدى التنوع في خصائصها الجيولوجية إلى تنوع الموارد المعدنية وأهمها النفط، 90% من مساحة ليبيا تمثلها الصحراء الليبية أو الصحراء الغربية كما يطلق عليها في مصر، اما فيما يخص تعداد السكان في ليبيا قُدر عدد سكان ليبيا في منتصف 2020م نحو 6.87 مليون نسمة وفقاً لبيانات البنك الدولي وبلغ عدد الذكور 3،47 مليون نسمة، بنسبة 50.48% من إجمالي عدد السكان، ومن حيث التركيب العمري

للسكان، وفي غياب أية إحصاءات رسمية نتيجة العنف الدائر في البلاد وحالة عدم الاستقرار السياسي، فإن أكثر من ربع السكان (33.65%) لا تتجاوز أعمارهم 14 عاماً في عام 2020م، وفقاً لـ "كتاب حقائق العالم" لوكالة الاستخبارات المركزية الأمريكية؛ في حين 56.78% من جملة السكان تقع في الفئة العمرية (15-54 عاماً)، و 5.52% بين (55-64 عاماً)، فيما 4.05% هم عند 65 عاماً فما فوق (Afrique، 1973).

ويمكن تلخيص الخصائص الاقتصادية للاقتصاد الليبي في:

1- هيمنة قطاع واحد هو النفط :

وتعد هذه الخاصية الاقتصادية من أحد جوانب السلب في الاقتصاد الليبي لأن اعتماد الاقتصاد على سلعة واحدة يجعله عرضة للمؤثرات الخارجية والتمثلة في العوامل السياسية، وأقرب مثال على ذلك الحظر الاقتصادي الذي تعرضت له ليبيا في فترة التسعينات، والعوامل الاقتصادية والتمثلة في تقلبات الأسعار، والتي تتدخل في تحديدها عوامل خارجية كالعرض والطلب الخارجي للسلعة، وأقرب مثال على ذلك ما حدث عام 1998 من انخفاض في أسعار النفط، مما يجعل الحكومة غير قادرة في التحكم في هذه المؤثرات الخارجية (الهيئة الوطنية للمعلومات والتوثيق، 2001).

❖ مميزات لنفط الليبي

1. تبلغ مخزونات النفط الليبي حوالي 65 مليار برميل كحد ادني
2. يتميز النفط الليبي بالجودة النوعية الافضل على مستوي العالم
3. تقع ليبيا على مرمي حجر من الاسواق الاوربية العربية

2- اعتماد الاقتصاد على تصدير سلعة واحدة :

ترتكز القاعدة الإنتاجية التي تقوم عليها الصادرات الليبية على الصناعات الاستخراجية، وبالذات في قطاعي النفط والغاز، حيث تعتمد ليبيا في صادراتها النفطية ومشتقاتها (الهيئة الوطنية للمعلومات والتوثيق، إحصاءات التجارة الخارجية، 2001)

وأدى اعتماد ليبيا على تصدير سلعة واحدة إلى أن جعله تحت تأثير الطلب العالمي ، وأسعار النفط الخام ، مما يضعه أمام مشكلة تذبذب وانخفاض إيرادات الصرف الأجنبي ، كما حدث في الثمانينات ، وبالتالي يكون معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي مرهوناً بعوامل خارجة عن إرادة الاقتصاد المحلي، وخارجة عن المتغيرات التي يمكن التحكم أو التأثير فيها (اللجنة الشعبية العامة للتخطيط، خطة التحول الاقتصادي والاجتماعي(1981 – 1985).

لذلك يجب على الاقتصاد الليبي العمل على تنوع الهيكل السلعي للصادرات للخروج من دائرة التأثيرات الخارجية على الاقتصاد المحلي
3- وجود فائض مادي :

يعد عنصر رأس المال في ليبيا داعماً للتنمية ، ولا يمثل عائقاً في سبيل التنمية الاقتصادية فاستطاعت ليبيا عن طريق عائد النفط من تحقيق وفرة في المواد المالية استطاعت من خلالها تمويل ميزانيات التنمية المختلفة (الهيئة الوطنية للمعلومات والتوثيق ، إحصاءات التجارة الخارجية، 2001).

4- ارتفاع درجة الانفتاح على الخارج :

يعتمد الاقتصاد الليبي اعتماداً كبيراً على التجارة الخارجية ، فهو يصدر معظم إنتاجه من النفط ومشتقاته ، ويستورد معظم احتياجاته المادية سواء لغرض الاستهلاك أو لغرض الإنتاج من الخارج ، ففقد ارتفعت نسبة مساهمة التجارة الخارجية (صادرات + واردات) في الناتج المحلي الإجمالي ، ويعكس هذا الوضع درجة الاعتماد المتزايد على العالم الخارجي ، ومحدودية وضيق القاعدة الاقتصادية ، وعجز الإنتاج المحلي عن تلبية الاحتياجات المحلية من السلع ، كما تعد تجارتها الخارجية مع الدول النامية والعربية والإسلامية ضئيلة ، أما تجارتها مع الدول الصناعية فتمثل نسبة تزيد عن ثلاثة أرباع التجارة الخارجية لليبيا ، وهذا يعني أن الاقتصاد الليبي يعتمد اعتماداً كبيراً على الدول

الصناعية سواء في تأمين الأسواق لصادراتها أو في تأمين احتياجاته من مختلف السلع المستورة (لفارسي، 2001).

5- نقص الأيدي العاملة :

منذ اكتشاف النفط وبدء تصديره في بداية الستينات سعت الدولة إلى وضع خطط إنمائية لاستغلال العوائد النفطية والفائض المادي مثل الخطط الإنمائية الثلاثية والخماسية ، ولقد تطلب تنفيذ هذه الخطط زيادة في الطلب على الأيدي العاملة ، وبشكل كبير لدرجة أن الزيادة في عرض الأيدي العاملة المحلية لم تكن تتساوى مع الزيادة في الطلب ، الأمر الذي أدى إلى زيادة الاعتماد على العمالة غير الليبية (وزارة التخطيط، 2006).

أولاً : مؤشرات التنمية في ليبيا

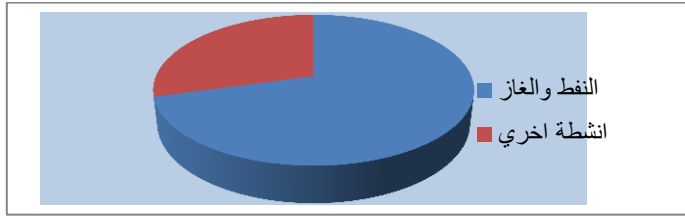
وطبقاً لبيانات مصرف ليبيا المركزي فإن الناتج المحلي الإجمالي غير النفطي ضعيف جداً، حيث شكّل ما يقارب 32% من الناتج المحلي الإجمالي و 7% من الإيراد العام في 2014، ثم ارتفع إلى 13% في عام 2017 من الإيراد العام وظل في حدود 32% من الناتج المحلي الإجمالي وقد تأثر هذا التغيّر بشكل كبير جرّاء ارتفاع قيمة الواردات الخارجية من الرسوم والضرائب على الاعتمادات المستندية ومستندات أخرى برسم التحصيل (مصرف ليبيا المركزي، 2017)

جدول (1) الناتج المحلي الاجمالي حسب القطاعات الاقتصادية

السنوات	2010	2011	2012	2013	2014
الناتج المحلي الاجمالي بالاسعار الاساسية يوزع بين	191.5.76	287.4.27	355.1.56	016.3.39	388.2 .20
انشطة استخراج النفط والغاز الطبيعي	872.4.53	499.9.16	001.5.41	710.6.24	777.6.9
الانشطة الاقتصادية الأخرى	319.1.22	787.5.10	353.6.15	305.7.14	610.6.10
الضرائب صافي من الدعم	328.4.-6	993.2.-3	010.9.-4	958.0.-13	159.2.-12

المصدر : تجميع الباحثة من منشورات مصرف ليبيا المركزي ، اعداد متفرقة

شكل (1) لتاتج المحلي الاجمالي



بالنظر بشكل عام إلى الجدول رقم (1) السابق تلاحظ أن مساهمة الإنتاج النفطي شكّل في معظم السنوات الأكثر من 50% من إجمالي الناتج المحلي، في حين كانت مساهمة باقي الأنشطة الاقتصادية مجتمعة ضعيفة جدا في مساهمتها في تكوين الناتج المحلي الإجمالي حيث بلغ 22% عام 2101 اقصى قيمة له خلال سنوات الدراسة^٧ وفي بعض السنوات انخفض مساهمة قطاع النفط في تكوين الناتج المحلي الاجمالي ، وقد يُفسّر ذلك بأن هذا التغيّر ناتج عن انخفاض أسعار النفط العالمية في تلك السنوات وليس بسبب زيادة إنتاجية القطاع غير النفطي.

جدول رقم (2) مؤشرات التنمية في ليبيا خلال الفترة 2010_2020

السنة	معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي	متوسط نصيب الفرد من الناتج المحلي	البطالة	التضخم	الرقم القياسي	نسبة الاستثمار من الناتج المحلي
2010	5.02	10، 700 دولار	19.03	2.80%	129.8	16.90%
1011	-62.08	11، 700 دولار	19.02	15.52	150.4	17.90%
2012	123.14	11، 100 دولار	19.03	6.06	159.6	17.80%
2013	-13.60	10، 500 دولار	19.05	2.61	163.7	17.70%
2014	-24.00	10، 000 دولار	18.94	2.40	167.7	17.60%
2015	-8.86	9، 500 دولار	18.87	9.80	184.2	17.50%
2016	-2.80	9، 000 دولار	18.77	25.90	231.9	17.40%
2017	26.68	8 دولار	18.61	28.50	279.9	17.30%
2018	15.13	7.8] دولار	18.46	9.30	270.2	17.20%

	264.3	7.30	18.34	7.6 دولاراً	2.54	2019
%16.9	268.2	18.63	19.39	3.7 دولاراً	-31.30	2020

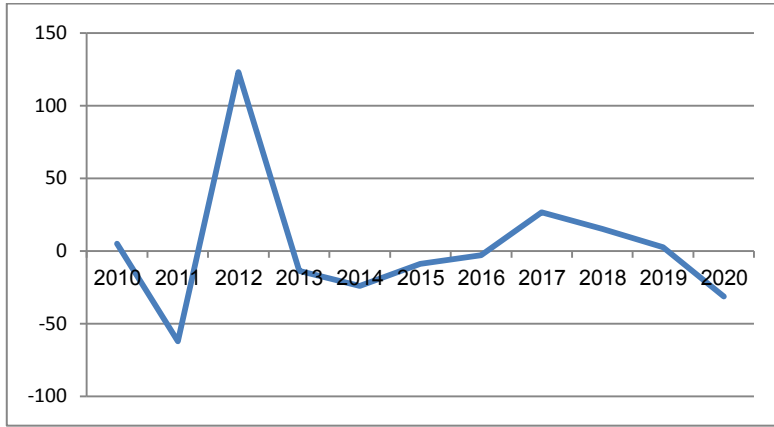
- بلغ أعلى معدل البطالة في ليبيا 19.39% في عام 2020.
- وبلغ أعلى معدل التضخم في ليبيا 28.50% في عام 2017، وهو أعلى معدل في تاريخ البلاد. ويعود ذلك إلى ارتفاع أسعار السلع الأساسية، مثل الغذاء والوقود.
- انخفضت نسبة الاستثمار من الناتج المحلي 16.9% في عام 2020. ويعود ذلك إلى انخفاض الاستثمارات الأجنبية في البلاد.
- وبلغت صادرات السلع الليبية 10.5 مليار دولار في عام 2020. وتمثل النفط والغاز الطبيعي 95% من صادرات ليبيا.

أولاً: الناتج المحلي الإجمالي

يعتبر الناتج المحلي الإجمالي هو المقياس الأكثر استخداماً للنشاط الاقتصادي للبلد، ويشير إلى القيمة الإجمالية للسلع والخدمات النهائية مثل (الغذاء والمياه والتعليم والرعاية الطبية والإسكان والطاقة الخ). وكلما قل الناتج المحلي الإجمالي، انعكس هذا الأمر على مستوى المعيشة العام للأفراد.

كما يتضح من الجدول رقم (2) بلغ اقصى قيمة لمعدل النمو الناتج المحلي الاجمالي خلال فترة الدراسة عام 2012 حيث بلغ 123.14 ، وتراجع معدل نمو الاقتصاد الليبي عام 2018 إلى 15.13%، بعدما سجل نمواً قياسياً عام 2017 بلغ 26.7%، وذلك في أعقاب 4 سنوات بين عامي 2013 و2016، واستمر في التراجع حيث بلغ 2.54% و-30.31% للعامي 2019 و2020 علي التوالي. حيث ان الاقتصاد الليبي قد عانى من ركود حاد في عام 2020، ويأتي هذا الانخفاض نتيجة للأزمة السياسية والأمنية التي تشهدها البلاد منذ عام 2011.

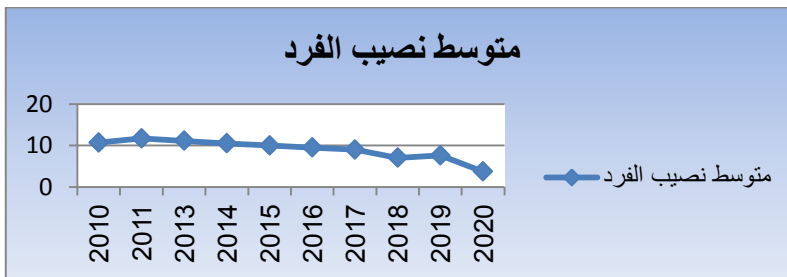
معدل نمو الناتج المحلي الاجمالي



متوسط نصيب الفرد من الناتج المحلي

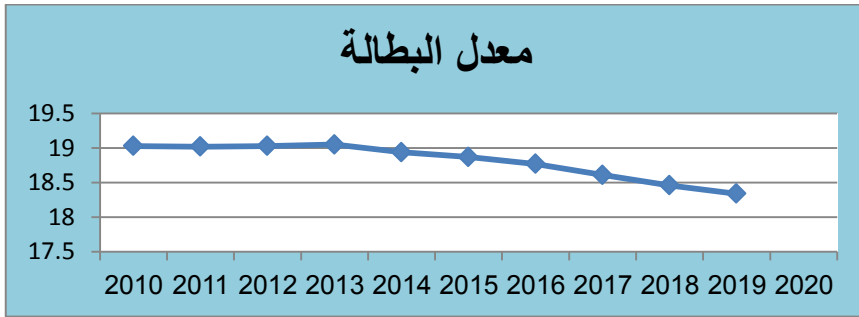
نصيب الفرد من الناتج المحلي هو مقياس للناتج الاقتصادي للبلد الذي يمثل عدد سكانه، ويقسم إجمالي الناتج المحلي على مجموع عدد السكان، ويعتبر نصيب الفرد من هذا الناتج بمثابة مقياس غير رسمي لرفاهية الدولة وأفضل قياس لمستوى المعيشة في أي بلد. سجلت ليبيا انخفاضاً حاداً في نصيب الفرد من الناتج المحلي، حيث انخفضت القيمة في العام 2020 مقارنة بعامي 2018 و 2019 إلى حوالي 4 آلاف دولار.

ووفقاً لتقديرات البنك الدولي فإن نصيب الفرد في ليبيا خلال العام 2020 يقدر بحوالي 3.7 آلاف دولار، بينما كان في عامي 2018 و 2019 يصل إلى حوالي 7.8 آلاف دولار، وقد يعود ذلك إلى انخفاض عدد السكان، حيث يقدر عدد السكان الليبيين بحوالي 7 مليون نسمة.



البطالة

لدى ليبيا أحد أعلى معدلات البطالة في العالم، وخاصة إذا ما تم مقارنتها بمعدلات ارتفاع نسبة التوظيف ، ووفقاً لبيانات منظمة العمل الدولية لا تزال معدلات العمالة مرتفعة مقارنة مع بلدان في المنطقة حيث كانت نسبة البطالة في ليبيا ثابتة عند حوالي 19 % و 18 % منذ عام 2012، عند المعدل نفسه تقريبا الي سنة 2020، في ما يخص فئة الشباب ' ويعود هذا الارتفاع إلى الأزمة السياسية والأمنية التي تشهدها البلاد، والتي أدت إلى انخفاض الإنتاج الاقتصادي وزيادة التضخم

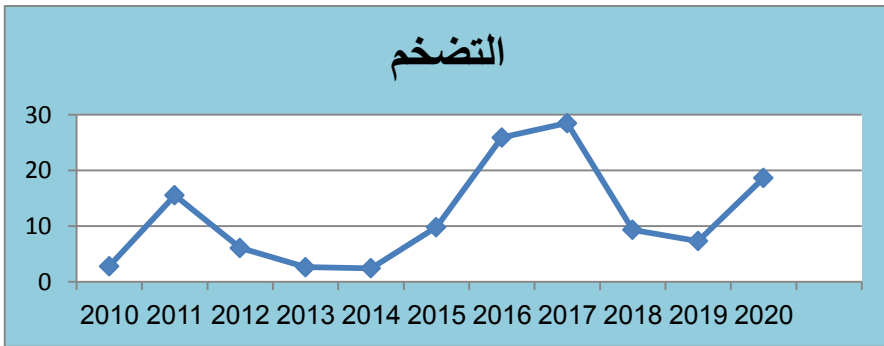


التضخم

زاد التضخم في الاقتصاد الليبي بسرعة في الأعوام الماضية. فقد قفز من 9.8 % في عام 2015 إلى 25.9% في عام 2016 وبلغ الذروة عند مستوى غير مسبوق في عام 2017 ليُقدَّر بنحو 28%. ويعزى هذا التضخم إلى عدّة أسباب منها الاضطرابات في سلسلة التوريد وضعف العملة المحلية والدعم المالي للوقود والأغذية والتي تأثرت بشكل مباشر بفعل تدني إنتاج النفط وتصديره. وفي ما يخص السلع المستهلكة خاصة المواد الغذائية على سبيل المثال، فقد أشارت التقارير إلى ارتفاع أسعار المواد الغذائية بنسبة 10.7 % في المتوسط في الفترة ما بين يونيو /أكتوبر 2017 (BTI، 2018)؛ البنك الأفريقي للتنمية، 2018).

وأشار البنك الدولي إلى انخفاض معدلات التضخم إلى 9.3% في عام 2018، بعد أن سجل مستوى قياسيًّا في عامي 2016 و2017 (27.2% في المتوسط)، ما كان له أثر سيئ على انخفاض الدخل الحقيقي للمواطنين، إذ فقد الدينار نحو 80% من قوته الشرائية، كذلك أدى هذا الأثر التراكمي للتضخم على مدى السنوات الأربع الماضية إلى "دفع المزيد من المواطنين إلى هوة الفقر وشظف العيش، وفاقم من عدم المساواة بينهم"، وفقاً للتقرير.

ويشير ارتفاع معدل التضخم في ليبيا من 6.06% في عام 2012 إلى 18.63% في عام 2020. إلى ارتفاع أسعار السلع الأساسية، مثل الغذاء والوقود، بسبب الأزمة السياسية والأمنية التي تشهدها البلاد.

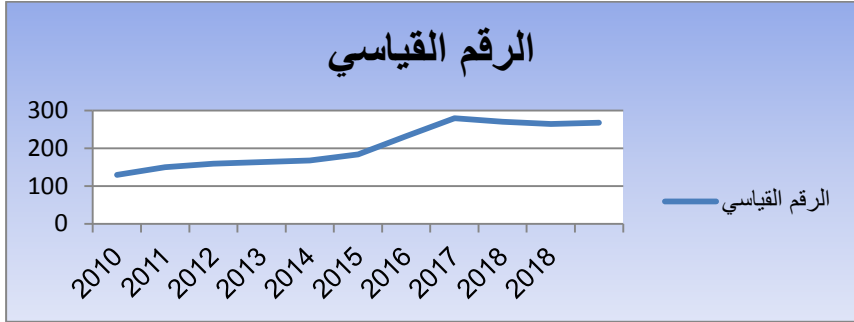


الرقم القياسي لأسعار المستهلك

يشار إلى أن الرقم القياسي لأسعار المستهلك يطلق عليه أيضا مؤشر تكلفة المعيشة، وهو يربط التضخم بالدخول الحقيقية للمستهلكين، ويعكس التغيرات التي تحدث في أسعار سلة مجموعة من السلع والخدمات التي تشتريها أغلب الأسر مقارنة بتكاليفها في السنة السابقة

وأشارت الدراسة إلى ارتفاع مؤشر تكلفة المعيشة الذي يضم سلة من السلع والخدمات التي تشتريها أغلب الأسر، إذ زاد الرقم القياسي لأسعار المستهلك من 231.9 في

العام 2016 إلى 297.9 في العام 2017، ثم إلى 323.4 في الربع الأول من العام الجاري، ليسجل تضخماً نسبته 19.5%.



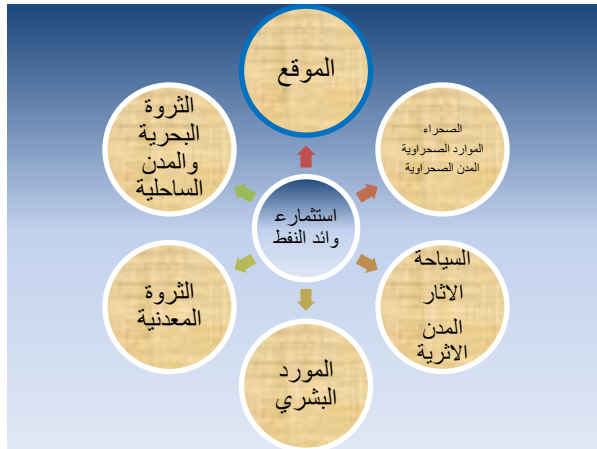
نسبة الاستثمار من الناتج المحلي

انخفضت نسبة الاستثمار من الناتج المحلي في ليبيا من 17.2% في عام 2012 إلى 16.9% في عام 2020. ويعود هذا الانخفاض إلى الأزمة السياسية والأمنية التي تشهدها البلاد، والتي أدت إلى انخفاض الاستثمارات الأجنبية في البلاد. ثانياً: فرص الاستثمار في المجالات الاقتصادية في ليبيا:

إن الفرص المتاحة في الاقتصاد الليبي عديدة ومتنوعة وتشمل جميع القطاعات لما توفره الميز الطبيعية للدولة الليبية من موقع جغرافي يمكنها من أن تكون بلد عبور، ومن مواد خام نفطية وغير نفطية في باطن الأرض موزعة على جميع المناطق الليبية، ومن شمس ساطعة على مساحة شاسعة من الصحراء الليبية تمثل مصدراً فاعلاً للطاقة الشمسية يمكن تصديرها للجنوب الأوروبي، ومن أماكن طبيعية سياحية وآثار ومدن تاريخية في بعض المناطق يجعل منها فرص للاستثمار السياحي، ومن شاطئ طويل على البحر المتوسط يجعل من الفرص الاستثمارية في الثروات البحرية متوفرة بشكل كبير، وغيرها من الفرص المتاحة وغير مستغلة تمنح الحكومة الليبية فرصة حقيقية في إحداث تنمية مكانية من خلال هذه الفرص بالشكل الذي يمكنها من إنشاء مشروعات اقتصادية تحقق العدالة

الاجتماعية من خلال تأثيرات الانتشار الصادرة من تلك المشروعات نحو المناطق المختلفة والمحيط بها .

إن هذا المحور يهتم بعرض الفرص المتاحة للاستثمار في ليبيا ، وبناءً على مسلمات الاستثمار بأنه لا مجال للترويج للاستثمار ما لم يوجد أساسا له ، ويقصد بالأساس هو وجود فرصة حقيقية له ، وفيما يلي استعراض بعض الفرص الاستثمارية المتاحة في الاقتصاد الليبي (الهيئة العامة لتشجيع الاستثمار وشؤون الخصخصة، 2009):



أولاً : في الثروة المعدنية :

الثروة المعدنية تعتبر مصدر هام من مصادر الثروة التي تساهم في زيادة وتنوع مصادر الدخل القومي ، وتعتبر عامل مهم في تحريك عجلة الصناعة ، وإيجاد الروابط الأمامية لهذا المصدر، حيث تعد الفرص الاستثمارية متوفرة في العديد من المدن الليبية في مجال الصناعات الاستخراجية ، وذلك لما تملكه ليبيا من احتياطات كبيرة لمجموعة واسعة من الحجر الكلي والجبس والحصى والرمال وأطيان الاسمنت ، والحديد موزعة على مختلف المدن والقرى الليبية توفر تلك المواد فرصة حقيقية لجذب وتشجيع رؤوس الأموال الوطنية والأجنبية للقيام بمشروعات استثمارية في مجال صناعة الأسمنت

والطوب الحراري وصناعة الحديد والملح والزجاج ، معظم الصناعات القائمة على الثروة المعدنية قد تكون ناجحة في العديد من المناطق الليبية بناءً على وجود احتياطات كبيرة من المواد الخام في تلك المناطق ، إلا أننا نلاحظ بأن

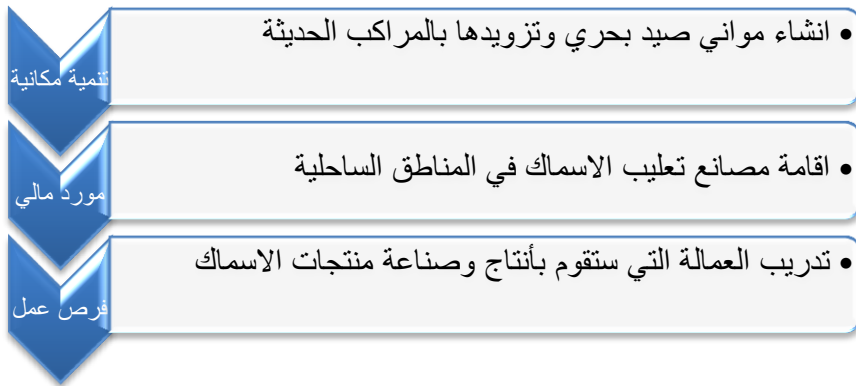
أغلب هذه الخامات لا تتوفر صناعات استخراجية لها رغم أنها تعد ثروة حقيقية تصب في حالة استغلالها في صالح جهود التنمية في البلاد ، ويعود سبب عدم استغلال تلك المواد ضعف الطاقات الإنتاجية وانحسار المناخ المساعد للصناعة القائمة على هذه الثروات في إغراق السوق الليبية بالمنتجات المستوردة الرخيصة ، والقصور النسبي في بنية تحتية من الغاز ومحطات توليد الكهرباء وكذلك طريق سكة حديدية تضمن الوصول من وإلى مصادر هذه الثروات ، والقصور أيضاً في استكمال منظومة التشريعات والقوانين الداعمة للإنتاج المحلي.

إن كل منطقة أو مدينة أو قرية تحدث بها تنمية ، فإن ذلك حتماً يصيب المناطق أو المدن أو القرى المجاورة بنصيب من تلك التنمية ، مما يعود في النهاية بالنفع وبمميزات تنموية تحصل في الناتج المحلي الإجمالي تؤدي إلى دعم عملية التنمية والنمو في ليبيا ككل (الهيئة العامة لتشجيع الاستثمار وشؤون الخصخصة، 2009). وتشير مجموعة من البيانات الموجودة فالملاحق (جدول 1-2) عن حجم الموارد المعدنية غير المستغلة في ليبيا ثانياً الثروة البحرية :

يُعد عدم استغلال هذه الثروة بالشكل الأمثل فرصة استثمار ضائعة أمام الدولة الليبية حيث يمكن من خلالها تحقيق تنمية حقيقية في هذا المجال وذلك لأن ليبيا تتمتع بشاطئٍ يمتد إلى حوالي 2000 كيلو متر على ضفاف المتوسط يحوي العديد من الثروات البحرية على رأسها الأسماك بمختلف أنواعها بالإضافة إلى الأنواع الأخرى من الأحياء البحرية، كالإسفنج وبكميات تشجع على إقامة مصانع لتعليب الأسماك والشركات الخاصة المتخصصة في الصيد البحري بشتى أنواعه ، حيث يستوعب السوق الليبي كميات هائلة من

السلع المستوردة من الخارج مثل منتج التبن والسردين ، مما يدل على أن إقامة صناعة التعليب ستكون ناجحة ومربحة وداعمة للاقتصاد الوطني خصوصاً إذا علمنا أن الأسماك والأحياء البحرية في الشواطئ الليبية تتمتع بنوعية ممتازة حسب ما ذكره خبراء الأحياء البحرية ، وبالتالي يجب توجيه الاستثمارات وتشجيعها على إنشاء موانئ جديدة للصيد البحري وتزويدها بالمراكب الحديثة للصيد ، مع إنشاء مصانع لتعليب الأسماك في المناطق الساحلية التي تتوفر فيها تلك الموانئ ، إضافة إلى تدريب العمالة التي ستقوم بإنتاج وصناعة منتجات الأسماك (الهيئة العامة لتشجيع الاستثمار وشؤون الخصخصة، 2009).

الفرص المتاحة في الثروة البحرية



ثالثاً : الثروة السياحية والفندقية :

يلعب قطاع السياحة دوراً مهماً في النشاط الاقتصادي والمساهمة في حل بعض المشاكل الاقتصادية ، ولكن ضل قطاع السياحة في ليبيا مهماً لسنوات عديدة وليس لديه قدرة تنافسية تمكنه من الحصول على جزء ولو بسيط من المنافع التي تحققها دول الجوار من هذا القطاع ، في حين أن ليبيا تتمتع بموارد طبيعية ومواقع تاريخية ، حيث تمتلك ليبيا الثلاثية السياحة المشهورة والتي تبد بحرف الاس (الانجليزية) الشمس الرمال البحر Sun

Sand and Sea ، فليبيا تتميز بمناخ مشمس علي مدار العام وهو مناخ البحر الأبيض المتوسط ، اما الرمال فتمتلك احد اكبر الصحاري العجيبة فالعالم والتي تستهوي السواح المتعلقين برحلات السفاري

❖ خصائص السياحة في ليبيا

1. تعبر ليبيا أكبر دولة يوجد بها آثار رومانيا خارج ايطاليا
 2. تمتلك أحد اطول السواحل علي البحر الابيض المتوسط صالح للاستثمار السياحي
 3. تمتلك أحد أكبر الصحاري فالعالم
 4. تمتلك ناطق ساحرة بطبيعتها الخلابة في شرق ليبيا بالجبل الاخضر والتي تفوق مساحتها مساحة لبنان
 5. تمتلك تاريخ اغريقي روماني تركي ايطالي في صبراتة وشحات وظلميثة وسوسة وقصر ليبيا وتوكره ويوسايبوس
 6. تمتلك المناخ المعتدل (ليبيا ويكبيديا)
- الفرص المتاحة وجود آثار تاريخية ومدن تاريخية كلبدة وصبراتة وشحات وظلميثة وسوسة وتوكره وغدامس واكاكوس ، ووجود مناطق تصلح كمنتجات كالتالي تتوافر في الجبل الأخضر وجبل نفوسة وقبر عون في الجنوب الليبي ، وأماكن أخرى تصلح للسياحة كالعيون الحارة كالتالي في العجيلات وتاجوراء ومصراتة والجبل الأخضر .
- بالإضافة إلى ذلك فإن كبر مساحة ليبيا تجعل من إقامة الاستراحات والفنادق الصغيرة على الطرق الرابطة بين المدن والمناطق أمر مهم في هذا المجال ، كل تلك الموارد السياحية تعتبر مجال لتشجيع ودعم الاستثمار السياحي ، قد يساهم في تطبيق إستراتيجية التنمية المكانية التي تعتبر هدف أساسي من أهداف السياسة الاستثمارية المستقبلية في ليبيا (الهيئة العامة لتشجيع الاستثمار وشؤون الخصخصة، 2009).

رابعاً : الموارد البشرية :

محددات الاستثمار في ليبيا والمتعلقة بمحدد الموارد البشرية يلاحظ أنه غلب على المجتمع الليبي صفة المجتمع الفتى ذي الحيوية الاقتصادية العالية أي النسبة الأكبر للسكان كانت أعمارهم بين 15 - 45 سنة ، وتشير البيانات أن واقع الحال السكاني يشير إلى تكدس السكان في المدن الرئيسية ، حيث بلغ عدد السكان القاطنين في المدن الرئيسية الثلاثة : طرابلس ، بنغازي ، مصراتة حوالي نصف سكان ليبيا ، مما أدى إلى حدوث تباين في مستويات التنمية الإقليمية بين مدن ومناطق ليبيا وهيمنة مناطق على حساب مناطق أخرى نتيجة للميزات المتنوعة التي تتوفر فيها ، وتواجه ليبيا قلة في عدد السكان مع تركيز معظمهم في مناطق معينة مما يؤثر على المعروض من الأيدي العاملة والتي بالرغم من عدم تأهيلها الجيد تم الدفع بها في سوق العمل سعياً وراء خلق تنمية سريعة تستهدف تنويع مصادر الدخل القومي ، مما أدى إلى الاهتمام جزئياً بالقطاعات غير النفطية مثل الزراعة والصناعة والخدمات . هذا يتوقف على توفير العناصر البشرية الماهرة والقادرة فنياً وإدارياً ، وهذا يتطلب التركيز على الاستثمار في رأس المال البشري وإعطائه أولوية خاصة بحيث يمكن إعداد وتدريب تأهيل أكبر عدد من العمالة الوطنية من أجل رفع مستوى الإنتاج والإنتاجية .

الفرصة المتاحة يستحسن إقامة أقسام وفروع متخصصة من الجامعات ومراكز تدريب وطنية وأجنبية في المناطق المختلفة حسب الميزة التي تتمتع بها تلك المناطق ، فعلى سبيل المثال هناك مدن ومناطق تتوافر بها مياه وأراضي صالحة للزراعة أو مراعي يمكن إقامة معاهد وكليات تدرس العلوم الزراعية والبيطرية في مدن ومناطق كالجبل الأخضر، سهل الجفارة ، الخمس ، زليتن ، سهل بنغازي ، والمناطق الخصبة الأخرى ، وهذا ينطبق على بقية الأنشطة الاقتصادية الأخرى ، كالصناعة والصيد البحري والتعدين وغيرها من الأنشطة الاقتصادية .

خامساً : الاستثمار في الموقع الجغرافي :

ان الموقع الجغرافي والمساحة والمناخ المميز للدولة الليبية حيث تطل على البحر المتوسط وبساحل طوله 2200 كيلومتر ومساحة جغرافية كبيرة يسمح للمستثمرين المحليين والاجانب بالقيام بإنشاء مشاريع تنموية، خاصة تلك التي تحتاج إلى مساحات كبيرة ودرجات حرارة معتدلة، كمشاريع الطاقات المتجددة والمصانع الكبيرة، مثل مصانع تصنيع المعادن والمصايف، وكذلك المشاريع التي تركز على البحر والثروة السمكية، كالمشاريع السياحية ومزارع الأسماك، إن هذه الميزة التنافسية مهمة وتفتقدها بعض الدول المنافسة، كسنغافورة، كذلك المناخ المعتدل في ليبيا يعطي ميزة تنافسية للعاملين والمعدات ويقلل من احتياجات التبريد والتسخين وهو ما يعتبر عاملاً منافساً مقارنة بأسواق أخرى، كالإمارات ودول الخليج العربي. كذلك يمكن أن تساهم المساحة الجغرافية الشاسعة في تشجيع الشركات على نقل وتوطين الصناعات والمعرفة من الدول المتقدمة إلى الدولة الليبية (المجدوب، 2012).

❖ الصحراء الليبية

وهي صحراء تقع في شمال أفريقيا تقدر بحوالي 1.100.000 كيلو متر تمثل الصحراء الليبية ما يزيد عن 90% من مساحة أراضي ليبيا وتشكل مواردها قيمة اقتصادية عالية، أهمها المورد السياحي حيث سبق الإشارة إليه، كما تضم العديد من الثروات وعلى رأسها " رمالها " التي تمثل مصدر للعديد من المشاريع وتساهم بشكل مباشر وغير مباشر في مجالات عديدة . ورمال هذه الصحراء هي ذات نقاوة عالية إذ تصل نسبة النقاوة إلى ما يزيد عن 98% والتي تدخل في العديد من الصناعات كموكن أساسي ، وتزخر الصحراء الليبية بالصخور الاقتصادية ذات الأهمية حيث توفر من مواد خام تدخل في كثير من الصناعات ، ومن أهم المواد الخام هي :-

وتزخر الصحراء الليبية بالصخور الاقتصادية ذات الأهمية حيث توفر من مواد

خام تدخل في كثير من الصناعات، ومن أهم مواد الخام: -

1. الحديد: يعد الحديد من أكثر المواد الفلزية التي يستخدمها الإنسان إلا إن الدراسات الاقتصادية تؤكد عدم جدوى استغلالها فالوقت الحاضر.

2. الفوسفات: أثبتت الدراسات وجود تكوينات فوسفاتية بالمنطقة لكنها قليلة الأهمية من الناحية الاقتصادية، ويعتبر الفوسفات من العناصر الهامة التي تستخدم في مجالات عديدة خاصة في صناعة الأسمدة الفوسفاتية.

3. الجبس: يتكون الجبس من كبريتات الكالسيوم المائية، ويدخل الجبس في العديد من الصناعات أهمها صناعة مواد البناء، والصناعات الطبية والطلاء والورق والديكور، وإصلاح التربة بتحسين قلويتها، ويدخل في صناعة الجير والاسمنت.

4. الحجر الجيري: يتكون من كربونات الكالسيوم التي قد تحتوي على كربونات الماغنيسيوم فيطلق عليها عندئذ (الدولوميت) وتدخل في صناعة مختلفة فهي المادة الأساسية لصناعة الاسمنت والجير ومادة مساعدة في صناعة الحديد والصلب واللدائن، وصناعة الطوب والبلاط، كما انها تعد من أحجار الزينة غالية الثمن.

5. رمال السيليكا: تستخدم بصورة أساسية في الزجاج ومواد الصقل وفي القوالب المعدنية بالإضافة إلى استخدامها في صناعة الاسمنت كمادة مصححة وفي مواد البناء والطوب الرملي والخلطات الخرسانية كمادة حشو في صناعة الطلاء.

6. الطين: تدخل في صناعة الخزف والقيشاني والورق والمطاط والعوازل والحراريات والفخار والطوب وتكرير النفط وكمادة لاصقة في عمليات معالجة المعادن

النتائج:

1. المؤشرات الاقتصادية هيمنة قاطع النفط مع تذبذب في مؤشرات التنمية بسبب عدم

الاستقرار الامني والسياسي وتبعية الاقتصاد الليبي حيث:-

- بلغت مساهمة الإنتاج النفطي لأكثر من 50% من إجمالي الناتج المحلي، وساهمت

باقي الأنشطة الاقتصادية مجتمعة ب 22% عام 2011 كأقصى قيمة له خلال

سنوات الدراسة

- بلغ أعلى معدل البطالة في ليبيا 19.39% في عام 2020..

- وبلغ أعلى معدل التضخم في ليبيا 28.50% في عام 2017، وهو أعلى معدل في تاريخ

البلاد. ويعود ذلك إلى ارتفاع أسعار السلع الأساسية، مثل الغذاء والوقود.

- انخفضت نسبة الاستثمار من الناتج المحلي 16.9% في عام 2020. ويعود ذلك إلى

انخفاض الاستثمارات الأجنبية في البلاد ويرجع السبب لعدم وجود استقرار امني

وسياسي.

2.الفرص والموارد المتاحة ضياع فرص استثمارات كبيرة امام الحكومات الليبية وصانعي

القرارات من خلال استثمار عوائد النفط في بعض المجالات تساهم بشكل كبير في تنويع

واستقرار الاقتصاد الليبي

- اغراق السوق الليبي بالعديد من المنتجات المستوردة مثل منتج السردين وغيرها في

حين تمتلك الدولة اجود انواع الثروات البحرية فالشواطئ الليبية

- بالرغم ان الرمال اهم مكونات الاساسية لصناعة الزجاج والرخام الا ان عدد

المصانع في ليبيا بلغت 8 مصانع فقط وفقا لأخر احصائية عام 2010 في حين لا

توجد مصانع رخام في ليبيا والرخام الموجود هو مستورد وهذا يدل علي عدم

الاستغلال الامثل لرمال الصحراء الليبية

- الفرص الاستثمارية متوفرة في العديد من المدن الليبية في الثروة المعدنية مجال الصناعات الاستخراجية ، وذلك لما تملكه ليبيا من احتياطات كبيرة لمجموعة واسعة من الحجر الكلي والجبس والحصى والرمال وأطيان الاسمنت ، والحديد موزعة على مختلف المدن والقرى الليبية تعد فرصة حقيقية لجذب وتشجيع رؤوس الأموال الوطنية
- ضعف مساهمة القطاع السياحي في ليبيا رغم امتلاك ليبيا للأصول السياحية عالية الجودة ويرجع الي ضعف دعم الدولة الي هذا القطاع المهم واقتضاره علي القطاع الخاص في ظل وجود معوقات تحتاج للدعم وخطط استثمارية
- مخرجات التعليم ومراكز التدريب من أهم معوقات الحصول على العمل في السوق الليبية حيث إنها لا تتماشى واحتياجات سوق العمل خاصة في القطاع الخاص، مما يجبر أصحاب العمال على التركيز على العمالة الأجنبية والابتعاد عن توظيف العمالة الليبي
- يمثل الشباب الليبي 50% من السكان النشطين و43% من القوى العاملة. وتعتبر فئة الشباب في ليبيا الأكثر تعليماً واستجابة للحدثة والتطور لذا تركز السكان في ليبيا فالمدن وتستوعب حوالي 40% من القوى العاملة وهذا يؤكد علي انتقال قوة العمل من القرى للمدن مما يساهم في عدم توازن بين اقاليم الدولة
- ارتفاع التكلفة الإنتاجية في الدول الأخرى، ا يتيح فرصة استقطاب بعض الصناعات خاصة من الدول الأوروبية المطلة على البحر المتوسط، وذلك بعد تطوير البنى التحتية الحالية

التوصيات:

1. الاستفادة القصوى من ارتفاع العائدات النفطية ومحاولة استخدامها في تطوير المجالات والموارد التي بيها ميزة تنافسية من خلال وضع استراتيجية مثلي لتنمية خصوصاً في الوقت الراهن وما تمر به ليبيا من عدم استقرار سياسي واقتصادي..
2. الارتقاء بنوعية التعليم والتدريب في ليبيا بغية توفير المهارات المطلوبة للاحتياجات المتطورة لسوق العمل كذلك فتح معاهد ومراكز تدريب وطنية وأجنبية في المناطق المختلفة حسب الميزة التي تتمتع بها تلك المناطق، يحسن من آفاق التشغيل ويخفض من فترة البطالة .
3. استغلال الموقع الجغرافي لليبيا بجعلها منطقة للتجارة الحرة بين أوروبا وبلدان أفريقيا جنوب الصحراء
4. فيما يخص قطاع الصناعة والثروة المعدنية تطوير واشراك القطاع الخاص والاستثمار الأجنبي فيها، يمكن ان تساهم بشكل كبير في تطوير القطاع وتوفير الاحتياجات المحلية وربما التصدير لبعض الدول المجاورة
5. توفير الاستقرار الامني والسياسي من اجل توفير نظام فعال قادر علي تحقيق التنمية في ليبيا بشكل شامل والاستفادة من الموارد المتاحة بشكل فعال
6. فيما يخص قطاع السياحة تدريب وتأهيل الموظفين بالقطاع السياحي بشكل جيد على خدمات الضيافة والفندقية وخلق حوافز مادية ووظيفية لتشجيع العمل في القطاع السياحي وإعادة النظر في التشريعات والإجراءات الإدارية والأمنية لعمل قطاع السياحة كمنح التأشيرات لدخول الأجانب وتأسيس الشركات في المشاريع السياحية، والاهتمام بالبنية التحتية وقطاع المواصلات خاصة قطاع النقل البري والجوي
7. فتح باب قروض للمشاريع والصغيرة والمتوسطة وفقا للموارد المتاحة لكل مدينة مما يساهم في التنمية المكانية وتوفير فرص عمل.

قائمة المصادر والمراجع

المراجع العربية:

- الفارسي، عيسى حمد محمد (2001). القطاع النفطي والتغيرات في الاقتصاد الليبي، 1970 - 1995 ، مجلة البحوث الاقتصادية، مركز بحوث العلوم الاقتصادية ، دورية نصف سنوية ، بنغازي - ليبيا، ص 1 - 7 .
- الفيتوري، عطية المهدي (1992). ميزان المدفوعات وقيمة الدينار الليبي "دراسة تحليلية لدور التجارة الخارجية في تحديد قيمة الدينار الليبي"، منشورات مركز بحوث العلوم الاقتصادية ، بنغازي - ليبيا.ص17.
- اللجنة الشعبية العامة للتخطيط، خطة التحول الاقتصادي والاجتماعي (1981 - 1985). الجزء الأول، طرابلس - ليبيا ، ص 67
- ليبيا ويكيبيديا الموسوعة الحرة تم استخراجها في 2023/11/8
- المجذوب، أحمد (2012). رمال الصحراء الليبية ثروة داعمة ، صحيفة الوطن الليبية ، العدد الثاني.
- الهيئة العامة لتشجيع الاستثمار وشؤون الخصخصة (2009) ، مصدر سابق ، ص 63
- الهيئة الوطنية للمعلومات والتوثيق ، إحصاءات التجارة الخارجية (2201). طرابلس - ليبيا ، 2001 ، ص 7 .
- وزارة التخطيط ، خطة التحول الاقتصادي والاجتماعي (1976-1980) الجمهورية العربية الليبية، المطبعة العصرية ، طرابلس - ليبيا ، ص 105 - 106 .

Arabic and English sources

- Afrique, J, The Atlas of Africa, Holland, 1973, P100.
- Al-Farsi, Issa Hamad Muhammad (2001). The oil sector and changes in the Libyan economy, 1970 - 1995, Journal of Economic Research, Economic Sciences Research Center, semi-annual periodical, Benghazi - Libya, pp. 1-7.
- Al-Fitouri, Atiya Al-Mahdi (1992). Balance of Payments and the Value of the Libyan Dinar, "An Analytical Study of the Role of Foreign Trade in Determining the Value of the Libyan Dinar," Publications of the Economic Sciences Research Center, Benghazi - Libya, p. 17.
- Al-Majdoub, Ahmed (2012). The sands of the Libyan desert are a supportive wealth, Al-Watan Libyan newspaper, issue two.
- General People's Committee for Planning, Economic and Social Transformation Plan (1981-1985). Part One, Tripoli - Libya, p. 67
- General Authority for Investment Promotion and Privatization Affairs (2009), previous source, p. 63
- Libya from Wikipedia, the free encyclopedia. It was extracted on 11/8/2023
- National Authority for Information and Documentation, Foreign Trade Statistics (2201). Tripoli - Libya, 2001, p. 7.
- Nelson, Harold D, Libya : A Country Study, Washington : American university press, 1979, p.xi .
- Ministry of Planning, Economic and Social Transformation Plan (1976-1980), Libyan Arab Republic, Al-Asriyya Press, Tripoli - Libya, pp. 105-106.
- Roztocky, narcys (Natural nesources indesert desert arears,2013, london: cassel Publishers ltd. P89

الملاحق

ملحق (1) احتياطات ليبيا من الثروة المعدنية (الطينيات) على حسب المدن

المدن	الاحتياطي مليون طن	الصلاحية	الصناعات المستغلة
غريان	14.6	صناعة الإسمنت والخزفيات	يستغل من قبل الشركة العربية للإسمنت مصنع سوق الخميس ومن قبل مجمع الخزف بغريان
يفرن	17	صناعة الآجر	يستغل من قبل مصنع آجر السواني ومصنع جنزور مع إمكانية التوسع
شكشوك	كبير	صناعة الطوب الحراري	غير مستغل ومزيد من الدراسات التفصيلية
الخميس	كبير	صناعة الفخريات والخزفيات والإسمنت	مستغل بشكل بسيط من قبل الشركة العربية للإسمنت مصنع لبده
زليطن	غير محدد	الإسمنت والآجر	يستغل من مصنع سوق زليطن ومصنع البرج
مزدة	غير محدد	طوب الآجر	غير مستغل
الشويريف	بسيط	الإسمنت والآجر	غير مستغل
القريات الغربية	غير محدد	الفخريات والطوب	غير مستغل ومزيد من الدراسات التفصيلية
وادي الشاطئ	19.5	صناعة الطوب الآجر وأنايب الصرف الصحي الفخريات وبلاط الأرضيات	غير مستغل
سبها	18.61	صناعة الخزفيات والطوب الحراري	غير مستغل
غات	غير مقدر	صناعة الآجر	غير مستغل ومزيد من الدراسات التفصيلية
وادي الآجال	غير مقدر	طوب الآجر والإصباغ الحمراء	غير مستغل ومزيد من الدراسات التفصيلية
الجفرة الفقه	غير مقدر	صناعة الآجر وبلاط الجدران	غير مستغل ومزيد من الدراسات التفصيلية
بنغازي	كبير جداً	صناعة الإسمنت والجير والطوب الآجر	يستغل في صناعة الإسمنت ومعظم المواقع غير مستغلة
درنة	كبير جداً	صناعة الإسمنت والطوب ووسائل حفر آبار النفط	يستغل في صناعة الإسمنت مصنع الفتاح
الجفرة سوكنة	8 محتمل	وسائل حفر آبار النفط	توجد دراسة كاملة على إمكانية إقامة مصنع للإسمنت
زلة	كبير	صناعة حفر آبار النفط	غير مستغل ومزيد من الدراسات التفصيلية
مرادة	كبير	الخزف وصناعة طوب الآجر	غير مستغل ومزيد من الدراسات التفصيلية
أوجلة	كبير	الخزف وصناعة طوب الآجر	يستغل من قبل التشاركيات وشركة النهر الصناعي

ملحق (2) احتياطات ليبيا من الثروة المعدنية (الأحجار الجيرية ÷ على حسب المناطق

المناطق	الاحتياطي مليون طن	الصلاحية	الصناعات المستغلة
المنطقة الغربية	طرابلس	90	صناعة الإسمنت وإنتاج مادة الشرشور
	نالوت	مؤكد أكثر من 76	غير مستغلا وتوجد دراسة كاملة على إمكانية إقامة مصنع للإسمنت
	مزدة	كبير جداً	صناعة الإسمنت وإنتاج مادة الشرشور
المنطقة الوسطى	مصراتة	بسيط	إنتاج مادة الشرشور
	القداحية	غير محدد	صناعة الإسمنت والجير
	الجفرة	118	صناعة الإسمنت والجير
	بونجيم	غير مقدر	صناعة الإسمنت والجير
	سرت	كبير جداً	إنتاج مادة الشرشور
	التوفلية	كبير	إنتاج مادة الشرشور والجرانيت لصناعة البلاط
	الخمس	106	صناعة الإسمنت
	زليطن	368	صناعة الإسمنت
	المرج	كبير	صناعة الإسمنت ومادة مائة في صناعة الطلاء واللدائن وإنتاج مادة الشرشور
المنطقة الشرقية	بنغازي	213	صناعة الإسمنت
	اجدايبا	كبير	صناعة الإسمنت والجير والحديد والصلب
	بئر حكيم	كبير	صناعة الإسمنت والجير والحديد والصلب
	طبرق	كبير	صناعة الإسمنت والجير والحديد والصلب
	البيضاء	كبير	صناعة الإسمنت ومادة
			صناعة الإسمنت ومادة

	مائدة في صناعة الطلاء			
يستغل فقط في إنتاج مادة الشرشور	صناعة الإسمنت والجير وإنتاج مادة الشرشور	كبير	العوينية	
يستغل فقط في إنتاج مادة الشرشور	صناعة الإسمنت والجير وإنتاج مادة الشرشور	كبير	توكرة	
يستغل في صناعة الإسمنت من قبل مصنع الفتاح	صناعة الإسمنت والجير	مؤكد 45 & 50 محتمل	درنة	
يستغل في إنتاج مادة الشرشور من قبل بعض التشاركيات	صناعة الإسمنت وإنتاج مادة الشرشور	بسيط	هبيط الغردقة	المنطقة الجنوبية
غير مستغل وتشير الدراسات الحديثة بأن المنطقة تحتوي على احتياطي 4 مليار طن من خام الحديد	صناعة الإسمنت	مؤكد 16 & 21 محتمل	وادي الشاطن	
تحتاج مزيد من الدراسة	صناعة الإسمنت والحديد والصلب	120 مقدر	وادي الآجال	

المصدر : إطار التنمية الصناعية 2010-2013 م ، اللجنة الشعبية للصناعة والاقتصاد

والتجارة " سابقاً " .

مستوى ممارسة التخطيط الإستراتيجي في معاهد التعليم التقني والتدريب المهني

بالجمهورية اليمنية في ضوء إستراتيجية زياده الأعمال

الباحث / مصطفى علي أحمد الجعدي

طالب دكتوراه - قسم الإدارة والتخطيط التربوي - كلية التربية - جامعة صنعاء

أ.د/ عبدالجبار الطيب أمين

أستاذ الإدارة والتخطيط التربوي المشارك بكلية التربية - جامعة صنعاء

أ.د/ محمد عبد الله حميد

أستاذ الإدارة والتخطيط التربوي المشارك بكلية التربية - جامعة حجة

ملخص البحث

هدف البحث إلى معرفة مستوى ممارسة التخطيط الإستراتيجي في معاهد التعليم التقني والتدريب المهني بالجمهورية اليمنية في ضوء إستراتيجية زياده الأعمال، من خلال معرفة مستوى ممارسة التخطيط الاستراتيجي في معاهد التعليم الفني والتدريب المهني، ومستوى ممارسة معاهد التعليم الفني والتدريب المهني لأبعاد استراتيجية زياده الأعمال (الابتكار، والابداع، والمبادأة، والميزة التنافسية) من وجهة نظر أفراد العينة، ومعرفة مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة لمستوى ممارسة المعاهد للتخطيط الاستراتيجي وأبعاد استراتيجية زياده الأعمال تعزى لمتغيرات الدراسة (النوع، المؤهل، سنوات الخبرة، المسمى الوظيفي)، استخدم الباحث عينة عشوائية طبقية بنسبة (70%) من القيادات والإداريين البالغ عددها (131) فرداً، وتم استخدام الاستبانة كأداة للبحث، وتوصلت البحث إلى أهم النتائج منها أن إجمالي مستوى التخطيط الاستراتيجي، واستراتيجية زياده الأعمال حصلت على نسبة (58.8%) بمستوى متوسط، وحصل محور التخطيط الاستراتيجي أيضاً على نسبة (58.8) بمستوى متوسط، في حين حصل مستوى استراتيجية زياده الأعمال على نسبة (58.8) بمستوى متوسط، وأوصى الباحث بالزيد من الاهتمام لواقع ممارسة التخطيط الاستراتيجي لجميع مجالات التخطيط الاستراتيجي في معاهد التعليم الفني والتدريب المهني بالجمهورية اليمنية، ونشر ثقافة التخطيط الاستراتيجي وإعدادها والاستفادة من خبرة الخبراء في المجال نفسه، والعمل على إعادة صياغة الهيكل التنظيمي بما يخدم معاهد التعليم الفني والتدريب المهني بالجمهورية اليمنية ويعمل على تطويرها لمواكبة التطورات.

الكلمات المفتاحية: التخطيط الاستراتيجي، استراتيجية زياده الأعمال.

The Level of Strategic Planning Practices in Technical and Vocational Education Institutes in the Republic of Yemen in Light of Entrepreneurship Strategy

Mustafa Ali Ahmed Al-Jaadi

PhD Researcher, Department of Administration and Educational Planning at the Faculty of Education - Sana'a University

Prof. Abduljabbar Al-Tayeb Ameen

Associate Professor of Administration and Educational Planning at the Faculty of Education - Sana'a University

Prof. Mohammed Abdullah Humaid

Professor of Administration and Strategic Planning at the Faculty of Education and Humanities - Hajjah University

Abstract:

The research aims to determine the level of strategic planning practices in technical and vocational education institutes in the Republic of Yemen, in light of the entrepreneurship strategy. This is achieved by assessing the level of strategic planning practices in technical and vocational education institutes and the dimensions of entrepreneurship strategy in technical and vocational education institutes (Innovation, creativity, initiative, competitive advantage) from the perspective of the sample individuals. The research also aims to identify the presence of statistically significant differences in the responses of the sample individuals regarding the level of strategic planning practices and entrepreneurship strategy dimensions according to variables such as gender, qualification, years of experience, and job title. The researcher used a stratified random sample representing 70% of leaders and administrators, totaling 131 individuals. The questionnaire was used as a research tool. The research findings revealed that the overall level of strategic planning and entrepreneurship strategy obtained a moderate level with a percentage of 58.8%. The strategic planning dimension also obtained a moderate level of 58.8%, and the entrepreneurship strategy level obtained a percentage of 58.8% at a moderate level. The researcher recommended several recommendations, including: focusing on the reality of strategic planning practice for all areas of strategic planning in technical and vocational education institutes in the Republic of Yemen, promoting the culture of strategic planning, and working on restructuring the organizational framework to serve the technical and vocational education institutes in the Republic of Yemen and develop them to keep pace with developments.

Keywords: strategic planning, entrepreneurship strategy.

المقدمة :

يعد التخطيط من ضرورات الحياة للإنسان لمعرفة المجهول، وتجنب الكوارث، التي تحدث فيه؛ لذا حتم عليه الظروف توخي الحيطة والحذر لمواجهة ذلك المجهول، فيبدأ يخطط لنشاطاته المختلفة، للتغلب على ذلك المجهول، وما يحتويه من متغيرات وتقلبات الظروف الطبيعية، فيهدف الإنسان بالتخطيط إلى تنظيم شؤون حياته، وتطبيع المستقبل لأهدافه، وإن الحاجة للتخطيط الإستراتيجي أصبحت ضرورة حتمية في هذا العصر الذي يتسم بالتغير السريع، حين يصبح وقت رد الفعل حاسماً وجوهرياً بالنسبة لبقاء المؤسسة ونموها. وقدر كفاءة وفاعلية الإدارات القائمة على تلك المؤسسات، وحسن أدائها لمهامها وتحقق تلك الأهداف، ولأن مجالات عمل المؤسسات تركز على تقديم الخدمات المتنوعة لمجتمعاتها من تعليم وتدريب وبحث علمي وشراكة مع المجتمع المحلي (الشقران: 2011، 64).

ومن اعتقاد الباحث بأهمية عملية التخطيط الاستراتيجي، والتي لا يمكن الاستغناء عنها في أي مؤسسة ومنها المؤسسات التعليمية وبالأخص معاهد التعليم الفني والتدريب المهني وذلك لدورها الأساسي من خلال ما تقدمه في زيادة وتوفير المهارات القادرة على التعامل مع التغييرات التكنولوجية لتحقيق التنمية المحلية، وكذلك الميزة التنافسية وتحسين النوعية والإبداع وإدارة العمليات بكفاءة وفعالية الإنجاز في كل الأنشطة لإتاحة الفرص لإصحاب المهارات، وبناءً على ما سبق وجد الباحث نفسه في دائرة الاهتمام تأتي هذه الدراسة لإلقاء الضوء على معرفة واقع التخطيط الاستراتيجي في ضوء استراتيجية ريادة الأعمال، كل ذلك يبقى موضوعاً جديراً بالدراسة والتحليل.

مشكلة الدراسة :

يواجه التعليم الفني والتدريب المهني العديد من التحديات المحلية والعالمية التي تعيق أدائه بشكل عام والقيادات الإدارية بشكل خاص وهذا بحسب خبرة الباحث

ومعايشته للوضع التعليمي، فإن التخطيط الاستراتيجي في معاهد التعليم التقني والتدريب المهني يكاد أن يكون من الممارسات الغائبة؛ فضلاً عن أنه ليس هناك توظيف سليم لنتائج التخطيط الاستراتيجي في ضوء استراتيجية زيادة الأعمال وبما يحقق أهداف المعاهد؛ الأمر الذي شجع الباحث على اتخاذ قرار اختيار هذه الدراسة، لما لها من أهمية في تحسين إنتاجية المعهد عموماً وللمدراء والعاملين خصوصاً، وعلية يمكن صياغة إشكالية الدراسة في السؤال الرئيس الآتي:

ما واقع ممارسة التخطيط الاستراتيجي في معاهد التعليم الفني والتدريب المهني بالجمهورية اليمنية في ضوء استراتيجية زيادة الأعمال؟
ويتفرع عن السؤال الرئيس الأسئلة الآتية:

1. ما مستوى ممارسة التخطيط الاستراتيجي في معاهد التعليم الفني والتدريب المهني من وجهة نظر أفراد العينة؟
2. ما مستوى ممارسة معاهد التعليم الفني والتدريب المهني لأبعاد استراتيجية ريادة الأعمال (الابتكار، والابداع، والمبادأة، والميزة التنافسية) من وجهة نظر أفراد العينة؟
3. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($A=0.05$) بين إجابات أفراد العينة لمستوى ممارسة التخطيط الاستراتيجي لدى معاهد التعليم الفني والتدريب المهني تعزى لمتغيرات الدراسة (النوع، المؤهل الدراسي، سنوات الخبرة، المسمى الوظيفي)؟
4. هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ($A=0.05$) بين إجابات أفراد العينة لمستوى ممارسة معاهد التعليم الفني والتدريب المهني لأبعاد استراتيجية ريادة الأعمال تعزى لمتغيرات الدراسة (النوع، المؤهل الدراسي، سنوات الخبرة، المسمى الوظيفي)؟

أهداف الدراسة :

تهدف الدراسة بصورة رئيسية إلى تحقيق الأهداف الآتية :

1. التعرف على مستوى ممارسة التخطيط الاستراتيجي في معاهد التعليم الفني والتدريب المهني من وجهة نظر أفراد العينة.
2. التعرف على مستوى ممارسة معاهد التعليم الفني والتدريب المهني لأبعاد استراتيجية ريادة الأعمال (الابتكار، الابداع، المبادأة، الميزة التنافسية).
3. معرفة مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة لمستوى ممارسة المعاهد للتخطيط الاستراتيجي تعزى لمتغيرات الدراسة (النوع، المؤهل، سنوات الخبرة، المسمى الوظيفي).
4. معرفة مدى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد العينة لمستوى ممارسة معاهد التعليم الفني والتدريب المهني لأبعاد استراتيجية ريادة الأعمال تعزى لمتغيرات الدراسة (النوع، المؤهل الدراسي، سنوات الخبرة، المسمى الوظيفي).

أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذه الدراسة من خلال ما يأتي:-

1. الأهمية النظرية: تكمن شعور الباحث بأهمية دراسة التخطيط الاستراتيجي في معاهد التعليم الفني والتدريب المهني من أجل إنجاح العملية التعليمية التعلمية في ضوء استراتيجية ريادة الاعمال، كما تبرز أهميتها بأنها ستكون محاولة جادة لسد النقص الواضح في ميدان البحث العلمي، كما تعتبر هذه الدراسة أولى الدراسات — التي تسعى إلى الربط بين التخطيط الاستراتيجي في ضوء استراتيجية ريادة الأعمال، وفي نسق متكامل، ونظراً لحدائثة الموضوع على حسب علم الباحث — جاءت أهمية هذه الدراسة.

2. الأهمية التطبيقية: تفيد هذه الدراسة الجهات المختصة، حيث أنها تجعلهم يقفون على مؤشرات نتائجها في ممارسة التخطيط الاستراتيجي وعلاقته بالأداء المؤسسي في ضوء استراتيجية ريادة الأعمال، كما تقديم تغذية راجعة المعنيين بتطوير أدائهم المهني وتحسينه، وتستمد هذه الدراسة أهميتها من كونها تجري على قطاع هام وحيوي للشعب اليمني، وهو قطاع معاهد التعليم الفني والتدريب المهني لما تبذله المعاهد من جهود لتنمية وصل الشباب في مجالات مختلفة تسهم في تحسين وضعهم المعيشي من خلال إكسابهم مهن تنموية تساهم في التنمية المستدامة.

حدود الدراسة:

تحدد الدراسة طبقاً للنقاط التالية:

1. الحد الموضوعي: اقتصرت الدراسة على معرفة واقع التخطيط الاستراتيجي بمعاهد التعليم الفني والتدريب المهني في ضوء استراتيجية ريادة الأعمال.
2. الحد المكاني: تقتصر الدراسة على معاهد التعليم الفني والتدريب المهني الحكومية في ثلاث محافظات الضالع، اب، وصنعاء.
3. الحد الزمني: تم تطبيق الدراسة خلال العام -2021-2023 م.
4. الحد البشري: مدراء المعاهد والاداريين بمعاهد التعليم الفني والتدريب المهني في محافظات (الضالع، صنعاء، اب) بالجمهورية اليمنية .

مصطلحات الدراسة:

1. التخطيط الاستراتيجي:

هو خطة عمل شاملة وطويلة المدى نحدد أسلوباً ومساراً لبلوغ أهداف طويلة الأجل باستخدام الموارد المتاحة (عساف، 2008، 14).

كما يعرف بأنه عملية اتخاذ القرارات فيما يتعلق بأهداف المؤسسة، واستخدام الموارد وتطبيق السياسات من أجل تحقيق الأهداف" (مازن، 2008، 61).

التعريف الإجرائي:

"التخطيط الاستراتيجي هو: عملية تقوم بموجبها معاهد التعليم الفني والتدريب المهني بصياغة رؤية ورسالة وأهداف مستندة إلى معلومات دقيقة، وذلك بهدف التغلب على المشاكل المتوقعة وتطوير أدائها، والعمل على تزويد المعاهد بإطار عملي لاتخاذ القرارات المتعلقة بتوزيع الموارد، والاستفادة بالفرص المتاحة، وإحداث تغيير وتوجيهه وجهة معينة من أجل تحديد وضعها الحالي وأين تريد أن تصل في المستقبل.

2. إستراتيجية ريادة الأعمال:

تعرف "بأنها الأنشطة الاستراتيجية من منظور استراتيجي، تستعمل لاستثمار الميزة التنافسية الحالية، وأن ممارستها بفاعلية تساعد على تحقيق الميزة (الاستثمار أو الاستغلال).

و تعرف الريادة في إدارة الأعمال بأنها: "اللقب الذي يمنح لمن ينشئ مشروعاً جديداً، وبالمناظر الأوسع فإن الريادة الإدارية تشمل أيضاً من يدير الموارد المختلفة لتقديم شيء جديد أو ابتكار مشروع جديد(السكرانة،17،2006).

التعريف الإجرائي:

بأنها جملة من الخصائص وأنواع السلوك المتعلقة باختيار الأعمال في المعاهد التعليم الفني والتدريب المهني في محافظات صنعاء، اب، والضالع، وذمار، والتخطيط لها وتنظيمها وتحمل مخاطرها، وتحتاج إلى الإبداع في إدارتها، وإيجاد فرص وظيفية جديدة للأفراد، بحيث يتم التمييز والإبداع في مخرجات التعليم في المعاهد، من خلال ابعاد استراتيجية ريادة الأعمال(الابتكار، والإبداع، والمبادأة، والميزة التنافسية).

ثانياً: الدراسات السابقة

في هذا الفصل يتم تناول أهم الدراسات المتصلة بموضوع البحث الحالي على المستوى المحلي والدولي، وقد تمكن الباحث من الاطلاع عليها والاستفادة منها؛ وذلك لغرض معرفة موقع البحث الحالي بين هذه الدراسات، وقد واجه الباحث في هذا

الجانب شحة وندرة للدراسات والبحوث التي تناولت واقع التخطيط الإستراتيجي في معاهد التعليم التقني والتدريب المهني بالجمهورية اليمنية في ضوء إستراتيجية ريادة الأعمال، وفيما يلي عرضٌ لتلك الدراسات:

أولاً: الدراسات المتعلقة بالتخطيط الاستراتيجي

1. دراسة الغباري (2020) بعنوان "تقويم مستوى تنفيذ الاستراتيجية الوطنية لتطوير التعليم الأساسي في الجمهورية اليمنية من وجهة نظر القيادات التربوية" هدفت الدراسة إلى وضع تصور مقترح لتطوير الخطة الاستراتيجية الوطنية للتعليم العام بالجمهورية اليمنية من خلال التعرف على واقع الخطة الاستراتيجية ومعرفة المعوقات، استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، وتكون مجتمع البحث من جميع القيادات التربوية في ديوان عام وزارة التربية والتعلم والبالغ عددهم (185)، تمثلت عينة البحث من (143) فرداً تم اختيارهم بالطريقة العشوائية من جميع المستويات الوظيفية، واستخدم الباحث الاستبانة المغلقة كأداة للبحث، وقد أظهرت النتائج ارتفاع مستوى الموافقة في الإجابات حول واقع الخطة الاستراتيجية الوطنية للتعليم العام في اليمن من حيث (تحليل البيئة الداخلية والخارجية - تكوين الخطة- تنفيذ الخطة - الرقابة والتقييم)، وكما أظهرت النتائج ارتفاع مستوى الموافقة في الإجابات حول معوقات الخطة الاستراتيجية الوطنية للتعليم العام.

2. دراسة الليمون (2014) بعنوان " التخطيط الاستراتيجي في مدارس التعليم العام في منطقة أبوظبي التعليمية"

هدف البحث إلى تعرف واقع التخطيط الإستراتيجي في مدارس التعليم العام بمنطقة أبوظبي التعليمية، وأثر المتغيرات الديموغرافية لأفراد العينة (التخصص، الخبرة، المؤهل العلمي، الوظيفة)، مجتمع البحث من الموجهين التربويين ومديري المدارس، والبالغ عددهم (206) أفراد خلال العام الدراسي (2008-2009) اتبع الباحث المنهج الوصفي التحليلي وأبرزت الدراسة أن وضوح المفهوم العام للتخطيط الإستراتيجي لدى

إدارات مدارس التعليم العام بمنطقة أبوظبي التعليمية كان بدرجة مرتفعة بلغت (77.48) وقد ارتفعت درجة الاهتمام لدرجة مرتفعة جدا، وأظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى للمؤهل العلمي، ومصحة حملة البكالوريوس، وبتغير الخبرة ومصحة ذوي الخبرة المتوسطة وكذلك لتغير الوظيفة لمصحة الموجهين التربويين، بينما أظهرت النتائج عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية تعزى للتخصص كمتغير يمكن أن تؤثر على نتائج الدراسة، وأوصى الباحث بضرورة إشراك أكبر عدد ممكن من العاملين في المدرسة في إعداد الخطة الإستراتيجي للمدرسة

3. دراسة ماسيلاموني (Masilamony, 2010) بعنوان " التخطيط الاستراتيجي

يساعد على فعالية المؤسسات غير الربحية".

هدفت إلى معرفة كيف أن التخطيط الاستراتيجي يساعد على فعالية المؤسسات غير الربحية، وما هي العمليات المستخدمة في التخطيط الاستراتيجي حيث قام بالتطبيق على منطمتين، من خلال منهج دراسة الحالة بهدف مقارنة العمليات المستخدمة في كلا المنطمتين غير الربحيتين عينة الدراسة، وكشفت النتائج أن كلا المنطمتين غير الربحية كانت فعالة نسبيا لأنها اعتمد على استخدام المنهج التعاوني في التخطيط وكلا المنطمتين لديها لجنة للتخطيط وتسهيل عملية التنفيذ إلا أن أحد المنطمتين كان شكل التنفيذ فيها غير واضح وعدم وضوح جدول زمني، وضعف تتوفر الموارد المالية أما من العوامل التي سهلت نجاح تنفيذ الخطط ما يلي: الدعم الكامل والنشط لعملية التنفيذ، نوعية التقارير النهائية، القيادة الفعالة.

ثانياً: الدراسات المتعلقة بإستراتيجية ريادة الأعمال:

1. دراسة علي (2012). بعنوان "أثر المزايا التنافسية في تحقيق الريادة للمصارف

الإسلامية في اليمن: بالتطبيق على البنوك الإسلامية اليمنية"

هدفت الدراسة إلى توضيح أثر المزايا التنافسية للبنوك الإسلامية المستندة على القيم الإسلامية والأخلاقية والاجتماعية في مجال الخدمة المصرفية، ودراسة ريادة البنوك

الإسلامية في تقديم خدمات مصرفية ومالية تتميز بالجودة العالية والكفاءة والقدرة على مواكبتها للتطورات المصرفية الحديثة، وقد اشتملت عينة الدراسة على (500) فرداً من العملاء الداخليين تم اختيارهم من مجتمع الدراسة والمكون من كافة البنوك الإسلامية التي أنشئت وتمارس عملها فعلياً في اليمن حتى نهاية فبراير من عام (2011) وعددها خمسة بنوك، وقد أظهرت الدراسة أبرز النتائج أهمها: أن البنوك الإسلامية تستند بريادتها في ممارسة المصرفية إلى قواعد والأصول الإسلامية والأخلاقية، وأن البنوك الإسلامية رائدة في ابتكار أدوات مصرفية تقوم على أسس شرعية ممثلة في صيغ تمويلية متوسطة وطويلة الأجل، وكما أنه توجد آثار للميزة التنافسية.

2. دراسة ثامر وباهي(2021) . بعنوان " آليات اعتماد ودعم الجامعات لريادة الأعمال "

إن الهدف الرئيسي من هذه الدراسة هو وضع تصور و مقترح لتفعيل دور الجامعات و المؤسسات التعليمية في تطوير و دعم ريادة الأعمال و الابتكار، و لتحقيق ذلك استخدم الباحث المنهج الوصفي، و تحليل الأدبيات العلمية و التقارير الدولية حول ريادة الأعمال، وتوصلت الدراسة إلى أهمية الدعم المقدم من طرف الجامعات و الذي من شأنه ان يبلغ بريادة الأعمال إلى مراحل متطورة مما ينتج عنه تقدم و ازدهار الفرد و المجتمع و الدولة على حد السواء، وقد حددت الدراسة دور الجامعات في عدة نقاط دعم الابتكارات و الاختراعات عن طريق البحث العلمي الرصين، توفير الأبحاث و الدراسات المتعلقة بقطاع الأعمال، تمكين رواد الأعمال من الوصول إلى مصادر المعلومات بسهولة، احتضان الجامعات للمشاريع الوليدة ومرافقتها إلى أن تكبر، تدريب العنصر البشري بشكل يدعم الابتكار، نشر ثقافة ريادة الأعمال و الابتكار)، وكما توصلت الدراسة إلى وجود العديد من المعوقات لدور الجامعات، وانتهت بوضع تصور لهذا الدور في دعم و تطوير ريادة الأعمال.

3. دراسة بربرا وكالر (Kalar, Barbara, 2015). بعنوان " الجامعة الريادية، ما

بين الأنشطة الأكاديمية والتكنولوجيا ونقل المعرفة في أربع دول أوروبية" هدفت هذه الدراسة إلى توفير نظرة ثاقبة إلى تصورات الأكاديميين عن جامعة زيادة الأعمال على الرغم من جميع المبادرات والتغييرات البيئية والرغبة في إنشاء جامعات ريادية، هناك أبحاث محدودة حول كيفية تأثير التوجه الريادي داخل الجامعة على مشاركة الأكاديميين في الأنشطة المختلفة، وقد اتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، تكون مجتمع الدراسة من الأكاديميين في أربع جامعات أوروبية (جامعة أمستردام، وجامعة أنتويرب، وجامعة ليوبليانا وجامعة أكسفورد) واعتمد الاستبانة كأداة للدراسة، وقد خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج ؛ أهمها: أن الأكاديميين في كليات العلوم الطبيعية يرون أن أقسام الجامعة لديهم درجة عالية من زيادة الأعمال، عن نظرائهم في كليات العلوم الاجتماعية، وأن إدراك إدارة الجامعة على أنها ذات توجه عالي أو منخفض ريادياً في تنظيم المشاريع قد يكون له تأثيراً كبيراً على ما إذا كان الأكاديمي سيشارك في بعض الأنشطة التي تتسم بطابع أكثر زيادة في الأعمال، ولكن تأثيراً ضئيلاً على ما إذا كان الأكاديمي سيشارك أكثر في الأنشطة التقليدية، وأن الأكاديميين الذين يرون أقسام الجامعة لديهم على أنها ريادية وبدرجة عالية، هم أقل ميلاً للاعتقاد بأن المشاركة في نقل التكنولوجيا والمعرفة يمكن أن تكون ضارة للعلوم الأكاديمية.

خلاصة النظرية للبحث

أصبح التخطيط الاستراتيجي في الوقت الحالي من أهم الأدوات التي تساعد على تحقيق الرؤى، حيث لا تكاد تخلو اليوم مؤسسة أو منظمة عالمية من خطة الاستراتيجية خاصة، والتي تحرص على توفير متطلبات استقرارها ونموها كأساس لإنجاز خططها وتحقيق أهدافها، ويتطلب ذلك أن تعمل المنظمة على تحسين

قدرتها وكفاءتها في التعامل مع التغيرات الخارجية، وما بها من فرص وقيود وتهديدات، وكذلك العمل على رفع كفاءتها في التعامل مع بيئتها الداخلية وما بها من نقاط قوة ونقاط ضعف، فنجد أن لكل منظمة خطة استراتيجية على مستواها وتكون غالباً مشتقة من استراتيجية منظمة، ويهدف التخطيط الاستراتيجي على مستوى المنظمة إلى تحقيق الأهداف المنشودة وتأدية الأدوار المطلوبة (يعيشي، 2016، 51)، ويعتبر التخطيط الإستراتيجي أحد المفاهيم الإدارية الحديثة التي تساعد المؤسسة على التأقلم والاستجابة للتغيرات في بيئتها الداخلية والخارجية، فالتخطيط الإستراتيجي يُمكن المؤسسات من تحديد قدراتها البيئية الداخلية، والخارجية، والمستقبلية، بما يضمن لها النجاح في تحقيق أهدافها ضمن اعتبارات البيئة الخارجية المتغيرة.

وعرف التخطيط الاستراتيجي بأنه: أسلوب جديد في التخطيط والإدارة الفاعلة، يعبر عن عملية تستند إلى فهم واقعي وعميق لما يدور في بيئة المؤسسة الداخلية ومحاولة التعرف إلى الفرص والمخاطر التي تنطوي عليها، مما يمكن المؤسسة من توقع المستقبل واستشرافه والإعداد له؛ وأن التخطيط الاستراتيجي في المؤسسات التعليمية يعمل على تحسين الظروف وتوظيف مدرسين أفضل، واجتذاب طلاب أكثر تفضلاً، وتحديث المنشآت والمرافق، والحصول على الموارد المادية اللازمة لتحقيق الأهداف التي تسعى المؤسسات التعليمية لتحقيقها.

وعرفه الغزالي (2000، 69) بأنه مرحلة أساسية ومهمة من مراحل العملية الإدارية كونه يمثل أسلوباً في التفكير والمفاضلة بين أساليب وطرق العمل لاختيار أفضل البدائل ملائمة مع الإمكانيات المتاحة من ناحية، وطبيعة الأهداف المرغوب تحقيقها من ناحية أخرى، وذلك في عالم أصبح أصغر من حجه الجغرافي بسبب ثورة المعلومات والاتصالات والتطور التكنولوجي والمعريف أو ما يسمى بظاهرة العولمة

وعصر الانترنت، إذ أن رياح التغيير بما تحمله من متغيرات متنوعة باتت تطل كل أطرافه بلا ريب.

ثانياً: أهمية التخطيط الاستراتيجي وأهدافه

إن أهمية التخطيط الإستراتيجية تكمن في توفير الفرص للعالمين، وتحقيق القدرة على التأثير في حال مواجهتها للمخاطر، والتوقع في تحقيق فعالية المؤسسة، والعمل على زيادة الكفاءة والفعالية في اتخاذ القرارات.

أن منافع التخطيط الاستراتيجي تتمثل بالتزود بالمعلومات للمساعدة في عملية اتخاذ القرار، والتي تربط بين الأهداف القصيرة والبعيدة المدى، فيما يذكر حمدان وادريس (2007، 15)، والكروخي (2009، 22) إلى أن أهمية التخطيط الاستراتيجي تظهر من خلال الآتي: الإجابة على الأسئلة التي تواجه المؤسسة، ويوضح التهديدات والفرص المستقبلية للمؤسسة، ويضع أهدافاً محددة للإنجاز، كما يعمل كقناة للاتصال، ويطور الفرق التي تركز على مستقبل المؤسسة، ويزود بالاحتياجات التدريبية، ويركز على التنفيذ الذي هو مفتاح النجاح وليس نظرية مجردة، كما أن عملية التخطيط الاستراتيجي عملية مستمرة، وليست عملية عرضية، وأن تكون عملة التخطيط الاستراتيجي هجومية مفتوحة، وليست دفاعية مغلقة، ويعزز العمل الجماعي ويكسب الخبرة لكافة أفراد المؤسسة حيث يشارك جميعهم في بناء الاستراتيجية ووضع أهدافها، ويساعد المنظمة على استخدام الطريقة العقلانية في تحديد خياراتها في العمل وسلوك الطريق الأفضل لتحقيق أهدافها.

أهداف التخطيط الاستراتيجي

تظهر أهداف التخطيط الاستراتيجي من أهميته، فالأهداف العامة التي تسعى المنظمة لتحقيقها خلال الفترة الزمنية التي يتم إعداد التخطيط الاستراتيجي لها وعادة تكون 15 - 20 سنة، ثم تحدد بتفصيل أكثر في خطط خمسية (كل خمسة سنوات)، ثم

توضع خطط تنفيذية لكل سنة، ومهما كان تلك الفترة الزمنية التي يوضع لها التخطيط فلا بد أن تكون هناك أهداف أهمها: (الفولي والفولي، 2013، 23)، أن تكون ضمن المهام والأهداف التي تسعى المؤسسة لتحقيقها، مرتبطة ارتباطاً مباشراً باحتياجات المستفيدين، ويتم تحقيقها في ضوء الموارد المتاحة، كما يمكن قياس مدى التوصل إليها بسهولة وبطرق متفق عليها، وتسهيل إعداد الخطة ليسهل عملية التنفيذ والتقييم والمتابعة.

كما حددا (الفولي والفولي، 2013، 34) الهدف العام والذي يشتق من الأهداف العامة للدولة، فهو يعد البوصلة الذي يحدد اتجاه النتائج والانشطة اللازمة، وعلى ضوءه تنبثق منها الأهداف العامة للمؤسسة من أجل تحقيقها.

ثالثاً: خصائص التخطيط الاستراتيجي:

ذكر كل من الكرخي (2014، 27)، والحريري (2007، 90)، والعجمي (2008، 102)، والحاج وأحمد (2002، 19) أن عملية التخطيط يتطلب مجموعة من الخصائص تلك الخصائص التي تؤكد نجاح الخطة من تلك الخصائص ما يلي:

1. الاستمرارية

تعتبر الخطة الحالية مكملة لعمليات التخطيط ومرتبطة بالخطط القادمة بمعنى ان التخطيط دورة تتكامل فيها البدايات مع النهايات، وكل عملية مرتبطة بالأخرى.

2. الوضوح

يعتبر التخطيط تحضيراً ذهنياً لمسار عمل في الواقع يمكن أن يتم في المستقبل، لذا يجب أن تكون الخطة قابلة للتعديل وتصحيح الخطأ كلما دعت الضرورة لمواجهة الظروف الطارئة والاحتمالات التي قد تظهر أثناء التنفيذ.

3. البساطة: بمعنى أن تكون الخطة مرنة سهلة الفهم غير معقدة.

4. الواقعية: يأخذ التخطيط الوضع القائم في الاعتبار من حيث طبيعة البناء والاحتياجات والامكانيات، كما يشمل الواقع السياسي من حيث رسم السياسات العامة واتخاذ القرارات والواقعية الإدارية من خلال مستوى عمل الأجهزة الإدارية وتنظيماتها وظروف العمل فيها.

5. الأولويات والبدائل: بمعنى أن تكون الخطة الناجحة هي التي ترتب أولوياته وتضع البدائل لتنفيذ هذه البدائل في الوقت المناسب.

6. التوقع: يظهر ذلك من خلال اعتمادها النظرة المستقبلية المستندة على أحدث الأساليب ومن قبل هيئات متمرسة لكونها وثيقة الطلة بالمستقبل.

استراتيجية ريادة الأعمال

أولاً: مفهوم استراتيجية ريادة الأعمال

يختلف مفهوم الريادة تبعاً لمحددات عدة، ويتعمق البعض منياً بالثقافة، فلا يزال مفهوم الريادة سؤالاً مطروحاً في القراءات المختلفة، والتعاريف تعتمد بالغالب على البعدين الاجتماعي والاقتصادي اللذين يتلونان بحسب المجتمع أو الظروف المحيطة بالمجتمع. (ماس، 2007، 5)، في حين عرف الاتحاد الأوروبي ريادة الأعمال على أنها الأفكار والطرق التي تمكن من خلق وتطوير نشاط ما من خلال مزج المخاطر والابتكار أو الإبداع والفاعلية في التسيير ضمن مؤسسة جديدة أو مؤسسة قائمة. (إدريس وأحمد، 2016)، وكما يقصد بالريادة في المصاريف قدرة المصارف على تقديم خدمات ومنتجات مصرفية مبتكرة مسبقة ودخولها إلى الأسواق في الأوقات المناسبة لمواجهة بذلك التحديات في بيئة الأعمال من خلال استثمار الفرص وتجنب التهديدات بهدف زيادة قاعدة العملاء ونمو الأرباح ومضاعفة حجم الأصول والارتقاء بمستوى المعرفة لدى العاملين بأصول ومسندات الصناعة المصرفية الحديثة. (زيدان، 2015)

عرف Burch ريادة الأعمال بأنها مجموعة من الأنشطة التي تقوم على الاهتمام، و توفير الفرص، وتلبية الحاجات، والرغبات مدن خلال الإبداع والاستحداث لتحقيق السبق في قطاع معين، أو إدارة نشاط أو عمل جديد في ميدان محدد .حيث يبتكر الريادي شيئاً جديداً بشكل علمي وشمولي، ويمارس عملاً جديداً يتسم بالإبداع ويتصف بالمخاطرة. (مطوع، آبا الخيل، و ابراهيم، 2012، 11)، ويشير الشميمري والمبيريك(2019، 24) أن ريادة الأعمال (Entrepreneurship) هي كلمة فرنسية الأصل، تعني الشخص الذي يشرع في إنشاء عمل تجاري وفق أفكار خلاقة مبعدة و طرق مبتكرة تركز على المخاطرة و رأس المال الجريء، و ريادة الأعمال هي عبارة عن تحدي لقدرة رائد الأعمال على قيادة التغيير في ظل ظروف عدم التأكد، فهي عملية ديناميكية تستوجب تمتع رائد الأعمال بمهارات و معارف و خبرات و إمكانيات تساعده على قيادة و إدارة المنظمات و توجيهها بما يخدم التهديدات في بيئة عمل محاطة بالمخاطر و التحديات و المنافسة.(Sood & Arora, 2007)

ثانياً: أهداف ريادة الأعمال:

تركز ريادة الأعمال إلى تحقيق مجموعة من الأهداف في بيئة العمل، وتتمثل في الآتي: (الجرداوي، 2013، 96؛ 99)، فالسعي إلى إنشاء مشروعات جديدة وإدارة ذات أهداف محددة داخل المؤسسة، وتهيئة المناخ الذي يناسب العمل وذلك من خلال القيام بتعزيز مناخ العمل العام من أجل تنفيذ ريادة الأعمال على مستوى المنشأة ككل، كما تشجيع ودعم المبادرات الخاصة بالموظفين والعاملين داخل المنشأة، وتشجيعهم على طرح كافة الأفكار الجديدة، وتطبيق التجديد الاستراتيجي الذي يشمل إعادة التفكير بالتوجهات والفرص المتاحة للمنشآت، ومتابعة مدى تنفيذ تلك الاستراتيجيات والقيام الدائم بتطويرها، لذلك فالهدف من ريادة الأعمال هو تحسين الوضع الحالي والوضع في المستقبل للمؤسسة، وكما أنها توفر للرياديين مزيد من فرص العمل، التي تناسب

إمكانياتهم وقدراتهم في المؤسسة، وتساعد في دخل المؤسسة اقتصاديا وتقديم خدمات متميزة وذات جودة عالية، وأحدث التقنيات الحديثة.

ثالثاً: أهمية استراتيجية زيادة الأعمال

إن الاستراتيجية التي تشجع المؤسسات على الإبداع والابتكار واتخاذ القرارات وأخذ المسؤولية عن هذه القرارات هي تلك الريادة التي لديها قدرة التغيير السريع والتوسع في الميزة التنافسية في أوساط منافسيها. (Histrich and Others . 2005)، وإن الأفكار التي تحول إلى فرص حقيقية تعتبر النواة الأولى لأن تكون رائدة أعمال ناجحة، وتظهر أهمية ريادة الأعمال من خلال: تحفيز الأشخاص الذين يمتلكون أفكار إبداعية على تقبل مفهوم المخاطر والتعرف على أساليب التغلب عليها وكيفية إدارتها، وتسهم في منح فرص جديدة للأشخاص الذين يبحثون عن فرص الوظيفة في مجال التخصص، كذلك تنمية ونشر مفهوم ثقافة العمل الحر لدى المبدعين، والمساهمة في تنمية التفكير الإبداعي للأفراد داخل المجتمع مما يسهم في استثمار الفرص المتاحة، والمساعدة في دعم الاقتصاد الوطني ومواكبة للرؤية الوطنية، وكما تسهم في إجراء التغييرات السريعة المرتبطة بالصناعة وتلبي حاجات سوق العمل والتكنولوجيا القيم الاجتماعية، وكما أن لديها القدرة على تحقيق النجاحات المالية والنمو واستمرارية البقاء على المدى الطويل، وأشار الأيوبي (2018، 11) أن أهمية الريادة تبحت باستمرار عن الأساليب المناسبة لتحقيق المزايا التنافسية وتمكن الكوادر الوظيفية من توجيه سلوكهم الإبداعي نحو تحقيق الأهداف المشتركة وإطلاق طاقة الإبداع لدى هؤلاء، والتي قد تعمل المنظمة على الاستفادة منها لتحسين قدرتها التنافسية، وبناءً على ما سبق فإن أهمية ريادة الأعمال هي التي تعتمد على الإبداع والابتكار واتخاذ القرارات وأخذ المسؤولية عن هذه القرارات، كما أنها تلك الريادة التي لديها قدرة التغيير وتعمل على

تحقيق رضا المجتمع والفئات المستفيدة من أداء تلك المؤسسة وخلال من خلال التأقلم والتكيف مع المتغيرات البيئية والاقتصادية والاجتماعية والتقنية.

رابعاً: خصائص قيادة الأعمال

أوضح كل من النجار والعلي (2006، 10)، و بأن هناك خصائص لقيادة الأعمال تسهم في تقدم الشعوب بمختلف بيئتها يمكن تلخيصها على النحو الآتي:

1. الاستعداد والميل نحو المخاطرة :

يرى البعض بأن الرياديين هم الناس الذين تستند أعمالهم على إبداع منتج جديد أو خدمة جديدة، ولكننا نرى أن أي شخص لديه الشجاعة أن يبدأ عملاً جديداً، هو رجل ريادي حيث يحمل هذا المشروع، والعمل نوعاً من المخاطرة، والمخاطرة متنوعة سواء عند بدء المشروع، أو تشغيله، وتتضح هذه المخاطرة، وتزداد عادة مع زيادة احتمالية فشل المشروع، ونلاحظ أنه كلما زادت درجة الرغبة في النجاح يزداد الميل والاستعداد نحو المخاطرة لتحقيق الريادة، وإن أهم ما يجب أن يتمتع به رجل الأعمال المبادر هو الشجاعة والمخاطرة كلما شعر بقرب الفشل.

2. الثقة بالنفس:

إن الثقة بالنفس تجعل الرياديين من أعمالهم أعمالاً ناجحة، لأنهم يملكون شعوراً متفوقاً، وإحساساً بأنواع المشاكل المختلفة بدرجات أعلى، وإن ميزة الإحساس بالأمان التي يبحث عنها الناس عادة لا تحد من قدرة رجال الأعمال على الحركة وحريرتهم في السيطرة على الأمور، وأن الأخطاء جزء من ضريبة العمل الحر والإدارة المستقلة.

3. التفاؤل والرغبة في تحقيق الطموحات:

يمتلك الرواد خاصية التفاؤلية، إنهم متفائلون أكثر من غيرهم، فهم غير متشائمين، صحيح أن الناس قد يفشلون في تحقيق شيء ما، وهذا أمر طبيعي لا يمكن تفاديته، ولكننا يجب أن نتعلم من ذلك الفشل، إذ أن التفاؤل يمكن أن يساعد على النجاح، كما إن

الرياديون يعرفون أهدافهم جيدا، فهم منظمون فسيولوجيا، ويختلفون في درجة الرغبة في النجاح، فالنجاح في عالم الأعمال ليس سهلا وليس مستحيلاً، فقد يحقق نجاحا باهرا في عمل ما، فهناك معوقات قد تواجه رواد الأعمال في كل الأحوال، ولكن يمكنهم القفز فوق حواجزها إذا ما ثابروا على النجاح، وذلك بالتشبث بهويتهم.

4. الاندفاع والالتزام بالعمل

يظهر الرياديون دائما مستوى أعلى من الاندفاع نحو العمل بالنسبة للآخرين حتى إن هذا الاندفاع والحماس يأخذ شكل العناد والرغبة في العمل الصعب أو الشاق، فهو يشكل في المؤسسات مجالا حيويا لروح المبادرة في مجال الإبداع، والنواة الأولى التي تبدأ منها الأفكار .

خامساً: أبعاد استراتيجية الريادة

أشار جوهنسن (Johnson,2017:310) إلى أن استراتيجية ريادة الأعمال عبارة عن عملية يقوم عن طريقها الأفراد أو الفرق أو المؤسسات بتحديد واستغلال الفرص للمنتجات والخدمات الجديدة التي تلبى الحاجات في السوق، ولقد تم تحديد أبعاد للريادة الإستراتيجية وفقاً لدراسة كيميليا (Kimuli,2011,14) والتي تضمنت الأبعاد الآتية :

1. الثقافة الريادية

إن مفهوم الثقافة الريادية مفهوم معروفا ومعمول به في مجالات متعددة، وتمثل الثقافة الريادية عن القيم الاجتماعية المشتركة بين أعضاء المؤسسة ودرجة الاعتقاد بها والتي تشكل هيكل وطبيعة الاجراءات التي تتبعها المؤسسة من أجل تحديد المعايير السلوكية، فالثقافة الريادية هي نتاج ما اكتسبه العاملون من أنماط سلوكية وطرائق تفكير وقيم واتجاهات ومهارات استراتيجية ريادية قبل انضمامهم للمؤسسة التي يعملون فيها(علي،2020، 99)

2. الإبداع والابتكار

هناك اختلاف بين الإبداع والابتكار، حيث أنه واحد يقود إلى الآخر، فالإبداع يحدث بداية بفكرة لمنتج أو عملية جديدة بينما المحاولة الأولى لصنعها في الواقع تدخل في حيز الابتكار؛ حيث إن الإبداع توليد قيمة جديدة والإبداع هو الجزء الملموس المرتبط بالتنفيذ أو التحويل من الفكرة إلى المنتج، وهو القدرة على تطوير الأفكار الابتكارية التي تعكس الحاجات المدركة وتستجيب للفرص في المؤسسة، وكما يعتبر الخطوة الأولى للابتكار ويساهم في نجاح المؤسسة على المدى الطويل ويحسن عملية صنع القرار من خلال تشجيع العصف الذهني كأحد الأساليب المستخدمة في جمع عملية صنع القرار معاً لتطوير أفكار جديدة بحرية وعضوية دون انتقاد.

بينما الابتكار هو الوصول إلى ابتكار أشياء ذات قيمة في الخدمات والأفكار والاجراءات والعمليات ضمن مجموعة من العاملين مع بعضهم البعض في ظل الإطار الاجتماعي للمنظمة الذي يتكون من الأفراد والجماعات للتأثير في السلوك الابتكاري الذي يحدد الابتكار التنظيمي للمؤسسة. (Weaver.2001 . P.20)

3. درجة التنافسية

يقصد بالتنافسية على أنها تلك الجهود والإجراءات والابتكارات والضغوط وكافة الفعاليات الإدارية والتسويقية والإنتاجية والابتكارية والتطويرية التي تمارسها المعاهد التقنية والمهنية من أجل الحصول على شريحة أكبر ورفع أكثر اتساعاً في الأسواق التي تهتم بها (السلمي، 2001، 101).

أن المعاهد التقنية تواجه حالياً عدة تحديات نتيجة التطورات والتغيرات الكبيرة التي يشهدها العالم اليوم، والتي أدت إلى زيادة حدة المنافسة، فالمعاهد تعتبر كيان اجتماعي منسق بشكل معتمد له حدود تميزه عن بيئته الخارجية، فهي تعمل على أساس الاستمرار النسبي لتحقيق أهداف مشتركة (علي، 1999، 15).

ويوضح كل من كنوش (2012، 398)، وخلييل (2009، 16) أنه لم يكن ظهور الميزة التنافسية بالصدفة، وإنما هو نتاج التحول في مفهوم الميزة النسبية بسبب التحولات التي عرفها العالم على جميع الأصعدة، وأن الميزة التنافسية بدأت في الانتشار في الثمانينات خاصة بين المؤسسات الأمريكية خاصة بعد ظهور كتابات أستاذ الإدارة الإستراتيجية بجامعة هارفارد "مايكل بورتر" بشأن إستراتيجية التنافس والميزة التنافسية، لذا أصبح مفهوم الميزة التنافسية يشغل حيزا ومكانة هامة في كل مجال الإدارة الاستراتيجية واقتصاديات الأعمال. (خديجة، 2011، 2)

وتعرف الميزة التنافسية على أنها القدرة على الاستغلال الأمثل لمواردها وخاصة البشرية منها، لصياغة وتطبيق السياسات والاستراتيجيات المناسبة التي تميزها عن بقية المؤسسات المنافسة، وهي تلك إن الأعمال التي تمتلك الامتيازات في المؤسسات التي تحمل أهمية وأسم تميزها عن غيرها ويكمن ذلك ومن خلال الدعم الذي توفره المؤسسة الأم على مستوى البلاد. (فراي وستونر ووينزايمر، 2007، 108)

5. درجة الاستقلالية

يعتقد البعض أن مفهوم الاستقلالية في العمل، أنها ثورة على الواقع أو القوانين التي يتم وضعها في المؤسسة، ولكن الأمر ليس كذلك تمام إنما أن الموظف الموجود في المؤسسة هو موظف في مؤسسة من المؤسسات يساعدها للوصول إلى أهدافها الواضحة بالتعاون مع زملائه لا بالصراعات التي تنشأ وألا مسؤولية لدى بعض الأشخاص، وإنما بمستوى رضا عالي لديه والأشخاص الذين يعملون داخل المؤسسة.

استراتيجية ريادة الأعمال وتجارب بعض الدول

إن تقدم الشعوب يكون من أبنائها والمؤسسة التي ينتمي إليها ومرتبطة ببيئته الداخلية والمحيطه به، وأن أي مؤسسة تسعى إلى الريادة والتميز هي مؤسسة تمتلك مهارات وكادر قيادي لديه وعي في إيجاد استراتيجيات ريادية تقود أعماله نحو التقدم

بين الشعوب، فعلى سبيل المثال نذكر عدة نماذج ريادية قادة العالم نحو التقدم وكان لها دور حتى في تقدم الشعوب البدائية بحسب استخدامها الصحيح لها، منها على سبيل المثال: (فاضل، 2016، 48)، و (الجمودي، 2017، 53؛ 53)

1. فيس بوك لمارك زوكربيرج: أحد أهم رواد الأعمال في العالم، والذي قدم للعام فكرة لم تكن في بال بشر ومن خلال تلك لفكرة الريادية جعلته من أغنى رجال العالم، وكل هذا حدث بفضل تأسيسه لموقع التواصل الاجتماعي، حيث وصل في نهاية عام 2004م عدد مستخدميه إلى مليون مستخدم، وبانتهاء عام 2005م، أصبح عدد مستخدميه يناهز الملياري مشترك، وظلت قيمته السوقية تشهد ارتفاعات متواصلة حتى بلغ 272 مليار دولار في منتصف عام 2015م، عندها أصبح زوكربرج واحداً من أصغر أصحاب المليارات في التاريخ.

2. مايكروسوفت لـ بيل جيتس: يعد من أشهر البرامج الرائدة في العالم، حيث لا يمكن الاستغناء عن استخدامه في أي مؤسسة، علماً بأن بيل واحداً من أشهر رواد الأعمال في العالم، فقد بدء بالسعي وراء حلمه الريادي وهو في عمر العشرين، وأصبح مؤسس لشركة مايكروسوفت الأكبر في العالم وخاصة في مجال تقنيات الحاسوب والبرمجيات ولكنه ترك العمل في الشركة في عام 2008م.

3. برنامج الاستقرام لمؤسسه كيفين سيستروم: حقق كيفين نجاحاً كبيراً في انتشار برنامجهم منذ ظهوره في أكتوبر عام 2010م، والتف حوله عدد كبير من النجوم والمشاهير والشخصيات العامة لتبادل الصور والفيديوهات والملفات الخاصة بهم من خلاله

4. برنامج الهوت مل لصابر باتيا: كان عبقرياً منذ أن كان تلميذاً هندياً عادياً وصل إلى الولايات المتحدة في العالم 1989م، وتخرج من جامعة (ستانفورد) وحصل على عمل في شركة انترنت بكمبرج، وبدا بمناقشة تأسيس شركة تعمل على

تطوير شبكة الانترنت مع زميله في العمل وتلقيا تحذير صارما بعدم استخدام خدمة الشركة للتواصل الداخلي من هنا ظهرت الفكرة لديه لماذا لا يوجد بريد إلكتروني خاص بكل شخص لديه إنترنت وفي مطلع العام 1996م جاء (الهوت ميل) للوجود وتم بيعه إلى شركة مايكروسوفت بمبلغ 400مليون دولار أمريكي.

الجانب العلمي

يتضمن هذا المبحث وصفاً عن الطرق والإجراءات المنهجية العلمية التي تم في ضوءها تحقيق أهداف البحث وتتمثل بمنهج البحث، ومجتمع البحث، وعينة البحث، وأداة البحث، واختبار صدقها وثباتها، والإجراءات التنفيذية لتطبيقها بحسب كل هدف على حدة، والأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات ويمكن عرضها، كما يأتي:

أولاً: منهج الدراسة:

تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لمعرفة وتشخيص واقع التخطيط الاستراتيجي في معاهد التعليم الفني والتدريب المهني بالجمهورية اليمنية في ضوء استراتيجية ريادة الأعمال من خلال مستوى استجابات افراد عينة البحث.

ثانياً: مجتمع الدراسة:

يشمل مجتمع البحث جميع القيادات والاداريين في معاهد التعليم التقني والتدريب المهني (الامانة، الضالع، لحج، اب، تعز، البيضاء) بالجمهورية اليمنية، الذين يشغلون مناصب(مديرو ونواب المعاهد، مديرو إدارات، ورؤساء الاقسام)، البالغ عددهم (238) فرداً، خلال العام 2023/2024م

ثالثاً: عينة الدراسة:

نظراً لطبيعة البحث وأهدافه المستقبلية، وقد تم استخدام العينة العشوائية التطبيقية والبالغ عددها (166) فرداً من القياديين والاداريين المتواجدين في عدد(21) معهداً من المعاهد المتواجدة في المحافظات، وبنسبة(36%) من أجمالي (39)، معهداً وبنسبة (26%)، والعينة الفعلية للعينة(133) فرداً.

عرض النتائج ومناقشتها

1. نتائج المحور الأول: مستوى ممارسة التخطيط الاستراتيجي

أ. نتائج مجال التخطيط الاستراتيجي

جدول رقم (1) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة البحث

لواقع مجال التخطيط الاستراتيجي

م	المجالات	ت	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الدلالة
5	تدرك إدارة المعهد أهمية التخطيط الاستراتيجي.	1	3.21	1.000	64.2%	متوسطة
1	تصيح إدارة المعهد رؤية واضحة للمعهد.	2	3.18	.90	63%	متوسطة
7	تحرص إدارة المعهد على اتخاذ القرار السليم للتخطيط الاستراتيجي.	3	3.05	.99	61%	متوسطة
3	لدى إدارة المعهد فهم واضح بالتخطيط الاستراتيجي.	4	2.95	.91	59%	متوسطة
4	تلتزم إدارة المعهد بالتخطيط المستمر لتطوير أداها.	5	2.94	.93	58%	متوسطة
2	تضع إدارة المعهد أهداف طويلة الأجل.	6	2.77	.83	55.4%	متوسطة
6	توفر إدارة المعهد الإمكانيات التي من شأنها تحقيق الخطة الاستراتيجية.	7	2.75	.98	55%	متوسطة
8	تحلل إدارة المعهد العوامل المؤثرة في عملية التخطيط الاستراتيجي.	8	2.72	.91	54.4%	متوسطة
9	تلتزم إدارة المعهد بتنفيذ كل بنود الخطة الاستراتيجية	9	2.66	.94	53.2%	متوسطة
	الإجمالي		2.92	.70	58.4%	متوسطة

يتضح من الجدول رقم (1) الآتي :

- أن واقع ممارسة التخطيط الاستراتيجي وعلاقته بالأداء المؤسسي في معاهد التعليم الفني والتدريب المهني بالجمهورية اليمنية في مجال التخطيط الاستراتيجي نتج بمستوى الممارسة بدرجة (متوسطة) لجميع فقرات هذا المجال، وبنسبة مئوية بلغت (58.4%) وبمتوسط حسابي إجمالي (2.92) وانحراف معياري إجمالي (0.70) وهذا يعزو إلى أن التخطيط الاستراتيجي لدى المدراء المعاهد التقنية والفنية أدراك بمفهومه ولكن أن عليهم وضع أهداف واضحة

ومحددة يستفيد منها سوق العمل ويعود بالفائدة على مخرجات التعليم، وحتى وأن وضعوا مدراء المعهد الخطط الاستراتيجية، ولكن دون جدوى لتنفيذ كل ما تحتويه الخطة والأهداف بشكل كبير ولاسيما في ظل الوضع الحالي في اليمن.

أما بالنسبة على مستوى الفقرات فقد جاءت على النحو الآتي:

- حصلت الفقرة رقم (1) وحصلت الفقرة رقم (5) بدرجة متوسطة، ويعزى ذلك إلى أن المعاهد تعاني من قصور في تطور أهدافها المرحلية بصورة محددة وقابلة للقياس وواقعية ويمكن تحقيقها، ولها رؤية ورسالة واضحة ومكتوبة، ولا توجه أنشطتها وتدخلاتها بما يساهم في تحقيقها، وأن لديهم قناعة بأهمية التخطيط الاستراتيجي ب. وكانت أدنى المتوسطات الحسابية من نصيب الفقرات، الفقرة رقم (8)، والفقرة رقم (9)، وبدرجة متوسطة، ويعزى ذلك إلى أن مديري المعاهد يسعى بنسبة متوسطة بحيث تتطابق وتنسجم مع التزام ادارات المعاهد بتنفيذ الخطة الاستراتيجية والذي يترتب عليه الالتزام بكل م يساهم في عملية التنفيذ مثل الانظمة الإدارية والمالية وغيرها، والقيام بالتحليل ووضع بنود الخطط الاستراتيجية ولكن دون جدوى إلى القيام بتنفيذها كاملاً، ولاسيما بأن ادارات المعاهد تغفل عن العوامل المؤثرة في التخطيط وعدم مشاركة العاملين في صياغة ووضع الخطط الاستراتيجية وبالتالي غياب الوعي بالأنشطة والوقت والتكلفة اللازمة لتنفيذها.
- اتقفت هذه الدراسة مع دراسة الديراوي (2017)، ودراسة الكردي (2010)، واختلفت مع دراسة الثقفي (2016)، فقد جاء مستوى التخطيط الاستراتيجي بدرجة عالية.
- ج. نتائج مجال ثقافة التخطيط الاستراتيجي

جدول رقم (2) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة البحث

لواقع مجال ثقافة التخطيط الاستراتيجي

م	المجالات	ت	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الدلالة
7	يلتزم العاملون بإدارة المعهد بقرارات الإدارة العليا.	1	3.50	.85	70%	متوسطة
4	تحتزم إدارة المعهد آراء العاملين فيها حول الخطة الاستراتيجية.	2	3.02	0.92	61%	متوسطة
6	تساعد ثقافة إدارة المعهد على نجاح عملية التخطيط.	3	3.01	.97	60.2%	متوسطة
1	يوجد لدى الإدارة تصور واضح لعملية تصميم تحليل العمل	4	2.91	0.89	58.2%	متوسطة
2	تعمل خطط إدارة المعهد إلى نشر الوعي للتكيف مع المتغيرات في البيئة الخارجية.	5	2.88	.86	57.5%	متوسطة
3	تعطي إدارة المعهد حق المشاركة في التخطيط الاستراتيجي	6	2.85	.95	57%	متوسطة
5	تعزز إدارة المعهد خططها المستقبلية لنشر ثقافة التخطيط الاستراتيجي .	7	2.85	.98	75%	متوسطة
الاجمالي						متوسطة

يتضح من الجدول رقم (2) الآتي :

- أن واقع ممارسة التخطيط الاستراتيجي وعلاقته بالأداء المؤسسي في معاهد التعليم الفني والتدريب المهني بالجمهورية اليمنية في مجال ثقافة التخطيط الاستراتيجي (متوسطة) لجميع فقرات هذا المجال، وبمتوسط حسابي إجمالي (3.00) وانحراف معياري إجمالي (0.78)، ويعزى ذلك؛ إلى أن هناك أدراك إدارات المعاهد لعنى ثقافة التخطيط الاستراتيجي، وليس بالمستوى المفهومية والتطبيقية، ولكنها تعي بأن أذا وجد بدرجة عالية الفهم والتقانة لاسيما يسود ثقافة التخطيط الاستراتيجي والالتزام فيه.
- أما بالنسبة على مستوى الفقرات فقد جاءت على النحو الآتي:

- حصلت الفقرة رقم (7) وحصلت الفقرة رقم (4)، بدرجة متوسطة، ويعزى ذلك إلى:
- أن إدارة المعاهد تدرك بأهمية التشاور والاختار بالرأي وأن هناك وعي بأهمية التخطيط بالرأي ذات المقترحات المفيدة وما يترتب عليه من نتائج إيجابية في عملية التنفيذ من قبل العاملين ووعيهم بالقرارات المرنة التي تحافظ على البقاء ومواصلة استمرار التعليم فيها في ضل الوضع.
- وكانت أدنى المتوسطات الحسابية من نصيب الفقرات، الفقرة رقم (3)، والفقرة(6)، والفقرة رقم (5) بدرجة متوسطة، ويعزى ذلك إلى : أن إشراك العاملين في عملية التخطيط الاستراتيجي، ووضع الخطط التنفيذية يترتب عليه حرص الادارات ذاتها على تطوير قدراتهم مما يتمكنوا من تنفيذ الخطط التي شاركوا في تصميمها، وكذا بفعالية والتزاما بتنفيذه وممارسته، وان التخطيط الاستراتيجي يتم من خلال الإدارة العليا بمنأى عن المستويات الإدارية الأخرى.
- د. نتائج مجال الهيكل التنظيمي

جدول رقم (3) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة البحث

لواقع مجال الهيكل التنظيمي

م	المجالات	ت	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الدلالة
3	تسيطر المركزية على عملية التخطيط واتخاذ القرارات	1	3.31	.98	66.2%	متوسطة
1	تسعى إدارة المعهد إلى استقطاب الكفاءات من الموارد البشرية والتي تمتلك المهارة والقدرة و المؤهل.	2	3.09	.99	61.8%	متوسطة
4	توجد قنوات اتصال فعالة بين إدارة المعهد والمستويات الإدارية الأخرى لتنفيذ مسارات الخطة الاستراتيجية.	3	2.99	.91	59.8%	متوسطة
8	يتأثر التخطيط الاستراتيجي بسبب التدوير للعاملين	4	2.94	.99	58.8%	متوسطة

في الهيكل التنظيمي.						
متوسطة	58.6%	.98	2.93	5	يتناسب الهيكل التنظيمي في إدارة المعهد مع عملية التخطيط الاستراتيجي.	2
متوسطة	58.6%	.99	2.93	6	تمارس إدارة المعهد دوراً رقابياً على تنفيذ الخطة الاستراتيجية.	5
متوسطة	57.2%	.88	2.86	7	تخدم المواقع الوظيفية لدى العاملين في المعهد عملية التخطيط الاستراتيجي	6
متوسطة	55.4%	.89	2.77	8	تمارس إدارة المعهد التخطيط الاستراتيجي في كافة المستويات.	7
متوسطة	59.6%	.65	2.98		الاجمالي	

يتضح من الجدول رقم (3) الآتي :

- أن واقع ممارسة التخطيط الاستراتيجي وعلاقته بالأداء المؤسسي في معاهد التعليم الفني والتدريب المهني بالجمهورية اليمنية في مجال الهيكل التنظيمي بمستوى وبدرجة (متوسطة) لجميع فقرات هذا المجال، وبمتوسط حسابي إجمالي (2.98) وانحراف معياري إجمالي (0.98)، ويعزى ذلك: أن إدارات المعاهد تطور هيكلها مناسباً لتنفيذ خططها وذلك بانها تعي أهميته في مرحلة التنفيذ، ولاسيما بأن إدارة المعاهد لديها هيكل تنظيمي ومسميات إدارية ولكن ليس بالشكل المناسب الذي يغطي كافة لأقسام والادارات بداخل المعهد في الوقت الحالي.
- أما بالنسبة على مستوى الفقرات فقد جاءت على النحو الآتي:
- حصلت الفقرة رقم (1) والفقرة رقم (5)، وبدرجة متوسطة، ويعزى في ذلك: انعكاس مدى اهتمام مدراء المعاهد استقطاب الموارد البشرية فيها بما يضمن تنفيذ خططها، القيام أن المركزية لها النفوذ في اتخاذ القرارات مما يعرقل وضع الخطط التي نخدم البيئة التعليمية وبما يناسب تنفيذه بداخل المعاهد،
- وكانت ادنى المتوسطات الحسابية من نصيب الفقرات، الفقرة رقم (6)، و الفقرة رقم (7)، وبدرجة متوسطة، ويعزى ذلك إلى أن إدارة المعاهد تمارس عملية التخطيط

بالشكل الروتيني والمرن لمواجهة الاستقرار على وضعها المستقر، ولاسيما أنها تحترم مواقع الموظفين في التخطيط، لكن ليس بالممارسة الكلية لتنفيذ الخطة الاستراتيجية وبنودها يعود الاسباب لعدم توافر الموازنة العامة و لعدم استقرار الوضع الحالي في اليمن .

د. نتائج مجال كفاءة الموارد البشرية

جدول رقم (4) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة البحث

لواقع مجال كفاءة الموارد البشرية

م	المجالات	ت	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الدلالة
1	تتوافر في إدارة المعهد كفاءات تقنية قادرة على التخطيط الاستراتيجي	1	3.10	.86	62%	متوسطة
4	تهتم إدارة المعهد بتعيين الكفاءات العلمية الإدارية في المناصب الإدارية.	2	2.93	.83	58.6%	متوسطة
2	يملك العاملون في إدارة المعهد معرفة كافية بالتخطيط الاستراتيجي	3	2.83	.94	56.6%	متوسطة
6	لدى العاملين التزام بالفرص التدريبية المقدمة من إدارة المعهد في مجال التخطيط الاستراتيجي	4	2.83	.98	56.6%	متوسطة
3	يسعى العاملون على تطوير قدراتهم وتحسينها وتنميتها في مجال التخطيط بصورة مستمرة	5	2.82	.94	56.6%	متوسطة
5	تقدم إدارة المعهد الوقت الكافي للعاملين في مجال التخطيط الاستراتيجي	6	2.68	.97	53.6%	متوسطة
	الاجمالي		2.87	.74	57.4%	متوسط

يتضح من الجدول رقم (4) الآتي :

- أن واقع ممارسة التخطيط الاستراتيجي وعلاقته بالأداء المؤسسي في معاهد التعليم الفني والتدريب المهني بالجمهورية اليمنية في مجال كفاءة الموارد البشرية (متوسطة) لجميع فقرات هذا المجال، وبنسبة مئوية بلغت (57.4%) وبمتوسط حسابي إجمالي (2.87) وانحراف معياري إجمالي (0.74) ويعزى ذلك: أن لدى

المعاهد كفاءات بشرية تحمل المؤهل ولكن دون جدوى إلى تمكينها إلى استغلال طاقاتهم لتنفيذ كافة الانشطة التي تخدم العملية التأهيلية ويعود إلى عدم توفر المخصصات المالية ولاسيما عدم توافر الامكانيات التي تمكنهم في أداء عملهم بما يتم وضعه في الخطط الاستراتيجية.

أما بالنسبة على مستوى الفقرات فقد جاءت على النحو الآتي:

- حصلت الفقرة رقم (1) والتي مفادها " تتوافر في إدارة المعهد كفاءات تقنية قادرة على التخطيط الاستراتيجي " على المرتبة (الأولى) بمتوسط حسابي (3.10) وانحراف معياري (0.86) بدرجة متوسطة، وحصلت الفقرة رقم (4)، والتي مفادها " تهتم إدارة المعهد بتعيين الكفاءات العلمية الإدارية في المناصب الإدارية. " على المرتبة (الثانية) بمتوسط حسابي (2.93)، وانحراف معياري (0.83)، وبدرجة متوسطة، ويعزى ذلك إلى. أن لدى المعاهد كفاءات بشرية فاعلة تحمل المؤهل وهذا يعكس مدى حرص أدارات المعاهد على تنفيذ خططها بكفاءة وفاعلية، واستقطاب وتعيين الموظفين وذات الكفاءة والخبرة، ولكن دون تواجدهم وتفعيلهم بالشكل الذي يتناسب ويتلاءم بمعايير المعاهد التقنية والفنية، والوضع لمنصب الاداري المناسب، ولكن دون جدوى إلى تمكينها إلى استغلال طاقاتهم لتنفيذ كافة الانشطة التي تخدم العملية التأهيلية وبهذا فعلى إدارة المعاهد لفت النظر في الاهتمام بالكادر، وعدم الاهتمام فيهم ويعود إلى عدم توفر المخصصات المالية ولاسيما عدم توافر الامكانيات التي تمكنهم في أداء عملهم بما يتم وضعه في الخطط الاستراتيجية.

- وكانت أدنى المتوسطات الحسابية من نصيب الفقرات، الفقرة رقم (3)، وجاءت الفقرة رقم (5)، وبدرجة متوسطة، ويعزى ذلك إلى: أن العاملين في المعاهد التقنية والفنية في الوضع الحالي يفتقرون التطوير والتنمية والتأهيل لقدراتهم العلمية والعملية ويعود السبب إما أن المعاهد لا تمتلك الامكانيات المالية والادارية أو يعود

إلى الوضع الحالي التي تمر فيه اليمن مما جعل العاملون لا يسعون إلى تنمية وتطوير قدراتهم، ولا سيما لا تعطي الوقت الكافي للعاملين في مجال التخطيط لكي يتسنى لهم وضع الخطة بما يتلاءم مع بيئة المعاهد وبما يتناسب بالوضع الحالي.

2. نتائج المحور الثالث: استراتيجية ريادة الأعمال

أ. نتائج مجال الثقافة الريادية

جدول رقم (5) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة البحث

لواقع مجال الثقافة الريادية

م	المجالات	ت	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الدلالة
8	تعمل إدارة المعهد على إدارة المخاطر وتقليلها.	1	3.03	.98	60.6%	متوسطة
4	تعزز إدارة المعهد الجهود الجماعية التعاونية لأصحاب العقول الإبداعية.	2	2.98	1.04	59.6%	متوسطة
6	تمارس إدارة المعهد ثقافة تنظيمية قائمة على تقدير الأفكار الجديدة والإبداع.	3	2.90	1.08	58%	متوسطة
5	تهتم إدارة المعهد بتحديث فلسفة التعليم التقني والتدريب المهني وثقافة عاملها باتجاه الريادة	4	2.89	1.05	57.8%	متوسطة
7	تعزز إدارة المعهد مبادئ الشفافية والمساءلة في إدارة الموارد الخاصة بالتعليم التقني والتدريب المهني	5	2.89	1.04	57.8%	متوسطة
1	تعمل إدارة المعهد على نشر ثقافة التغيير بين جميع العاملين	6	2.81	.94	56.2%	متوسطة
2	توظف إدارة المعهد المعرفة الحديثة لتصبح أساس التقدم الاجتماعي والاقتصادي في المجتمع	7	2.79	1.02	55.8%	متوسطة
3	تعمل إدارة المعهد على تحفيز العاملين لإنتاج معارف فعالة تسهم في ظهور روح العمل الريادي	8	2.69	1.01	53.8%	متوسطة
	الإجمالي		2.87	.84	57.4%	متوسطة

يتضح من الجدول رقم (5) الآتي :

- أن واقع ممارسة التخطيط الاستراتيجي وعلاقته بالأداء المؤسسي في معاهد التعليم الفني والتدريب المهني بالجمهورية اليمنية في ضوء استراتيجية ريادة الأعمال في مجال استراتيجية ريادة الأعمال (متوسطة) لجميع فقرات هذا المجال، وبمتوسط حسابي إجمالي (2.87) وانحراف معياري إجمالي (0.84) أما بالنسبة على مستوى الفقرات فقد جاءت على النحو الآتي:

- حصلت الفقرة رقم (8) والتي مفادها " تعمل إدارة المعهد على إدارة المخاطر وتقليلها. " على المرتبة (الأولى) بمتوسط حسابي (3.03) وانحراف معياري (0.98) بدرجة متوسطة، وحصلت الفقرة رقم (4)، على درجة متوسطة، ويعزى ذلك إلى: أن مدراء المعاهد يمارسون العمل على إدارة المخاطر والعمل على تقليلها ولكن بالمستوى المتوسط ويعود السبب بان ليس لديهم الامكانيات التي تعمل على ذلك، ويدركوا بأهمية تعزيز الجهود لا أصحاب الافكار الابداعية والتي يسهم في التشجيع لهم ولهذا فعلى مدراء المعاهد إدراك لذلك والعمل على تعزيز الروح التعاوني بين المبدعين والاهتمام فيهم والاستفادة من خبراتهم .

- وكانت أدنى المتوسطات الحسابية من نصيب الفقرات، الفقرة رقم (2)، بدرجة متوسطة، ويعزى ذلك إلى : أن مدراء المعاهد يغفلون المعارف الحديثة التي تواكب العصر الحالي الذي يتشعب بالحدثة والتطوير ولاسيما في ذلك يغفلون اهمية التحفيز للعاملين لإنتاج معارف تسهم في ظهور العمل الريادي، ولهذا فعليهم إدراك لذلك لتعزيز معارف تواكب التجديد والحدثة والتطوير.

ب. نتائج مجال الإبداع والابتكار

جدول رقم (6) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة البحث

لواقع مجال الإبداع والابتكار

م	المجالات	ت	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الدلالة
4	تمتلك إدارة المعهد مجموعة من الكفاءات المتميزة.	1	3.22	.91	64.4%	متوسطة
5	تتبع إدارة المعهد النظام الإداري الداعم لروح الابتكار والابداع في بيئة العمل	2	3.06	.98	61.2%	متوسطة
6	تدعم إدارة المعهد الفكر الابتكاري باستخدام التكنولوجيا الجديدة.	3	2.89	.92	57.8%	متوسطة
3	تمتلك إدارة المعهد المرونة في التكيف مع المتغيرات الخارجية.	4	2.79	1.01	55.8%	متوسطة
1	توجد في إدارة المعهد ثقافة مؤسسية داعمة للتميز والابتكار والإبداع.	5	2.73	1.04	54.6%	متوسطة
2	تضع إدارة المعهد ميزانية مناسبة لدعم مشاريع إدارة المعرفة.	6	2.28	.99	45.6%	متوسطة
	الاجمالي		2.83	.74	56.6%	متوسطة

يتضح من الجدول رقم (6) الآتي :

- أن واقع ممارسة التخطيط الاستراتيجي وعلاقته بالأداء المؤسسي في معاهد التعليم الفني والتدريب المهني بالجمهورية اليمنية في ضوء استراتيجية ريادة الأعمال في مجال الابداع والابتكار (متوسطة) لجميع فقرات هذا المجال، وبمتوسط حسابي إجمالي (2.83) وانحراف معياري إجمالي (0.74)

أما بالنسبة على مستوى الفقرات فقد جاءت على النحو الآتي:

- حصلت الفقرة رقم (4) و الفقرة رقم (5)، على درجة متوسطة، ويعزى ذلك إلى: بهذا المستوى يعي إدارات المعاهد بمفهوم الفقرات وبمعانيها ويتواجدها في بنود الخطط الاستراتيجية بالمستوى المتوسط، ولكن لا تستطيع أن تطبقها في بيئتها الحالية بسبب نقص الامكانيات المتاحة لديها.

- وكانت أدنى المتوسطات الحسابية من نصيب الفقرات، الفقرة رقم (1)، و الفقرة رقم (2) على درجة متوسطة، ويعزى ذلك إلى: أن إدارات المعاهد تدرك بالإمكانات المتاحة والوضع الحالي وبهذا تسعى بالمستوى المتوسط في إيجاد ثقافة تدعم الابداع وقيامها بكتابة بنود تتعلق بتخصيص ميزانية لدعم مشاريع إدارة المعرفة، بما يتوافق مع الظروف والامكانيات الموجودة لديها ولكن دون جدوى في تطبيقها.

ج. نتائج مجال درجة التنافس

جدول رقم (7) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة البحث

لواقع مجال لدرجة التنافس

م	المجالات	ت	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الدلالة
5	تركز إدارة المعهد على جودة المخرجات ونوعيتها بدلا من التركيز على الكم.	1	2.89	1.11	57.8%	متوسطة
1	تهتم إدارة المعهد إلى تقديم خدمات تميزها عن منافسيها عن غيرها من المعاهد الخاصة ومراكز التدريب	2	2.86	0.99	57.2%	متوسطة
3	تسعى إدارة المعهد لتوظيف قدرات الموهوبين لتحقيق التميز المؤسسي.	3	2.83	1.05	56.6%	متوسطة
4	تعمل إدارة المعهد على استحداث برامج جديدة وغير مأثوفة.	4	2.79	1.18	55.8%	متوسطة
6	تعتمد على الأفكار الابتكارية لإدامة الميزة التنافسية في إدارة التعليم التقني والتدريب المهني.	5	2.75	1.07	55%	متوسطة
2	تسعى إدارة المعهد إلى تحقيق الميزة التنافسية مع خفض التكاليف.	6	2.73	.98	54.6%	متوسطة
8	تستفيد إدارة المعهد من الاتجاهات والمداخل الإدارية المعاصرة في اكتشاف الفرص وتحقيق التميز	7	2.69	1.05	53.8%	متوسطة
7	تعمل إدارة المعهد على توفير الدعم للمبادرات العالمية كالتوأمة والاستقطاب والمشاريع المشتركة مع المؤسسات الخاص بالتعليم التقني والتدريب المهني الرائدة	8	2.61	1.06	52.2%	متوسطة
	الاجمالي		2.77	.87	55.4%	متوسطة

يتضح من الجدول رقم (7) الآتي :

- أن واقع ممارسة التخطيط الاستراتيجي وعلاقته بالأداء المؤسسي في معاهد التعليم الفني والتدريب المهني بالجمهورية اليمنية في ضوء استراتيجية ريادة الأعمال في مجال درجة التنافس (متوسطة) لجميع فقرات هذا المجال، وبمتوسط حسابي إجمالي (2.77) وانحراف معياري إجمالي (0.87)

أما بالنسبة على مستوى الفقرات فقد جاءت على النحو الآتي:

- حصلت الفقرة رقم (5) و الفقرة رقم (1)، درجة متوسطة، ويعزى ذلك إلى: أن إدارات المعاهد تدرك معنى التنافس بما تسعى جاهده في تقديم خدمات ولو بالمستوى المتوسط وذلك يعكس مدى استقرارها واستمرار عملها والحفاظ على مكانتها الإدارية والخدمية، ولهذا فإنها تعي في تركيزها على مخرجات الكم بشكل متوسط بما يتوافق مع الامكانيات المتاحة في الوضع الحالي.

- وكانت أدنى المتوسطات الحسابية من نصيب الفقرات، الفقرة رقم (8)، والفقرة رقم (7)، وبدرجة متوسطة.

د. نتائج مجال درجة الاستقلالية

جدول رقم (8) المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لاستجابات أفراد عينة البحث

لواقع مجال درجة الاستقلالية

م	المجالات	ت	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي	الدلالة
2	تعمل إدارة المعهد على تبسيط إجراءات اتخاذ القرار على المدى الطويل	1	2.88	.99	57.6%	متوسطة
4	تضع إدارة المعهد رؤيتها المستقبلية بنفسها موضع التنفيذ الفعلي والميداني.	2	2.86	1.08	57.2%	متوسطة
6	يعمل منح الاستقلالية والحرية للموظفين في أداء عملهم على الحد من الفساد الإداري إلى أقل حد ممكن.	3	2.80	.98	56%	متوسطة
3	تتخذ إدارة المعهد قرارات بمشاركة العاملين في تسيير العمل بما يسمح بالاستفادة من قدراتهم وامكانياتهم إلى	4	2.79	1.07	55.8%	متوسطة

أقصى قدر ممكن.						
متوسطة	54.4%	.97	2.72	5	5	يبدل جهوداً لتبسيط النظام المالي والإداري لتحقيق استقلالية المؤسسة .
متوسطة	53.8%	1.06	2.69	6	1	تضع إدارة المعهد استراتيجياتها المستقبلية ضمن رؤية تشمل الفرص والميزة التنافسية.
متوسطة	55.8%	.85	2.79			الإجمالي

يتضح من الجدول رقم (8) الآتي :

- أن واقع ممارسة التخطيط الاستراتيجي وعلاقته بالأداء المؤسسي في معاهد التعليم الفني والتدريب المهني بالجمهورية اليمنية في ضوء استراتيجية ريادة الأعمال في مجال درجة الاستقلالية (متوسطة) لجميع فقرات هذا المجال، وبمتوسط حسابي إجمالي (2.79) وانحراف معياري إجمالي (0.85)، ويعزى في ذلك بأن: أدارات المعاهد تحاول الاستقلالية في تطبيق الاجراءات والتعليمات والقرارات بما ينسجم مع الامكانيات المتاحة معها ولكن ليس بالمستوى العالي، ولاسيما بأنها تعي بأن الاستقلالية تعطي نتائج إيجابية وتوافق مع التطورات المتاحة.

أما بالنسبة على مستوى الفقرات فقد جاءت على النحو الآتي:

- حصلت الفقرة رقم (2) والتي مفادها " تعمل إدارة المعهد على تبسيط إجراءات اتخاذ القرار على المدى الطويل " على المرتبة (الأولى) بمتوسط حسابي (2.88) وانحراف معياري (0.99) بدرجة متوسطة، وحصلت الفقرة رقم (4)، والتي مفادها " تضع إدارة المعهد رؤيتها المستقبلية بنفسها موضع التنفيذ الفعلي والميداني. " على المرتبة (الثانية) بمتوسط حسابي (2.86)، وانحراف معياري (1.08)، وبدرجة متوسطة، ويعزى ذلك إلى: أن أدارات المعاهد خلال الوضع الحالي تمارس درجة الاستقلالية بمستوى متوسط في اتخاذ القرار وتسيير العمل بما ينسجم مع المحافظة

لاستمرار عملية التعليم وتقديم أنشطة وفتح اقسام ذات المناسبة والمتلائمة مع الموارد الموجودة والامكانيات المتاحة.

- وكانت أدنى المتوسطات الحسابية من نصيب الفقرات، الفقرة رقم (5)، والفقرة رقم (1)، جاءت درجة متوسطة، ويعزى ذلك إلى : أدراك إدارات المعاهد تحاول جاهدين في القيام بعملية الاستقلال الكلي في تبسيط النظام المالي والاداري، ولكن ليس قادرة على ذلك كونها تدرك الوضع الحالي، وبهذا فإن استقلاليتها بوضع الخطط المستقبلية في الوضع الحالي لا ينسجم مع الامكانيات المتاحة وبمعنى بأنها تغفل وضعها او أنها تدرك عدم تنفيذها وبهذا لا تمارس في وضع الخطط المستقبلية.

النتائج والتوصيات

❖ النتائج

- بناء على ما سبق من عرض لمناقشة النتائج المتحصل عليها من أفراد العينة عن واقع ممارسة التخطيط الاستراتيجي في معاهد التعليم الفني والتدريب المهني بالجمهورية اليمنية في ضوء استراتيجية ريادة الأعمال، والتي أظهرت أهم النتائج الآتية :
1. أن واقع ممارسة التخطيط الاستراتيجي في معاهد التعليم الفني والتدريب المهني بالجمهورية اليمنية في ضوء استراتيجية ريادة الأعمال بدرجة ممارسة (متوسطة) بشكل عام، وبمتوسط حسابي إجمالي (2.94) وانحراف معياري إجمالي (0.72)، ونسبة الموافقة (58.4%).
 2. أن واقع ممارسة التخطيط الاستراتيجي في معاهد التعليم الفني المؤسسي بدرجة ممارسة (متوسطة) وبمتوسط حسابي إجمالي (3.08) وانحراف معياري إجمالي (0.77)، ونسبة الموافقة (61.6%).

3. توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة (0000) حيث بلغ معامل الارتباط (0.939) وهي علاقة ارتباطية طردية موجبة بين درجة ممارسة التخطيط الاستراتيجي واستراتيجية زيادة الاعمال.

❖ التوصيات

1. المزيد من الاهتمام لواقع ممارسة التخطيط الاستراتيجي لجميع مجالات التخطيط الاستراتيجي، وذلك من أجل الاهتمام بالأداء المؤسسي في معاهد التعليم الفني والتدريب المهني بالجمهورية اليمنية.
2. نشر ثقافة التخطيط الاستراتيجي واعدادها والاستفادة من خبرة الخبراء في المجال نفسه.
3. العمل على إعادة صياغة الهيكل التنظيمي بما يخدم معاهد التعليم الفني والتدريب المهني بالجمهورية اليمنية ويعمل على تطويرها لمواكبة التطورات.
4. المزيد من الاهتمام بإعداد استراتيجيات لريادة الأعمال وإقامت دورات تدريبية متخصصة في ريادة الأعمال في معاهد التعليم الفني والتدريب المهني بالجمهورية اليمنية، وخلق ثقافة الريادة باستخدام احدث التقنيات الحديثة.
5. تشجيع العاملين نحو عملية الإبداع والابتكار وجودة المخرجات ونوعيتها.

المصادر والمراجع

1. الأيوبي، منصور (2017). متطلبات تطبيق الريادة الاستراتيجية في تحقيق الإبداع التقني بكلية فلسطين – دير البلح. المؤتمر العلمي الثاني بعنوان " الاستدامة والبيئة الابداعية في قطاع التعليم التقني. المنعقد بتاريخ 06- 07 /12/ 2017م، كلية فلسطين التقنية دير البلح، فلسطين.
2. الجمودي، سعد محمد(2017). ولكم في قصص رواد الأعمال عبرة. دبي، قطر: دار ملهمون للنشر والتوزيع.
3. الحاج، محمد وأحمد، علي (2002). التخطيط التربوي لمدخل النمو الجديد. ط2، عمان، الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع.
4. الحرداوي، حامد كريم(2017). الريادة كمدخل لمنظمات الأعمال المعاصرة في ظل تبني مفهوم رأس المال الفكري. دراسة ميدانية في مستشفى بغداد التعليمي. مجلة الغري للعلوم الاقتصادية والإدارية. ع9، ص 85 — 128.
5. الحريري، رافدة، وجمال، محمود وعبدالرزاق، محمد(2008). الإدارة والتخطيط التربوي. ط1، عمان، الأردن: دار الفكر.
6. الديرابي، أيمن حسن (2017). أثر التخطيط الاستراتيجي عمى أداء المنظمات: ريادة المنظمات كمتغير وسيط (دراسة تطبيقية عمى المنظمات الأهمية العاملة في قطاع غزة). مجلة جامعة الإسلامية غزة. ع 25، 3، نوفمبر ص 76 — 98.
7. السكارنة، بلال خلف(2006). المشاريع الصغيرة والريادة. عمان، الأردن.
8. السلمي، علي (2000). إدارة الموارد البشرية الاستراتيجية. القاهرة، مصر: دار غريب للنشر والتوزيع.
9. الشقران، رامي(2011). فاعلية نظم المعلومات الإدارية في الجامعات الأردنية الحكومية ودورها في تحسين الأداء المؤسسي ومقترحات للتطوير من وجهة نظر

- القادة الأكاديميين والإداريين. أطروحة دكتوراه غير منشورة. كلية التربية
جامعة اليرموك.
10. الشميمري، أحمد بن عبد الرحمن والمبيريك، وفاء بنت ناصر(2019). زيادة
الأعمال. ط1، الرياض، السعودية: العبيكان للنشر.
11. العجمي، محمد(2008). الإدارة والتخطيط التربوي. عمان، الأردن: دار المسيرة
للنشر والتوزيع.
12. الغباري، سيف علي(2020). تصور مقترح لتطوير الخطة الاستراتيجية للتعليم
العام في اليمن(على ضوء الخطة الاستراتيجية الوطنية وتجارب بعض الدول).
رسالة ماجستير غير منشورة. جامعة القرآن الكريم والعلوم الإسلامية- كلية
الدراسات العليا دائرة العلوم التربوية، السودان.
13. الفولي، محمد مصطفى والفولي، تامر محمد(2013). التخطيط الاستراتيجي
المؤسسي. القاهرة، مصر: دار الكتب ولوثائق القومية.
14. الكرخي، مجيد (2009). التخطيط الاستراتيجي عرض نظري وتطبيقي. ط1،
عمان، الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع.
15. الكرخي، مجيد بد جعفر (2014). التخطيط الاستراتيجي. قطر: وزارة الثقافة
والفنون والتراث.
16. الكردي، رنا داود درويش (2010). درجة تطبيق التخطيط في مديريات التربية
والتعليم في محافظات الضفة الغربية من وجهة نظر العاملين فيها. رسالة
ماجستير غير منشورة. في الإدارة التربوية بكلية الدراسات العليا في جامعة
النجاح الوطنية في نابلس. فلسطين.
17. الليمون، نواف عطية (2014). واقع التخطيط الاستراتيجي في مدارس التعليم
العام في منطقة أبو طيبي التعليمية. مجلة جامعة دمشق. مج 30، ع 2 .

18. النجار، فايز؛ والعي، عبد الستار(2006). الريادة وادارة الأعمال الصغيرة. ط 1، عمان، الأردن: دار حازم للنشر والتوزيع.
19. بن سعيد ، خديجة (2001). بالإضافة إلى ذلك لرأس المال البشري في مجموعة متنوعة من المنظمات المتداخلة الحديثة ضمن فعاليات رأس المال المتكامل حول الفكر المالي في المنظمات العربية في الاقتصاد وجامعة الشلف.
20. ثامر، محسن وباهي، يوسف(2021). آليات اعتماد ودعم الجامعات لريادة الأعمال. مجلة الريادة الاقتصادية الأعمال. مج7، ع2، ص 161 – 177، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير. الجزائر.
21. جمعوني، هند، وشبيلة، عائشة(2013). الريادة والمسؤولية الاجتماعية. صحة الأسرة العربية والسكان. بحث ودراسات. مج6، ع15.
22. حمدان، خالد محمد طلال و إدريس، وائل محمد(2007). الاستراتيجية والتخطيط الاستراتيجي: منهج معاصر. ط1، عمان، الأردن: دار اليازوري.
23. خليل، نبيل مرسي(2009). الميزة التنافسية في مجال الأعمال الاسكندرية. مصر: مركز الاسكندرية للكتاب.
24. زيدان، ممدوح محمد متولي(2015). التخطيط الاستراتيجي لتحقيق الريادة والتميز. ندوة في جامعة الدول العربية للمنظمة العربية للتنمية الإدارية. شرم الشيخ، مصر، 13 – 16 سبتمبر.
25. عساف، معتز(2008). التميز في التخطيط الاستراتيجي باستخدام بطاقات الأداء المتوازن، بيروت، لبنان: دار الشروق.
26. علي، حسن علي (1999). الإدارة الحديثة لمنظمات الأعمال. ط1، عمان، الأردن: دار حامد للنشر والطباعة.

27. علي، عبدالله قائد غالب(2012). أثر المزايا التنافسية في تحقيق الريادة للمصارف الإسلامية في اليمن؛ بالتطبيق على البنوك الإسلامية اليمنية. رسالة دكتوراه غير منشورة. جامعة أم درمان، السودان.
28. علي، نادية حسن(2020). الريادة الاستراتيجية مدخل لتحقيق الميزة التنافسية المستدامة في المؤسسات التعليمية: دراسة تحليلية. مجلة مستقبل التربية العربية. مج37، ع125 ص 188 — 285.
29. فاضل، أحمد(2016). مارك روكريج... أصغر ملياردير في العالم. رواد الأعمال.
30. فراي، فريدال وستونر، تشارلز و وينزايمر، لورنس جي(2007). تيسير التخطيط الاستراتيجي للأعمال الصغيرة. ط1، نقلته إلى العربية، دينا عبدالإله الملاح و د. عبدالمطلب يوسف جابر، رياض، السعودية: العبيكان للنشر.
31. كرمه ماجد عباس (2000). التخطيط الاستراتيجي في الهيئة العامة الأردنية. دراسة ميدانية من وجهة نظر الإدارة العليا. رسالة ماجستير غير منشورة. كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية، قسم جامعة اليرموك، أربد، السعودية.
32. كنوش، محمد(2012). دور المعرفة في تحقيق وتعزيز الميزة التنافسية. رسالة ماجستير غير منشورة.
33. مازن، سليم محمود نور الدين (2008). دور التخطيط الاستراتيجي في زيادة فاعلية الإدارة المدرسية بمحافظات غزة. رسالة ماجستير في الإدارة التربوية غير منشورة. الجامعة الإسلامية، أصول التربية، غزة، فلسطين.
34. ماس (2007). نحو سياسات لتعزيز الريادة بين الشباب في الضفة الغربية وقطاع غزة " دراسة بحثية تنموية". معيد أبحاث السياسات الاقتصادية الفلسطينية، القدس.

35. ماهر، أحمد (2006). التخطيط التنفيذي في الخدمة الإستراتيجية. الاسكندرية، مصر: الدار الجامعية.
36. مطاوع، ضياء الدين محمد وآبا الخيل، منى بنت عبد العزيز وإبراهيم، منى توكل السيد (2012) تصور مقترح لتفعيل الابتكار و الإبداع و ريادة الأعمال في برنامج التجربة التكاملية للجامعات الخليجية. الجامعات ورؤية المستقبل..ابتكار و استثمار. الرياض، السعودية: جامعة اليمعة.
37. يعيشي، إبراهيم (2016). التخطيط الاستراتيجي ودوره في تحسين أداء المنظمة. دراسة حالة: الصندوق الوطني للسكن — وكالة أدرار. جامعة أحمد دراية ادرار — الجزائر قسم علوم التسيير. رسالة ماجستير غير منشورة. الجزائر.

1. Al Ghubari, Seif Ali (2020). A proposed vision for developing a strategic plan for public education in Yemen (in light of the national strategic plan and the experiences of some countries). Unpublished master's thesis. University of the Holy Quran and Islamic Sciences, Faculty of Graduate Studies, Department of Educational Sciences, Sudan.
2. Al Shaqran, Rami (2011). The effectiveness of management information systems in Jordanian public universities, their role in improving institutional performance and suggestions for development from the point of view of academic and administrative leaders. Unpublished doctoral thesis. Faculty of Education, Yarmouk University.
3. Al-Ajami, Mohammed (2008). Educational management and planning. Amman, Jordan: Al Masirah Publishing and Distribution House.
4. Al-Derawi, Ayman Hassan (2017). The impact of strategic planning on the performance of organizations: Organizational leadership as a mediating variable (an applied study on

- important organizations operating in the Gaza Strip). Journal of the Islamic University of Gaza. No. 3, 25, pp. 76-98 .
5. Al-Hajj, Mohammed and Ahmed, Ali (2002). Educational planning is a framework for a new development approach. 1st Edition, Amman, Jordan: Dar Al Manhaj for Publishing and Distribution.
 6. Al-Hardawi, Hamed Karim (2017). Entrepreneurship as an entry point for contemporary business organizations in light of adopting the concept of intellectual capital. A field study in Baghdad Teaching Hospital. Al-Ghari Journal of Economic and Administrative Sciences, No. 9, pp. 85-128.
 7. Ali, Abdullah Qaid Ghalib (2012). The impact of competitive advantages in achieving leadership for Islamic banks in Yemen: applied to Yemeni Islamic banks. An unpublished PhD thesis. Omdurman University, Sudan.
 8. Ali, Hassan Ali (1999). Modern management of business organizations. 1st Edition, Amman, Jordan: Dar Hamed for Publishing and Printing.
 9. Ali, Nadia Hassan (2020). Strategic leadership is an approach to achieving sustainable competitive advantage in educational institutions: an analytical study. The Journal of the Future of Arab Education. Vol.37, No.125, pp. 188-285.
 10. Al-Jamoudi, Saad Mohammed (2017). The stories of entrepreneurs are an example for you. Dubai, Qatar: Malhom Publishing and Distribution House.
 11. Al-Karkhi, Majeed (2009). Strategic planning is a theoretical and practical presentation. 1st Edition, Amman, Jordan: Dar Al Manhaj for Publishing and Distribution.
 12. Al-Karkhi, Majeed Abd Jaafar (2014). Strategic planning. Qatar: Ministry of Culture, Arts and Heritage.
 13. Al-Kurdi, Rana Daoud Darwish (2010). The degree of implementation of planning in the education directorates in the governorates of the West Bank from the point of view of their

- employees. Unpublished master's thesis. In educational administration at the Faculty of Graduate Studies at An-Najah National University in Nablus. Palestine.
14. Al-Najjar, Fayez; and Al-Ali, Abdul Sattar (2006). Entrepreneurship and Small Business Management. 1st Edition, Amman, Jordan: Hazim Publishing and Distribution House.
 15. Al-Sakarna, Bilal Khalaf (2006). Small projects and entrepreneurship. Amman, Jordan.
 16. Al-Salmi, Ali (2000). Strategic human resources management. Cairo, Egypt: Gharib Publishing and Distribution House.
 17. Al-Shamimri, Ahmed bin Abdulrahman and Al-Maberik, Wafa bint Nasser (2019). Entrepreneurship. 1st Edition, Riyadh, Saudi Arabia: Obeikan Publishing.
 18. Assaf, Moataz (2008). Excellence in strategic planning using balanced scorecards. Beirut, Lebanon: Dar Al-Shorouq.
 19. Ayoubi, Mansour (2017). Requirements for applying strategic leadership in achieving technical innovation at Palestine College - Deir El-Balah. The second scientific conference is entitled "Sustainability and the Creative Environment in the Technical Education Sector. Held on 06-07/12/2017, Palestine Technical College, Deir El-Balah, Palestine.
 20. Ben Said, Khadija (2001). The role of optimal exploitation of human capital in achieving a sustainable competitive advantage. The organization is an intervention presented within the activities of the International Forum on Intellectual Capital in Arab Business Organizations in the Modern Economy and the University of Chlef.
 21. El Fouli, Mohamed Mostafa and El Fouly, Tamer Mohamed (2013). Institutional strategic planning. Cairo, Egypt: The House of Books and National Documents.
 22. Fadel, Ahmed (2016). Mark Rockerberg... the youngest billionaire in the world. Entrepreneurs.

23. Fry, Friedl and Stoner, Charles and Weinzeimer, Lawrence G (2007). Facilitate strategic planning for small businesses. 1st Edition, I transferred it to Arabic, Dina Abdel-Elah Al-Mallah and Dr. Abdulmuttalib Yousef Jaber, Riyadh, Saudi Arabia: Obeikan Publishing.
24. Hamdan, Khaled Mohamed Talal and Idris, Wael Mohamed (2007). Strategy and Strategic Planning: A Contemporary Approach. 1st Edition, Amman, Jordan: Dar Al-Yazouri.
25. Hariri, Rafida, Jalal, Mahmoud and Abdelrazak, Mohamed (2008). Educational management and planning. 1st Edition, Amman, Jordan: Dar Al-Fikr.
26. Histrich. Robert .D. (2005). Toward and Organization Model for Entrepreneurial Education "Proceeding. International Entrepreneurship Conference. Dortmund. Germany.
27. It was honored by Majed Abbas (2000). Strategic planning in Jordanian public institutions. A field study from the perspective of senior management. Unpublished master's thesis. Faculty of Economics and Administrative Sciences, Yarmouk University Department, Irbid, Saudi Arabia.
28. Jamoni, Hind, and Shabila, Aisha (2013). Leadership and social responsibility. The health of the Arab family and the population. Research and studies. Vol. 6, No. 15.
29. Kalar, Barbara (2015), "The entrepreneurial university, academic activities and technology and knowledge transfer in four European countries", Tec novation, vol. 36, pp 1-11.
30. Kanoush, Mohamed (2012). The role of knowledge in achieving and enhancing competitive advantage. Unpublished master's thesis.
31. Khalil, Nabil Morsi (2009). Competitive advantage in Alexandria business. Egypt: Alexandria Book Center.
32. Kimuli, Saadat Nakyejwe Lubowa, (2011). "Strategic entrepreneurship and performance of selected private

- secondary schools in Wakiso district", Dissertation Submitted to Makerere University Business School in Partial.
33. Lemon, Nawaf Attia (2014). The reality of strategic planning in public education schools in Abu Tabbi educational area. Damascus University Journal. Vol. 30, No. 2.
34. Maher, Ahmed (2006). Executive planning in the service of strategic goals. Alexandria, Egypt: University House.
35. Masilamony, D.(2010). Strategic planning: Contextual factors that facilitated and/or challenged the implementation of strategic planning in two nonprofit organizations Available from ERIC. (881466063; ED520934). Retrieved from <http://search.proquest.com>
36. Mass (2007). Towards policies to promote leadership among youth in the West Bank and Gaza Strip: "Development Research Study". Teaching Assistant for Palestinian Economic Policy, Jerusalem.
37. Mazen, Salim Mahmoud Nouredine (2008). The role of strategic planning in increasing the effectiveness of school administration in Gaza governorates. Unpublished master's thesis in educational administration. Islamic University, Fundamentals of Education, Gaza, Palestine.
38. Mutawaa, Diauddin Mohammed, Aba Al-Khail, Mona bint Abdulaziz and Ibrahim, Mona Tawakal Al-Sayed (2012) imagine a proposal to activate innovation, creativity and entrepreneurship in the Integrated Experience Program for Gulf Universities. Universities and the vision of the future... innovation and investment. Riyadh, Saudi Arabia: Majmaah University.
39. Sood, ,. S., & Arora, ,. R. (2007). Entrepreneurship Development. New Delhi: Kalyani Publishers.
40. Thamer, Mohsen and Bahi, Youssef (2021). Mechanisms to accredit and support universities for entrepreneurship. Journal of Economic Entrepreneurship. Vol.7, No.2, pp. 161-177,

Hassiba Ben Bouali Chlef University, Faculty of Economic, Commercial and Management Sciences. Algeria.

41. Weaver. K. Marck. (2001). Assessing the Environment – Eo Dimensions of Entrepreneurial Orientation. www.Ebscoht.com.HTML .cited .15/08/2004.
42. Yaishi, Ibrahim (2016). Strategic planning and its role in Improving the performance of the organization. Case study: National Housing Fund - Adrar Agency. Ahmed Draya Adrar University - Algeria, Department of Management Sciences. Unpublished master's thesis. Algeria .
43. Zidan, Mamdouh Mohamed Metwally (2015). Strategic planning to achieve leadership and excellence. A seminar at the League of Arab States for the Arab Administrative Development Organization. Sharm El Sheikh, Egypt, 13-16 September.

